

Juan de la Cruz López Sierras

EVOLUCIÓN DEL USO DE INTERNET Y MÓVIL ENTRE NIÑOS Y JÓVENES EN ESPAÑA (1996- 2010)

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	4
2. TABLAS DE DATOS	6
2.1 Variables sobre equipamiento TIC en el hogar y personal	6
2.1.1 Equipamiento del hogar según variables sociodemográficas	6
2.1.2 Equipamiento del hogar según variables socioeconómicas	10
2.1.3 Motivaciones para mejorar el equipamiento del hogar	11
2.1.4 Equipamiento personal según variables sociodemográficas	11
2.2 Variables sobre penetración de las TIC	13
2.2.1 Penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años según variables sociodemográficas	13
2.2.2 Penetración de Internet según variables sociodemográficas	14
2.2.3 Penetración de Internet según variables socioeconómicas	17
2.2.4 Penetración del teléfono móvil según variables sociodemográficas	19
2.3 Variables sobre el ordenador	20
2.3.1 Acceso al ordenador	20
2.3.2 Tipo, frecuencia y tiempo de uso	21
2.4 Variables sobre Internet	22
2.4.1 Acceso a Internet	22
2.4.2 Tipo, frecuencia y tiempo de uso	31
2.4.3 Seguridad percibida, riesgos y controles en el uso de Internet	49
2.5 Variables sobre el teléfono móvil	50
2.5.1 Acceso al teléfono móvil	50
2.5.2 Tipo, frecuencia y tiempo de uso	51
2.6 Variables sobre educación, aprendizaje y TICs	53
2.6.1 Equipamiento de los centros escolares.	53
2.6.2 Oferta educativa on-line	55
2.6.3 Opiniones de los usuarios	56
2.6.4 Aprendizaje y conocimiento sobre las TIC	57
2.7 Variables sobre la influencia de las TIC sobre consumo mediático y socialización	58
2.7.1 Preferencias en el consumo mediático	58
2.7.2 Influencia sobre las costumbres y usos sociales	60
3. ÍNDICE DE VARIABLES:	63
4. METODOLOGÍA.	68
4.1 Metodología de este informe	68
4.2 Descripción de estudios y encuestas incluidos en el informe	69

Por favor envía tus sugerencias a: juanlopez27@gmail.com / [@juanlopez27](https://www.instagram.com/juanlopez27) / www.juanls.es

4.2.1 Estudios e informes analizados	69
4.2.2 Resumen metodológico de cada estudio.	74
4.2.3 Otros estudios localizados	77
4. CURRÍCULUM DEL AUTOR	78

1. Introducción

Este libro resume y contiene todas las variables cuantitativas relacionadas con la investigación sobre infancia, juventud y su relación con Internet y el Móvil que se han identificado en las publicaciones e informes consultados. Con el objetivo de establecer series temporales para observar la evolución de cada variable se han analizado investigaciones que abarcan desde 1996 hasta el presente año 2010. Esta primera edición constituye el comienzo de un trabajo que tratará de recoger la mayor cantidad de información cuantitativa relativa al tema citado presente en estudios realizados en España y que por su metodología sean representativos a nivel nacional.

Se ha publicado este borrador público para ayudar a la difusión de este trabajo y con el objetivo de recoger todas las sugerencias y aportaciones posibles para elaborar un informe lo más completo posible.

Este trabajo se inspira en el realizado por Manuel Castells y María Isabel Díaz de Isla en 2001: *Diffusion and uses of Internet in Catalonia and Spain, a commented summary of available evidence*. En él los autores “resumen y analizan las estadísticas procedentes de estudios disponibles hasta 2001 sobre la difusión y el uso de Internet en Cataluña, España y algunas regiones españolas” (CASTELLS Y DÍAZ, 2001). Sin embargo, nuestro enfoque parte de localizar las variables relacionadas con el acceso y uso de los nuevos medios por parte de niños y jóvenes. Consideramos nuevos medios Internet, teléfonos móviles y videoconsolas, hemos denominado niños los menores de 12 años y jóvenes de 13 a 24. Para mantener el enfoque se ha primado la información clasificada por grupos de edad, con el objetivo de establecer contrastes entre el grupo de estudio y los sujetos de mayor edad.

Se han identificado y se incluye información sobre 85 variables. Debido a que se trata de un primer sumario de evidencias, la cantidad de datos sobre cada una de ellas no es homogénea. De muchas se ha conseguido reunir información de varias fuentes para observar su evolución desde 1996 o 1998 hasta la actualidad, sin embargo de otras sólo se disponen de datos de un año o procedentes de una única fuente. De todas ellas se va a continuar buscando información en otras referencias localizadas. Los estudios ya procesados se citan en la lista completa (apartado 3.2.1), así como las fuentes sobre las que se sigue buscando (3.2.2).

Aunque en el presente trabajo únicamente se resumen los datos sin analizar, al igual que en estudio de referencia se realizará esta labor cuando la recogida de datos haya finalizado.

Para localizar las fuentes se ha realizado una exhaustiva búsqueda en Internet. Además, se ha recurrido a la información de entidades públicas y privadas que elaboran informes sobre el tema regularmente. Para cada una de las variables identificadas se ha construido una tabla en la

que se han recogido los datos relacionados con ella procedentes de las referencias consultadas tratando de construir series temporales que permitan observar su evolución.

Tal y como se establece en el estudio de Castells y Díaz, cualquier intento de establecer comparaciones y unir datos procedentes de diferentes estudios presenta serios problemas metodológicos en términos de compatibilidad entre fuentes y representatividad estadística. Sin embargo, para tratar de paliarlos o al menos de dejar a la consideración del lector si los datos son comparables o no se incluye un apartado con un resumen de la metodología de cada estudio, así como en cada tabla se ha anotado información sobre la fuente y algunas características de su metodología a tener en cuenta.

De nuevo al igual que los autores citados, ni en este punto ni con el estudio completamente terminado se habrá reunido toda la información posible sobre el campo de estudio, pero si creemos que se habrá realizado una importante labor de resumen que será útil para futuras investigaciones. La primera en hacerlo será mi futura tesis doctoral ya que el análisis de la información presente en este estudio me permitirá enfocar aún más mi tema y plantear hipótesis de interés en el área de estudio.

2. Tablas de datos

2.1 Variables sobre equipamiento TIC en el hogar y personal

2.1.1 Equipamiento del hogar según variables sociodemográficas

1. % equipamiento de las TIC en el hogar, evolución 1998-2010.

AÑO		Ordenador sobremesa	Ordenador Portátil	Ordenador	Video consola	Móvil	Internet
1999	(GARITAONANDIA, 1999)			35	53	38 ¹	3,1
2000	(TECNOLOGÍAS INFORMACIÓN, 2001) ²						14,2
	(CIS, 2000)			36,7			17,3
2001	(EGM, 2001) ²			32,5			14,3
	(eESPAÑA, 2001) ²			40		64,5	10
	(TELEFÓNICA, 2001) ²					64,5	10
	(CIS, 2001)			39,3 ³		58	23,9
2002	(INE, 2009)			36,05		55,5	17,4
2003	(INE, 2009)	41,3	6,52	42,66		73,71	25,23
2004	(INE, 2009)	45,51	8,95	45,46		76,89	30,85
	(CIS, 2004)			49,1		69,9	33,3
2005	(INE, 2009)	47,25	11,95	48,62		80,92	32,64
2006	(INE, 2009)	52	16,4	54,1		84,9	39,1
2007	(INE, 2009)	52,4	20,2	57,2		86,5	44,6
	(CIS, 2007:2)			58,6	31,7	81,2	46,1
2008	(INE, 2009)	52,2	26,6	61		88,8	51
	(CIS, 2008:2 y 4)			61,3 ³	32,7	85,7 ³	50,35 ³
2009	(INE, 2009)	51,3	34,7	63,2		90,5	54
	(CIS, 2009:1 y 3)			63 ³	35,8 ³	83,1	53,55
2010	(CIS, 2010:2)			63,4			57,3

¹ En la investigación original se señala que algunos entrevistados pudieron confundir “teléfono móvil” con “teléfono inalámbrico”.

² En (CASTELLS Y DÍAZ, 2001).

³ Media anual de las dos investigaciones.

2. % equipamiento de las TIC en el hogar según el número de habitantes del municipio de residencia, evolución 2003-2009.

	Año	Ordenador	Internet	Móvil
>100.000				
(INE, 2009)	2003	49,58	30,37	77,72
	2004	58,4	39,7	85,4
	2005	60,3	41,7	88,1
	2006	62,3	46,2	90,3
	2007	65,5	51,7	92,9
	2008	67,9	57,2	93,7
	2009	70,2	59,3	94,9
50.000-100.000				
(INE, 2009)	2003	45,28	27,7	78,38
	2004	55,1	35,8	86,3
	2005	58,6	37,9	88,7
	2006	59,5	40,1	90,5
	2007	63,5	47,5	93,4
	2008	66,2	54,9	94
	2009	70,4	60,2	96
20.000-50.000				
(INE, 2009)	2003	43,03	23,89	75,57
	2004	51,3	32,4	84
	2005	53,9	33,4	85,4
	2006	57,1	37,4	89,5
	2007	59,8	43,5	91
	2008	64,1	51,8	93,1
	2009	65,5	53,8	93,3
10.000-20.000				
(INE, 2009)	2003	41,3	22,44	74,87
	2004	50,3	30,5	83,5
	2005	54,3	33,2	86,6
	2006	55,1	34,2	87,9
	2007	58,6	41,6	90,9
	2008	62,3	47,9	92,2
	2009	65	51,6	93,7
<10.000				
(INE, 2009)	2003	31	16,06	62,28
	2004	41,2	23,5	73,8
	2005	43,3	24,6	77,6
	2006	47	27,7	81,8
	2007	50,1	31,4	85,7
	2008	54,1	38,5	87,2
	2009	58,1	42,3	89,8

3. % de hogares con acceso a Internet según el número de personas por hogar, evolución 2002-2009.

	Año	1	2	3	4	>5
(INE, 2009)	2002	6,1	9,4	21,2	28,7	25,9
(INE, 2009)	2003	12,94	25,07	50,81	66,52	60,77
(INE, 2009)	2004	16,34	28,87	57,89	72,64	66,55
(INE, 2009)	2005	19,73	32,83	60,97	75,35	69,13
(INE, 2009)	2006	31,2	37,4	65,1	78,1	74,1
(INE, 2009)	2007	33,6	40,9	69,1	81,2	77,9
(INE, 2009)	2008	37,1	45,3	72	83,4	81,6
(INE, 2009)	2009	40,2	48,6	75,3	87,2	81,9

4. Distribución de hogares con acceso a Internet según el número de personas por hogar, evolución 1998-2010.

	Año	1	2	3	4	>5 ⁴	NS/NC
(AIMC, 1998)	1998	5,8	17,2	21,6	29,5	24,4	1,5
(AIMC, 2000)	2000	7,1	19,2	22,7	29,5	20,2	1,3
(CASTELLS Y DÍAZ, 2001) (EGM, 2001)	2001	4,8	15,6	24,6	35,3	19,5	0,2
(AIMC, 2001)	2001	6	18,9	23,4	31,3	19,3	1
(AIMC, 2003)	2003	5,9	19,8	23,9	32,3	17,5	0,7
(AIMC, 2004)	2004	6,3	20,8	24,7	31,5	16,1	0,6
(AIMC, 2005)	2005	6,1	22	25,3	31,2	14,8	0,6
(AIMC, 2006)	2006	5,9	22,7	25,9	30,9	13,9	0,6
(AIMC, 2007)	2007	6,3	23,6	26,5	30,3	12,8	0,5
(AIMC, 2008)	2008	6,8	24,9	26,1	29,5	12,1	0,6
(AIMC, 2009)	2009	7,3	27,4	26,6	28,3	19	0,5
(AIMC, 2010:1)	2010	8,4	27,8	26,9	27,2	9,2	0,6

⁴ Se han agrupados en la categoría >5 los datos para hogares con 5 personas y con 6 o más que aparecían en la investigación original.

5. % de hogares con acceso a Internet según el número de habitantes del municipio de residencia, evolución 2001-2009.

	Año	<2000	2000-5000	5000-10000	10000-50000	50000-200000	200000-500000	500000-1000000	Madrid	Barcelona
(CASTELLS Y DÍAZ, 2001) (EGM, 2001)	2001	3	4,5	6	21	23,5	14	9	11	8

	Año	< 10.000	10.000-20.000	20.000-50.000	50.000-100.000	> 100.000
(INE, 2009)	2002	10,2	13,2	16,9	18,2	22,4
(INE, 2009)	2003	16,06	22,44	23,89	27,7	30,37
(INE, 2009)	2004	20,99	28,01	29,97	33,54	36,6
(INE, 2009)	2005	21,86	30,91	31,06	35,49	38,48
(INE, 2009)	2006	27,7	34,2	37,4	40,1	46,2
(INE, 2009)	2007	31,4	41,6	43,5	47,5	51,7
(INE, 2009)	2008	38,5	47,9	51,8	54,9	57,2
(INE, 2009)	2009	42,3	51,6	53,8	60,2	59,3

6. % de hogares equipados con teléfono móvil según el número de personas por hogar, evolución 2003-2009

	(INE, 2009)						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Hogares de 1 miembro	33,54	40,29	47,12	70,1	75,4	78	82
Hogares de 2 miembros	57,69	63,94	70,46	79,2	84	86,5	89,4
Hogares de 3 miembros	87,54	90,34	91,63	94,1	96,1	96,6	97,3
Hogares de 4 miembros	93,88	94,75	95,59	97,4	98,5	98,7	98,9
Hogares de 5 o más miembros	93,09	93,7	96,49	97,6	98,5	98,7	99

7. % de hogares con teléfono móvil según el número de habitantes del municipio de residencia, evolución 2003-2009

	(INE, 2009)						
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Más de 100.000 habitantes	77,72	80,41	83,44	90,3	92,9	93,7	94,9
De 50.000 a 100.000 habitantes	78,38	82,08	84,52	90,5	93,4	94	96
De 20.000 a 50.000 habitantes	75,57	78,97	80,61	89,5	91	93,1	93,3
De 10.000 a 20.000 habitantes	74,87	77,7	81,41	87,9	90,9	92,2	93,7
Menos de 10.000 habitantes	62,28	66,81	70,18	81,8	85,7	87,2	89,8

2.1.2 Equipamiento del hogar según variables socioeconómicas

8. % equipamiento de las TIC según los ingresos netos mensuales del hogar, evolución 2008-2009.

	Año	<1.100€	1.100€-1.800€	1.800€-2.700€	>2.700€	NS/NR
Ordenador						
(INE, 2009)	2008	30,4	63,8	84,2	94,1	64,8
	2009	34,7	68,6	85,7	94,6	70,2
Internet						
(INE, 2009)	2008	20,4	47,9	71,3	84,7	52,4
	2009	22,2	53,1	73,8	87,3	59,1
Móvil						
(INE, 2009)	2008	77,9	95,5	99	99,6	92,9
	2009	83,5	96,9	98,9	99,8	93,7

2.1.3 Motivaciones para mejorar el equipamiento del hogar

9. % razones por las que se decidieron a comprar un ordenador. (Máximo dos respuestas).

	(CIS, 2000)
Por los hijos	39,4
Acceso a Internet	11
Compra por Internet	0,1
Trabajo o estudio en casa	63
Jugar	8,1
Resolver gestiones desde casa	5,2
Otras	4,9
NS	0,1
NC	67,5

10. % razones por las que se decidirían a comprar un ordenador. (Máximo dos respuesta).

	(CIS, 2000)
Por los hijos	36
Acceso a Internet	6
Compra por Internet	0,3
Trabajo o estudio en casa	23,7
Jugar	1,7
Resolver gestiones desde casa	3,9
Otras	1,4
No compraría	38,3
NS	2,6
NC	85,8

2.1.4 Equipamiento personal según variables sociodemográficas

11. % equipamiento personal según grupos de edad, evolución 1999-2010.

	Año	6 a 17	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Ordenador personal									
(GARITAONANDIA, 1999) ⁵	1999	35	-	-	-	-	-	-	-
(CIS, 2007:2)	2007	-	75,6	71,6	74,6	74,9	44,3	17,4	58,7
(CIS, 2008:2 y 4) ⁶	2008	-	82,05	78,6	75,6	72,1	50	20,8	63
(CIS, 2009:3)	2009	-	91,5	83,6	81,4	72,7	48,5	19,6	64,2
(CIS, 2010:2)	2010		84,8	81,6	75,3	72	55,5	18,7	63,4
Teléfono móvil									

⁵ En la investigación original, el grupo de edad más joven era de 6 a 16 años.

⁶ Media anual de las dos investigaciones.

(GARITAONANDIA, 1999) ⁵		0 ⁷							
(INE, 2009)	2002	-	80,4	78,3	65,4	53,3	41,2	15,4	55,5
(INE, 2009)	2006	-	96,7	95,3	91,7	83,1	67,2	45	83
(INE, 2009)	2007	-	97,1	97,2	93,7	87,3	74	51,7	86,5
(CIS, 2007:2)	2007	-	92,4	90,4	93,7	91,1	74,7	50,2	81,2
(INE, 2009)	2008	-	98,1	97,3	94,9	90,4	78,7	57,9	88,8
(CIS, 2008:2 y 4) ⁶	2008	-	96	95,7	95,4	92,3	83,8	56,3	85,7
(INE, 2009)	2009	-	98	97,6	96,3	92	81,4	64,8	90,5
(CIS, 2009:3)	2009	-	-	-	-	-	-	-	-
Conexión a Internet									
(GARITAONANDIA, 1999) ⁵	1999	2	-	-	-	-	-	-	-
(CIS, 2007:2)	2007	-	63,4	56,1	60	59,7	35,1	9,7	46,1
(CIS, 2008:2 y 4) ⁶	2008	-	70,3	65,15	60,1	62	40,1	12,7	50,4
(CIS, 2009:3 y 4) ⁶	2009	65,4	79,7	71,3	72	63,7	41,4	15,6	55,8
(CIS, 2010:2)	2010	-	76,4	72,2	68,8	66,7	50,2	16,5	57,3
Videoconsola									
(GARITAONANDIA, 1999) ⁵	1999	32,5 ⁸	-	-	-	-	-	-	-
(CIS, 2007:2)	2007	-	57,3	41,2	42,1	36,1	17,7	3,6	31,7
(CIS, 2008:4)	2008	-	56,9	44,3	40,3	40,1	17,9	5	32,7
(CIS, 2009:3)	2009	-	64,2	51,5	51,2	43,4	21,7	4,6	38

⁷ En la investigación original: “es un equipamiento minoritario en los hogares consultados y bastante excepcional entre los jóvenes”.

⁸ Media entre jóvenes de 6 a 16 años que poseen personalmente una videoconsola o algún tipo de juego electrónico.

2.2 Variables sobre penetración de las TIC

2.2.1 Penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años según variables sociodemográficas

12. % penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años, evolución 1999-2009.

	(GARITAONANDIA, 1999) ¹	(INE, 2009)						
	1999	2003 ²	2004 ²	2005 ²	2006	2007	2008	2009
Ordenador personal	35	59,32	68	71,21	75,1	92,8	94,1	94,5
Teléfono Móvil	0 ³	34,31	45,7	53,8	58,3	64,7	65,8	68,4
Internet	15	50,49	60,2	65,5	71,7	76,8	82,2	85,1
Videoconsola	34							
Juegos Electrónicos	31							

13. % penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años por sexo, evolución 1999-2009. (Uso en los últimos 3 meses).

	AÑO	Ordenador chico	Ordenador chica	Internet chico	Internet chica	Móvil chico	Móvil chica
(GARITAONANDIA, 1999) ¹	1999	-	-	18	12	-	-
(INE, 2009) ²	2003	58,32	60,38	49,16	51,9	28,71	40,27
(INE, 2009) ²	2004	68,08	67,97	59,56	60,84	40,51	51,17
(INE, 2009) ²	2005	68,92	71,91	63,05	67,3	47,65	60,25
(INE, 2009)	2006	73	75,9	69,4	75,4	53	64
(INE, 2009)	2007	91,7	93,9	75,3	78,4	59,6	70,1
(INE, 2009)	2008	93,9	94,3	82,3	82,2	62,1	69,7
(INE, 2009)	2009	94,7	94,3	85,4	84,7	64	73

14. % penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años por edad, datos 1999 y 2008-2009.

	Usuarios de ordenador en los últimos 3 meses			Usuarios de Internet en los últimos 3 meses			Teléfono móvil			
	(G.,1999) ¹	(INE, 2009)		(G.,1999) ¹	(INE, 2009)		(G.,1999) ¹	(I., 2010:2) ⁴	(INE, 2009)	
	1999	2008	2009	1999	2008	2009	1999	2008	2009	
7				0 ⁵						
10		91,7	89		75	73,8		30,9 ⁴	29,2	32,3
11		93,9	95,1		79,2	80,9			45,3	49,8
12		91,9	95,3		81	83,7		67,6 ⁴	65,5	68,3
13	+125 ⁶	95,4	94,6		86,1	86,9			79,2	79,1
14		95,9	96,4		84,7	92,7			84,9	87,5
15		95,5	95,9	22	86,7	90,8	0	89,2 ⁴	87,5	88,3

¹ En la investigación original, el grupo de edad era de 6 a 16 años.

² En la investigación original, el grupo de edad era de 10 a 14 años.

³ En la investigación original: "es un equipamiento minoritario en los hogares consultados y bastante excepcional entre los jóvenes". (INTECO, 2010:2). En la investigación original los grupos de edad eran 10-11, 12 -14 y 15-16 años.

⁴ En la investigación original: "un niño de 6-7 años apenas lo usa".

⁵ Porcentaje de incremento sobre los niños de 6 años.

2.2.2 Penetración de Internet según variables sociodemográficas

15. % de penetración de Internet sobre el total de la población, evolución 1996-2010.

	(AIMC, 2010:2)	(AIMC, 2010:2)	(CIS, 2000-2010)	(INE, 2009)
	Usuarios/mes	Usuarios/día	Usuarios	Usuarios 12 meses
1996	1			
1997	2,7	0,9		
1998	4,6	1,8		
1999	7	2,9		
2000	12,6	5,6	17,3	
2001	20,4	9	23,9	
2002	22,5	10,6		18,74
2003	26,9	13,6		34,18
2004	32,4	16,8		37,46
2005	34,3	19,7		42,1
2006	37,5	22,2		48,6
2007	41,1	26,2	46,1	52
2008	45,4	29,9	51,5	56,7
2009	49,3	33,6	56 ⁷	59,8
2010	52,9	38,4	58 ⁷	

16. % de penetración de Internet sobre el total de la población por grupos de edad, evolución 1999-2009. Datos (INE, 2009), (GARITAONANDIA, 1999) y (Eespaña, 2001). (Usuarios los últimos 3 meses).

	AÑO	<15	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65
(GARITAONANDIA, 1999)	1999 ⁸	15	-	-	-	-	-	-
(eESPAÑA, 2001)	2001	3,4	-	-	-	-	-	0,7
(INE, 2009)	2002 ⁹	-	38,2	30,34	22,12	13,73	5,88	1,15
(INE, 2009)	2003 ⁹	50,49	68,08	52,58	38,42	26,17	12,01	3,21
(INE, 2009)	2004 ⁹	62,3	75,5	57,6	43,9	29,7	13,7	3
(INE, 2009)	2005 ⁹	65,1	79,7	64,7	48,8	32,1	17,3	3,7
(INE, 2009)	2006	72,3	82,8	66,7	54,3	39,6	17,9	5
(INE, 2009)	2007	76,8	86,3	72,6	57,1	45,9	21,1	6,4
(INE, 2009)	2008	82,2	90,3	78,3	63,7	50,8	24,6	8,9
(INE, 2009)	2009	85,1	92,3	80,1	68,2	54,9	29,1	11

⁷ Media anual.

⁸ En la investigación original, el grupo de edad era de 6 a 16 años.

⁹ En la investigación original, el grupo de edad era de 10 a 14 años.

17. % de penetración de Internet sobre el total de la población por grupos de edad, evolución 2001-2010. Datos (EGM, 2010:2).

	AÑO	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65	Audiencia
(EGM, 2010:2)	2001	39,6	40,5	30,4	20	11,6	4,3	0,5	usuarios/mes
(EGM, 2010:2)	2002	48,3	49,1	36,2	22,5	14,2	5,3	0,9	usuarios/mes
(EGM, 2010:2)	2003	55,4	51,8	39,3	26,7	18,4	6,5	1,1	usuarios/mes
(EGM, 2010:2)	2004	65,4	60,4	48,5	33,2	24,3	9,8	1,5	usuarios/mes
(EGM, 2010:2)	2005	36,6	35,8	29,3	20,6	16,9	7,1	1,1	usuarios/día
(EGM, 2010:2)	2006	42,5	40,4	32,5	23,3	17,5	8,8	1,4	usuarios/día
(EGM, 2010:2)	2007	51,7	48,6	37,5	28,6	22,3	11,3	1,9	usuarios/día
(EGM, 2010:2)	2008	49,6	47,9	41,6	32,1	25,7	16,1	7,2	usuarios/día
(EGM, 2010:2)	2009	57	54,1	48,7	38	29,4	18,9	8,3	usuarios/día
(EGM, 2010:2)	2010	61,9	60,8	52,9	44,2	32,6	21,5	10,2	usuarios/día

18. % de penetración de Internet sobre el total de la población por grupos de edad, evolución 2001-2010. Datos (CIS, 2008-2010). (Usuarios en alguna ocasión).

Año		7-17	18-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65
2008	(CIS, 2008:2)	-	84,2	76,6	64,2	49,7	25,7	4,7
	(CIS, 2008:3)	-	86,6	78,8	64,2	49,1	28,2	14,1
2009	(CIS, 2009:1)	-	91	83,2	70,5	50,8	23,6	8,3
	(CIS, 2009:3)	-	96,3	85,3	78,8	57,4	28,9	9,7
	(CIS, 2009:4)	65,4	-	-	-	-	-	-
2010	(CIS, 2010:1)	-	94,6	88,9	75,5	58,3	35,5	7,5

19. Distribución del perfil de los internautas por grupos de edad, evolución 1997-2010. Datos (EGM, 2010:1). (Sobre el total de usuarios que se conectaron ayer).

	AÑO	14-19	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65
(EGM, 2010:1)	1997	14,7	14,7	43,4	22	8	-	-
(EGM, 2010:1)	1998	8,7	15,2	38,2	22,8	11,7	-	-
(EGM, 2010:1)	1999	9,3	15,7	35,4	24,1	12,6	-	-
(EGM, 2010:1)	2000	11,6	18,2	33,8	21,2	11,7	-	-
(EGM, 2010:1)	2001	14,5	19,5	31,3	19,9	10,7	-	-
(EGM, 2010:1)	2002	14,2	18,2	33,9	19,5	10,4	-	-
(EGM, 2010:1)	2003	15,6	16,9	31,7	20,2	11,5	-	-
(EGM, 2010:1)	2004	14,7	15,5	31,9	20,6	12,6	-	-
(EGM, 2010:1)	2005	14,4	15,1	30,9	20,6	13,5	4,4	1,1
(EGM, 2010:1)	2006	15	15,1	30,5	20,5	12,5	5,1	1,3
(EGM, 2010:1)	2007	14,9	13,4	28,7	22,2	13,7	5,7	1,5
(EGM, 2010:1)	2008	12,6	11,5	27,8	21,8	14,1	7,2	4,9
(EGM, 2010:1)	2009	11,9	11,3	28,3	22,2	14,3	7,2	4,9
(EGM, 2010:1)	2010	11,3	11,1	27,2	23,2	14,3	7,4	5,4

Por favor envía tus sugerencias a: juanlopez27@gmail.com / [@juanlopez27](https://twitter.com/juanlopez27) / www.juanls.es

20. Distribución del perfil de los internautas por grupos de edad, evolución 1997-2010. (Sobre el total de usuarios que se conectaron ayer).

	AÑO	<20	20-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65	NS/NC
(AIMC, 1996)	1996	3,2	16,4	42,9	25,9	9,2	1,8	0,4	0,2
(AIMC, 2000)	2000	9,5	18,5	38,4	21,6	8,9	2,1	0,6	0,5
(AIMC, 2001)	2001	9,3	20,7	38,6	19,9	8,8	2,1	0,5	0,2
(AIMC, 2003)	2003	12,3	22,2	37,3	17,4	8	2,1	0,5	0,1
(AIMC, 2004)	2004	10,9	23,1	38,7	17,2	7,4	2,2	0,4	0,2
(AIMC, 2005)	2005	8,3	21,3	39,6	19,4	8,6	2,3	0,4	0,2
(AIMC, 2006)	2006	7,1	20,4	40	20	9,3	2,6	0,5	0,2
(AIMC, 2007)	2007	7,3	19,4	39,2	20,8	9,7	2,9	0,6	0,1
(AIMC, 2008)	2008	6,1	17,9	38,7	22,1	10,9	3,4	0,8	0,1
(AIMC, 2009)	2009	5	15,2	38,7	24,2	12	3,8	1	0,1
(AIMC, 2010:1)	2010	3,9	11,8	35,8	27,6	14,6	5,1	1,3	0,1

2.2.3 Penetración de Internet según variables socioeconómicas

21. % de penetración de Internet por nivel de estudios sobre el total de la población, evolución 2002-2009. (Usuarios los últimos 3 meses).

	Año	Sin estudios	Primarios (EGB/ESO)	Secundarios (BUP/FP)	Universitarios
(INE, 2009)	2002	-	7,1	-	46,4
(INE, 2009)	2003	-	6,7	-	73,9
(INE, 2009)	2004	0,1	6,7	61,2	83,1
(INE, 2009)	2005	0,8	7	64,8	85,5
(INE, 2009)	2006	0	11,9	66,7	87,9
(INE, 2009)	2007	0,4	11,2	71,6	89,3
(INE, 2009)	2008	0,4	13,8	76,3	91,7
(INE, 2009)	2009	0,6	17,2	78,3	92,4

22. Distribución del perfil del internauta según su nivel de estudios, evolución 1996-2010.

Código	Año	Sin estudios	Primarios (EGB/ESO)	Secundarios (BUP/FP)	Universitarios	NS/NC
(AIMC, 1996)	1996	0,2	3,2	33,7	62,3	0,6
(AIMC, 1998)	1998	0,3	6,4	40,5	52	0,8
(AIMC, 2000)	2000	0,4	6,9	35,7	56,3	0,7
(AIMC, 2001)	2001	0,3	8,6	38,7	52,1	0,3
(AIMC, 2003)	2003	0,4	11	41,3	47,1	0,2
(AIMC, 2004)	2004	0,5	10,2	43,3	45,9	0,2
(AIMC, 2005)	2005	0,4	9,5	43,6	46,3	0,2
(AIMC, 2006)	2006	0,3	9,7	43,5	46,1	0,3
(AIMC, 2007)	2007	0,4	9,6	42,8	46,9	0,2
(AIMC, 2008)	2008	0,5	9,7	42,9	46,7	0,2
(AIMC, 2009)	2009	0,4	10,2	41,3	47,7	0,3
(AIMC, 2010:1)	2010	0,4	9	39,7	50,6	0,3

23. Distribución del perfil del internauta según su clase social, evolución 1997-2010.

	Año	Alta	Media-Alta	Media-Media	Media-Baja	Baja
(AIMC, 2010:2)	1997	29,2	34,9	29,7	5,8	0,4
(AIMC, 2010:2)	1998	35,3	31,6	25,7	6,3	1,1
(AIMC, 2010:2)	1999	32,6	33,8	26,1	6,5	1
(AIMC, 2010:2)	2000	26,6	30,8	35,1	6,3	1,2
(EGM, 2001) ¹⁰	2001	18,6	26,7	39,7	12,3	2,3
(AIMC, 2010:2)	2001	24,3	27	38,3	8,9	1,5
(AIMC, 2010:2)	2002	20,2	27,6	41,2	9,9	1,1
(AIMC, 2010:2)	2003	19,6	25,5	40,3	13,4	1,2
(AIMC, 2010:2)	2004	19,1	25,1	39,4	15,3	1,1
(AIMC, 2010:2)	2005	19,5	22,8	41,3	14,9	1,5
(AIMC, 2010:2)	2006	15,1	22,5	46	14,7	1,7
(AIMC, 2010:2)	2007	16,1	21,5	43,9	17,1	1,4
(AIMC, 2010:2)	2008	15,1	22,3	44	16,2	2,4
(AIMC, 2010:2)	2009	15	21,7	45,3	15,7	2,3
(AIMC, 2010:2)	2010	13,4	20,5	46,7	17,4	2

¹⁰ En (CASTELLS Y DÍAZ, 2001)

2.2.4 Penetración del teléfono móvil según variables sociodemográficas

24. % de penetración del teléfono móvil sobre el total de la población, evolución 2000-2009.

Año	(eESPAÑA, 2010)
2000	59,9
2001	72,1
2002	80,1
2003	87,1
2004	89,4
2005	96,8
2006	102,2
2007	107,1
2008	107,6
2009	113

2.3 Variables sobre el ordenador

2.3.1 Acceso al ordenador

25. Edad a la comienzan a usar el ordenador ellos solos.

	Año	Edad
(GARITAONANDIA, 1999)	1998	9

2.3.2 Tipo, frecuencia y tiempo de uso

26. % de usos del ordenador por grupos de edad sobre usuarios habituales, evolución 1999-2009.

	Año	Edad	Jugar	Escribir / Uso escolar	Dibujar	Búsqueda	Otros
(GARITAONANDIA, 1999)	1998	<11	87				
		6-16	83	63	47	28	
		>12	79	> ¹			
(INE, 2009)	2003	10-15	92,04	84,87	-	-	11,85
(INE, 2009)	2004		86,63	85,96	-	-	7
(INE, 2009)	2005		87,04	87,37	-	-	7,86
(INE, 2009)	2006		89,1	90,2	-	-	7,4
(INE, 2009)	2007		85	90,2	-	-	7
(INE, 2009)	2008		84,9	91,9	-	-	17,8
(INE, 2009)	2009		88	93,4	-	-	28,2

27. % de usos del ordenador entre jóvenes por sexo, evolución 1999-2009.

	Año	Ocio chico	Ocio chica	Trabajos chico	Trabajos chica	Otros chico	Otros chica	NS/NR chico	NS/NR chica
(GARITAONANDIA, 1999) ²	1999	> ³			> ³				
(INE, 2009) ⁴	2003	93,66	90,37	84,21	85,54	12,5	11,19	-	-
(INE, 2009) ⁴	2004	88,39	84,77	83,08	89,01	6,4	7,63	0	0
(INE, 2009) ⁴	2005	88,15	85,92	85,31	89,45	6,88	8,85	0,95	1,02
(INE, 2009)	2006	89,4	88,8	88	92,4	6,1	8,8	0,4	0,1
(INE, 2009)	2007	86,1	83,8	87,5	92,9	6,3	7,8	1,2	1,1
(INE, 2009)	2008	85,8	83,9	89,5	94,6	18,1	17,6	0,7	0,6
(INE, 2009)	2009	87,8	88,4	92,4	94,5	26	30,5	0	0

28. Tiempo de uso del ordenador en horas entre jóvenes de 6 a 16 años.

	Año	Tiempo (h)
(GARITAONANDIA, 1999)	1998	0,68

29. Tiempo de uso del ordenador en horas entre jóvenes de 6 a 16 años por sexo.

	Año	Sexo	Tiempo (h)
(GARITAONANDIA, 1999)	1998	Chicos	0,87
		Chicas	0,5

¹ En la investigación original: "La tendencia a usar el ordenador para los trabajos del colegio crece con la edad"

² En la investigación original el grupo de edad es de 6 a 16 años.

³ En la investigación original: "Los chicos emplean más el ordenador que las chicas para jugar, por el contrario éstas tienen un sentido más práctico y lo usan más para hacer los deberes escolares"

⁴ En la investigación original el grupo de edad es de 10 a 14 años.

2.4 Variables sobre Internet

2.4.1 Acceso a Internet

30. % lugares desde los que se accede a Internet por grupos de edad, evolución 2002-2010.

	Año	10-15	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65	TOTAL
En casa									
(INE, 2009)	2002	-	66,6	62,1	72,27	74,65	71,04	78,03	68,06
(INE, 2009)	2003 ¹	50,72	56,57	55,76	62,55	69,97	64,78	74,7	59,66
(INE, 2009)	2004 ¹	51,44	58,88	58,89	67,37	71,54	76,75	58,53	63,17
(INE, 2009)	2005 ¹	53,22	61,21	57,41	66,97	70,87	74,29	78,92	63,35
(INE, 2009)	2006	58,4	68,7	60,8	69	77,5	74,4	85,7	68
(INE, 2009)	2007	71,3	76,4	66,3	72,3	82,6	82,5	85,1	73,7
(INE, 2009)	2008	76	82,3	71,7	76,4	82,8	80,8	81,6	77,6
(INE, 2009)	2009	80,4	83,5	77,5	79,2	86,2	84,7	85,8	81,2
(CIS, 2009:1) ²	2009	-	87,4	80,2	79,8	84	79,5	95,1	82,3
En el centro de estudios									
(INE, 2009)	2002	-	36,34	9,63	3,03	3,6	3,79	2,55	15,19
(INE, 2009)	2003 ¹	54,71	46,23	12,2	5,09	3,93	4,09	15,84	20,38
(INE, 2009)	2004 ¹	61,54	48,18	12,06	5,61	4,89	2,66	0,93	20,1
(INE, 2009)	2005 ¹	63,43	46,86	14,73	5,85	3,93	3,6	2,95	19,7
(INE, 2009)	2006	61,2	41	8,9	5,1	3,3	2,2	3,4	14,5
(INE, 2009)	2007	54,3	41,2	8,1	3,1	2,9	2,9	4,4	13,3
(INE, 2009)	2008	58,7	38,7	9,1	3	2,5	2,1	4,1	12,4
(INE, 2009)	2009	58,9	44,5	10,7	3,6	4,9	4,3	7,3	14,3
En el trabajo									
(INE, 2009)	2002	-	14,95	50,1	57,92	59,96	54	16,48	42,14
(INE, 2009)	2003 ¹	-	15,35	48,31	60,79	57,28	56,84	24,82	41,33
(INE, 2009)	2004 ¹	-	13,96	52,27	59,5	60,71	51,82	23,31	43,02
(INE, 2009)	2005 ¹	-	14,34	54,1	58,99	62,23	51,38	4,55	44,44
(INE, 2009)	2006	-	16	54,6	56,5	60,6	52,3	17,3	46
(INE, 2009)	2007	-	18,4	52,5	54,3	55,5	44,5	19,6	44,8
(INE, 2009)	2008	-	17,5	49,9	52,5	56,6	47	13,9	43,9
(INE, 2009)	2009	-	16,5	48,1	52,9	52,8	46,2	14,1	42,9
(CIS, 2009:1) ²	2009	-	14,3	39,5	40,6	35,5	33,3	7,3	33,6
En casa de un familiar o amigo									
(INE, 2009)	2002 ³	-	17,5	11,36	6,23	3,77	4,46	5,87	10,93
(INE, 2009)	2003 ¹	-	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2004 ¹	-	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2005 ¹	32,4	45,39	35,51	18,83	11,12	9,87	13,59	30,04
(INE, 2009)	2006	35,2	47	35,2	18,9	13,5	10,5	10,2	29,5

¹ En la investigación original los grupos de edad son 10-14 y 15-24.

² En la investigación original el segundo grupo de edad es 18-24.

³ En la investigación original: "En otro hogar".

(INE, 2009)	2007	33,5	42,9	30,3	17,9	9,8	7,3	5,6	25,4
(INE, 2009)	2008	28,6	40,4	31,6	18,5	9,7	12,2	10,4	25,2
(INE, 2009)	2009	30	45,3	35,5	19,8	12,3	10,2	18,7	27,6
(CIS, 2009:1) ⁴	2009	-	18,4	12,7	9,7	6	9	4,9	11,4
En un centro público									
(INE, 2009)	2004 ⁵	-	22,16	14,23	9,38	6,81	2,17	7,99	14,07
(INE, 2009) ⁵	2005 ⁵	22,14	18,96	13,43	8,89	7,93	10,68	11,65	13,15
(INE, 2009)	2006	22,2	17,4	12,4	9,5	5,7	6,5	10,2	11,6
(INE, 2009)	2007 ⁶	16,2	19,8	11,9	10,3	6,4	8,2	8,3	12,2
(INE, 2009)	2008	14,6	18,9	13,4	9,3	6,4	8,9	13,6	12,2
(INE, 2009)	2009	15,7	26,2	17,5	12,7	8,9	8,5	10,9	15,9
En cibercafés y similares ⁷									
(INE, 2009)	2002	-	20,09	10,72	4,76	1,68	4,83	3,19	10,93
(INE, 2009)	2003 ⁵	-	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2004 ⁵	-	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2005 ⁵	19,53	21,58	16,62	6,91	4,47	2,98	1,43	13,53
(INE, 2009)	2006	16,4	19,5	14,1	6,9	5	3,8	1,5	11,7
(INE, 2009)	2007	12,7	14,7	14,3	7,5	3,5	3,2	0,3	10,3
(INE, 2009)	2008	8,6	10,7	13,3	6,8	3,5	3,1	2,4	8,8
(INE, 2009)	2009	7,8	13,1	12,2	5,7	3,3	1,9	0,4	8,4
(CIS, 2009:1) ⁴	2009		20,2	11,5	8,2	5,5	7,7	4,9	10,8
Otros lugares									
(INE, 2009)	2002	-	4,76	4,42	2,86	1,33	3,83	5,49	3,84
(INE, 2009)	2003 ⁵	40,84	44,64	30,86	17,03	11,69	10,6	16,93	29,26
(INE, 2009)	2004 ⁵	37,63	30,11	23,11	14,27	8,46	7,6	18,91	20,76
(INE, 2009)	2005 ⁵	2,79	1,3	2,99	2,87	1,12	3,02	3,37	2,31
(INE, 2009)	2006	2,7	1,9	2,9	2,4	3,1	3,2	1,3	2,6
(INE, 2009)	2007	2,1	2,7	2,6	3,8	3,5	1,5	2,1	3
(INE, 2009)	2008	2,3	3,9	4,6	3,7	3,3	5,6	3,8	4,1
(INE, 2009)	2009	2,2	5,5	6,5	5,3	4,5	4	4,2	5,4
NS/NC									
(INE, 2009)	2003 ⁵	0,56	0,64	0,71	0,38	0,19	0,52	6,13	0,59
(INE, 2009)	2004 ⁵	0,03	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2005 ⁵	5,76	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2006	4,9	0	0	0	0	0	0	0
(INE, 2009)	2007	4,9	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2008	5,9	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2009	0	-	-	-	-	-	-	-
(CIS, 2009:1) ⁴	2009	-	0,4	0,9	1,4	1	0	0	0,9

⁴ En la investigación original el segundo grupo de edad es 18-24.

⁵ En la investigación original los grupos de edad son 10-14 y 15-24.

⁶ Suma de las categorías biblioteca, oficina postal, centro público de la Administración y asociación o centro público de la investigación original.

⁷ En la investigación original: "En un lugar público (cibercafé, biblioteca, locutorio)".

31. % lugares desde los que acceden a Internet jóvenes de 10 a 15 años según el número de habitantes de su municipio de residencia, evolución 2003-2009.

		(INE, 2009)						
	Año	Vivienda	Familiares	Colegio	Centros públicos	Cibercafés	Otros	NS/NR
>100.000								
	2003 ⁸	54,23	-	54,13	-	-	40,67	0,52
	2004	57,29	-	58,99	-	-	33,48	0,08
	2005	62,21	33,72	60	14,83	20,69	1,91	4,41
	2006	70,2	39,1	59	11,2	16,3	2,3	6,1
	2007	89,9	31	66,6	8,7	9,5	1	3,7
	2008	82,6	28,6	58,3	7,7	9,1	1,6	5,1
	2009	85,7	31,8	58,5	9,6	8,8	2,4	0
50.000-100.000								
	2003	53,56	-	55,01	-	-	43,06	0
	2004	60,15	-	59,95	-	-	32,4	0
	2005	61,94	29,99	68,2	16,56	21,76	1,56	4,06
	2006	55,1	33,9	53,4	9,2	16,5	2,9	7,7
	2007	89,7	32,8	65	14,3	16,9	1,4	6,4
	2008	78,1	24,8	54,8	7,5	7,1	1,7	6,1
	2009	84,8	27,6	51,5	12,4	8,8	0,5	0
20.000-50.000								
	2003	46,62	-	49,08	-	-	45,81	0
	2004	44,69	-	62,23	-	-	44,99	0
	2005	47,7	37,26	64,43	22,92	17,74	3,01	6,07
	2006	52,2	37,6	63,7	25,7	15,2	3,4	4,2
	2007	81,3	37,4	64,3	18,4	16,7	1,3	5,4
	2008	73,8	31	57	16,2	11,6	1,7	7,2
	2009	82,3	27,3	55,4	13,4	10,3	1,7	0
10.000-20.000								
	2003	52,24	-	51,55	-	-	42,77	1,23
	2004	48,41	-	61,89	-	-	45,11	0
	2005	50	28,46	62,78	27,53	20,64	6,13	9,37
	2006	49,7	33,4	62,9	35,4	21,6	2,3	6
	2007	84,2	30	67,5	16,9	10,9	2,5	5,5
	2008	71,4	29,5	62,8	19,8	7,6	4,6	5,6
	2009	75,9	28,5	60	18	6,5	2,5	0
<10.000								
	2003	41,81	-	62,87	-	-	34,61	1
	2004	43,01	-	66,58	-	-	37,48	0
	2005	37,54	29,63	67,65	35,28	16,95	3,02	6,88
	2006	45,7	27,1	66,2	39,7	14,2	3,1	5,1
	2007	78,8	28,1	69,8	31,2	9,2	1,7	4,5

⁸ En la investigación original el grupo de edad es 10-14.

	2008	65,3	27,7	60	28	6,6	2,9	6,7
	2009	69,8	31,2	65	29,1	4,6	2,8	0

32. % de lugares de conexión de jóvenes de 10 a 15 años según su sexo, evolución 2003-2009.

(INE, 2009)														
Año	Vivienda		Familiares		Colegio		Lugar público		Cibercafés		Otros		NS/NR	
	Chico	Chica	Chico	Chica	Chico	Chica	Chico	Chica	Chico	Chica	Chico	Chica	Chico	Chica
2003	48,43	53,03	-	-	52,92	56,52	-	-	-	-	44,7	36,96	0,34	0,78
2004	48,48	54,51	-	-	63,09	59,94	-	-	-	-	39,22	35,98	0	0,07
2005	51,24	55,17	33,32	31,48	63,04	63,82	21,96	22,31	21,47	17,62	2,21	3,37	6,65	4,87
2006	60,6	56,2	32,6	37,8	63,6	58,9	20,3	23,9	16,9	15,8	2,1	3,3	5,6	5,9
2007	70,7	71,9	32,3	34,7	54,3	54,3	16,6	15,9	13,9	11,5	2,2	2	5,6	4,2
2008	75,1	76,9	28,7	28,5	60,2	57	14	15,2	10	7,3	2	2,6	7	4,8
2009	80,5	80,2	29,1	31,1	60,5	57,2	15,5	15,9	9,1	6,4	2	2,3	0	0

33. % de dispositivos móviles usados para acceder a Internet por tipo de dispositivo y grupos de edad, evolución 2007-2009.

(INE, 2009)	Año	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65	TOTAL
Teléfono móvil banda ancha vía UMTS, 3G								
	2007	13,3	13,3	10,1	5,1	2,8	1,5	10,5
	2008	14,1	15,1	9,9	4,9	5	3,5	11,2
	2009	20	20,8	14,4	8,7	5,4	1,3	15,6
Otro teléfono móvil (GPRS, WAP)								
	2007	13,7	12	7,7	4,6	1,4	0	9,5
	2008	9,7	9,3	6,2	3,3	2,8	1	7,1
	2009	11,9	9,2	6,3	4,3	3,6	0	7,6
Ordenador de mano (PDA, pocket PC, palmtop)								
	2007	6	7,4	5	3,8	2	3,9	5,6
	2008	6,4	8,8	6,1	4,3	3,4	1,2	6,5
	2009	7,9	10,8	8,5	5,8	4,4	2,7	8,2
Ordenador portátil a través de una conexión sin cables (wireless) fuera de la vivienda habitual o centro de trabajo								
	2007	25,9	20,9	17,5	16,7	10,5	6,8	19,8
	2008	29,1	24,4	16,9	14,4	10,8	11,7	20,9
	2009	36,8	32	22,2	23,3	18,9	11,8	27,8
Otros dispositivos móviles								
	2007	1,9	2,1	1,4	2,3	1,8	2,9	1,9
	2008	4,1	5	2,5	3	3,6	3,1	3,8
	2009	-	-	-	-	-	-	-

34. Distribución de opiniones según el grado de acuerdo sobre las siguientes afirmaciones sobre Internet por grupos de edad.

	Edad	(CIS, 2009:4)					
		Muy	Bastante	Poco	Nada	N.S.	N.C.
Internet facilita la comunicación entre las personas	18 a 24	56,6	37,6	2,5	2,5	0,4	0,4
	25 a 34	46,6	45,1	4,6	2,3	1,2	0,2
	35 a 44	38,1	49,7	6,6	3,2	1,6	0,8
	45 a 54	32,3	50,8	7,9	2,1	5,9	1
	55 a 64	27,2	49,2	8,5	3,6	11,5	-
	>65	8,2	48,5	5,3	4,5	32,9	0,6
	TOTAL	33,4	47,4	6	3,1	9,6	0,5
El uso de internet favorece la intromisión en la vida privada de las personas	18 a 24	31,4	48,8	11,6	4,5	3,3	0,4
	25 a 34	27,4	46,8	16,9	5,8	2,9	0,2
	35 a 44	25,7	49,1	15,4	4,8	4,6	0,4
	45 a 54	29,2	46,2	12,1	3,3	8,7	0,5
	55 a 64	25,1	43,8	7,9	3,6	19,6	-
	>65	14,1	40,9	4,7	1,2	38,2	0,8
	TOTAL	24,8	45,8	11,7	3,9	13,5	0,4
Con internet se resuelven más fácilmente algunos problemas de la vida cotidiana	18 a 24	33,9	42,1	15,7	6,2	1,7	0,4
	25 a 34	31,7	47,4	11,3	7,1	2,3	0,2
	35 a 44	28,1	48,5	14,2	5	3,4	0,8
	45 a 54	23,1	47,2	13,6	6,9	8,5	0,8
	55 a 64	19,6	38,7	12,1	6,6	22,7	0,3
	>65	5,1	32,1	9,2	6,7	46,2	0,6
	TOTAL	22,9	42,9	12,4	6,4	14,9	0,5
Internet facilita la posibilidad de que la gente se mantenga informada	18 a 24	50	44,2	2,5	2,1	1,2	-
	25 a 34	42,2	50,7	3,8	1,2	1,9	0,2
	35 a 44	37,1	53,5	5	1,2	2,6	0,6
	45 a 54	30	54,9	5,6	1,3	6,9	1,3
	55 a 64	27,2	48	8,2	0,9	15,7	-
	>65	7,8	48,3	4,9	1,8	36,4	0,8
	TOTAL	31,2	50,4	5	1,4	11,5	0,5

35. Distribución de razones para no usar Internet por grupos de edad, datos 2003 y 2008-2009.

	Año	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65
No le gusta, ni le interesa							
(INE, 2009) ⁹	2003 ¹⁰	59,65	64,82	69,02	77,3	83,81	85,6
(CIS, 2007:2)	2007	33,3	32,3	38,7	40,7	46,6	48,7
(CIS, 2008:2)	2008	20	24,8	30,7	34,2	39,7	45,9
No dispone de tiempo							
(INE, 2009)	2003 ⁹	22,24	22,58	24,6	21,65	14,43	7,9
(CIS, 2007:2)	2007	21,1	27,5	23	19,9	8,4	3,5
(CIS, 2008:2)	2008	15	24	21,6	13,3	6,8	2
No sabe utilizarlo							
(CIS, 2007:2)	2007	14	18	31,9	47,1	54,2	62,4
(CIS, 2008:2)	2008	20	22,3	33,5	44,9	47,7	58,1
No tiene fácil acceso							
(CIS, 2007:2)	2007	38,6	36,5	22,5	14,5	13,7	12,8
(CIS, 2008:2)	2008	35	28,1	18,8	12,8	12,7	7,1
Es caro							
(INE, 2009) ¹¹	2003	21,29	20,72	19,08	16,91	18,05	14,4
(CIS, 2007:2)	2007	19,3	15	10,3	8,6	8,4	3,5
(CIS, 2008:2)	2008	17,5	13,2	6,8	5,1	3,4	2
N.S.							
(CIS, 2007:2)	2007	0	1,2	0,5	0	1,2	1,1
(CIS, 2008:2)	2008	2,5	0,8	2,8	0	1,3	0,2
N.C.							
(CIS, 2007:2)	2007	0	1,8	3,4	0,9	1,2	2,2
(CIS, 2008:2)	2008	2,5	1,7	2,3	3,1	3,4	3,8
No confía en las NNTT							
(INE, 2009)	2003 ¹²	5,26	9,54	9,31	9,19	9,44	8,1
(CIS, 2008:2)	2008	0	0,8	0,6	2,6	3	2

⁹ En la investigación original: "Falta de interés".

¹⁰ En la investigación original el primer grupo de edad es 15 -24.

¹¹ En la investigación original el primer grupo de edad es 15 -24.

¹² En la investigación original: "Falta de seguridad".

36. Distribución de primera y segunda razón para no usar Internet por grupos de edad.

(CIS, 2009:4)										
	Edad	No le gusta, no le interesa	No dispone de tiempo	No confía en las nuevas tecnologías	No sabe	No tiene fácil acceso	Es caro	No tiene ordenador	Le preocupa la falta de privacidad de internet	NS/NC
Primer lugar	18-24	21,4	14,3	,	,	7,1	14,3	35,7	,	7,1
	25-34	28,8	11,3	2,5	20	6,3	8,8	17,5	1,3	2,5
	35-44	38	14	1,6	15,5	5,4	5,4	11,6	2,3	4,7
	45-54	37,1	12,9	,	27,5	1,1	1,1	14	0,6	5,6
	55-64	41,1	3,9	1,7	31,2	2,6	1,7	11,7	0,9	3,9
	>65	35,2	0,5	1,9	39,5	1,9	0,5	10,6	,	9,7
	TOTAL	36,5	6	1,5	30,8	2,7	2,3	12,4	0,7	6,6
Segundo lugar	18-24	7,1	14,3	,	14,3	,	28,6	14,3	,	21,4
	25-34	16,3	15	2,5	16,3	6,3	12,5	10	3,8	13,8
	35-44	15,5	20,2	5,4	14	7,8	7,8	5,4	0,8	16,3
	45-54	25,8	9	5,6	17,4	3,4	3,4	10,1	2,2	20,3
	55-64	16	8,2	6,9	28,1	0,9	3	12,1	2,2	20,8
	>65	21	1,4	5	23,4	3,1	0,9	18,7	1,2	25,6
	TOTAL	19,5	7,7	5,3	21,6	3,4	3,9	13,5	1,7	21,3

37. % de razones para no usar Internet según el número de personas que viven en el hogar, evolución 2002-2009.

		(INE, 2009)				
Año		1 miembro	2 miembros	3 miembros	4 miembros	>5 miembros
Acceden desde otro lugar						
	2003	6,12	7,53	15,7	16,81	17,72
	2004	8,33	10,87	23,15	25,9	32,21
	2005	10,79	12,86	24,5	29,59	29,82
	2006	16,5	14,4	25,7	30,7	27,7
	2007	20,9	13,9	17,3	12,8	8,1
	2008	10,8	9,5	18,7	19,7	14,3
	2009	21,2	13	20,2	14,9	15,5
No quieren, no lo necesitan o lo desconocen						
	2002	65,1	67,3	60,2	58,7	57,6
	2003	76,49	73,77	64,07	60,73	55,45
	2004	80,5	78,81	67,34	62,23	58,94
	2005	78,08	74,5	62,25	59,4	54,63
	2006	77,6	78,9	68,2	62,3	57,1
	2007	50,2	38,3	42,1	41,4	30,6
	2008	59,3	62,7	53,2	44,2	38,8
	2009	33,2	42,8	36,8	43,8	36,6
No quieren Internet (contenidos perjudiciales, peligrosos, etc.)						
	2008	21,5	22,7	17,9	18	17,1
La conexión cuesta demasiado						
	2002	3,7	5,85	8,22	10,46	11,17
	2003	12,1	14,64	20,62	22,02	29,13
	2004	27,45	27,69	30,78	34,01	41,74
	2005	30,35	30,29	36,34	38,68	40,8
	2006	26	25,9	31,8	33,9	44,1
	2007	37,8	27,6	31,6	28,9	18,5
	2008	15,8	15,8	23,1	26	35,2
	2009	39,1	34	24,2	30,8	28,9
Los costes del equipo son demasiado altos						
	2008	16,4	15,8	21,8	23,5	34,6
No tienen conocimientos para utilizarlo						
	2002	33,11	27,88	18,38	12,19	14,38
	2003	34,15	31,44	20,48	16,22	18,89
	2004	62,58	55,62	37,62	30,37	34,52
	2005	61,39	52,41	36,86	30,54	29,96
	2006	47,8	48,2	30,3	23,6	26,4
	2007	-	-	-	-	-
	2008	32,1	34,2	21,1	11,7	14
No tienen ordenador o no tienen el equipo adecuado						
	2003	41,77	40,98	40,22	36,2	39,87

No existe disponibilidad de conexión en su zona						
	2007	13,3	20,4	14,6	20,3	29,1
	2009	11,3	16,8	23,8	24,6	28,7
Razones relativas a la seguridad o la privacidad						
	2008	1,7	1,8	2,3	3,7	2,8
Discapacidad física						
	2008	2	1,5	1,1	0,3	0,1
Otros motivos						
	2003	1,35	1,45	1,86	2,57	0,85
	2004	8,6	9,48	12,53	17,04	15,65
	2005	13,21	14,26	19,06	22,16	19,84
	2006	8,9	8,6	11,9	16,3	17
	2007	23	13	14,9	18,5	19,3
	2008	20,5	19,2	21,4	25,4	23,9
	2009	34	33,6	27,7	21,2	20,7
NS / NR						
	2002	2,85	2,72	3,67	4,09	3,51
	2003	5,44	4,5	3,36	3,01	3,11
	2004	0,86	0,39	0,51	0,29	0,64
	2005	0,2	0,28	0,4	0,06	0,06
	2006	0,1	0,1	0	0,1	0

2.4.2 Tipo, frecuencia y tiempo de uso

38. % de uso de Internet como medio informativo por grupos de edad, evolución 2002-2009.

	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Lectura de noticias de actualidad / INE: Medios de Comunicación (TV, Radio, Prensa)								
(INE, 2009)	2002	43	44,7	46	46,6	38,75	46,7	44,5
(INE, 2009)	2003	50,22	51,27	49,6	49,32	42,97	40,98	49,91
(INE, 2009)	2004	53,13	57,35	49,43	43,55	46,44	39,43	52,09
(INE, 2009)	2005	54,94	56,24	54,06	51,52	50,51	44,6	54,42
(INE, 2009)	2006	62,9	62	59,4	58,1	56,4	47,2	60,5
(CIS, 2007:2)	2007	34,3	43,4	41,8	41,3	48,4	50	41,4
Leer o descargar periódicos o revistas de actualidad on-line								
(INE, 2009)	2007	45,8	38	48,3	48,1	47	48,6	49,8
(INE, 2009)	2008	47,5	39,4	50,3	46,3	49,8	58,1	51,9
(INE, 2009)	2009	57,8	65,9	64	64,8	66,6	73,8	63,8
Escuchar radio o ver televisión vía Internet								
(INE, 2009)	2007	32,4	41,9	35,1	29,4	23,9	19,7	13,9
(INE, 2009)	2008	51,4	47,1	37	29	24,7	33,2	41,1
(INE, 2009)	2009	52,6	48,4	38,8	32,5	23,4	30,4	42,1
Lectura de blogs								
(INE, 2009)	2008	45,5	33,1	23,9	22,9	22,6	22,6	31

39. % de uso de Internet para la educación y formación por grupos de edad, evolución 2002-2009.

	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Búsqueda información sobre servicios de Educación								
(INE, 2009)	2002	feb-00	34,8	39,9	29,8	23,4	21,1	37,7
(INE, 2009)	2007	feb-00	45,3	40,3	38,7	26,8	10	43,1
(INE, 2009)	2008	feb-00	51,4	44,3	43,2	35,3	28	47,9
(INE, 2009)	2009	mar-00	60,1	52,8	47,4	32,1	23,2	53,9
Cursos de educación reglada								
(INE, 2009)	2003	28,96	20,44	14,74	12,78	9,42	7,8	20,51
(INE, 2009)	2004	26,06	16,63	12,67	10,87	8,53	5,78	17,42
(INE, 2009)	2005	17,73	13,22	9,26	8,33	6	4,5	12,53
(INE, 2009)	2006	13,7	8,2	6,6	7,4	3,8	3,4	8,8
(INE, 2009) ¹³	2007	8,8	10,1	8,5	8,8	6,1	2,8	8,9
(INE, 2009) ¹³	2008	8,2	13,4	10,4	9,3	7,1	4,6	10,4
(INE, 2009) ¹³	2009	9,5	14,7	13,8	12,1	8,8	6,9	12,4
Cursos orientados al empleo								
(INE, 2009)	2003	13,75	20,61	8,19	6,24	4,68	5,5	13,4
(INE, 2009)	2004	15,54	19,62	9,73	6,61	4,52	8,1	13,9
(INE, 2009)	2005	13,51	13,92	5,54	2,97	2,46	0	9,89
(INE, 2009)	2006	8,5	7,9	3,4	2,6	1,3	3	5,8
Otro tipo de cursos								
(INE, 2009)	2003	7,37	12,5	9,39	7,06	5,82	4,9	9,2
(INE, 2009)	2004	9,04	13,93	10,8	11,9	9,53	1,1	11,22
(INE, 2009)	2005	5,28	8,88	6,37	5,71	4,98	12,16	6,76
(INE, 2009)	2006	4,3	8,2	7	7,9	4,7	0,8	6,6
Consultar Internet para algún tipo de aprendizaje								
(INE, 2009)	2007	44,2	39,7	34,2	31,1	22,8	8,4	36,7
(INE, 2009)	2008	53,5	46,5	41,2	38,2	32,9	30,9	44,3
(INE, 2009)	2009	57	52,5	47,4	40,7	32,7	29,6	48,4

¹³ En la investigación original: "Realizar algún curso vía Internet de cualquier materia".

40. % de uso de servicios de Internet relacionados con el ocio y el tiempo libre por grupos de edad, evolución 2002-2009.

	Año	6 a 12	13 a 15	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Servicios de ocio										
(INE, 2009)	2002			69,1	44,7	35,8	30,3	19,7	28,6	47,3
(INE, 2009)	2003			70,32	48,47	33,5	27,65	21,55	30,22	48,63
(INE, 2009)	2004			73,17	49,27	33,82	24,29	20,55	26,6	48,6
(INE, 2009)	2005			72,25	47,56	32,32	25,89	21,79	11,5	46,79
(INE, 2009)	2006			74,1	50,8	34,4	31,6	24,6	26,7	48,1
(INE, 2009)	2007			74,8	51,1	37,5	29,6	25,1	30,7	48,2
(INE, 2009)	2008			80,3	59,8	41,1	31,4	24,4	27,5	52,4
(INE, 2009)	2009			78,2	55,2	42,1	31,7	21,8	29,4	49,9
Juegos en red										
(GARITAONANDIA, 1999)	1999	75	69							
(CIS, 2007:2)	2007			26,5	13,3	6,3	4,4	11,3	0	12,2
(INE, 2009)	2008			28,3	12,6	5,8	3,4	2,4	2,1	12
Consultas de ocio y tiempo libre (TV, cine, espectáculos)										
(CIS, 2007:2)	2007			42,6	45	32,4	28,8	32,3	15,4	37,6
Consulta de páginas de contenido erótico										
(CIS, 2007:2)	2007			5,4	6,1	3,8	5,6	3,2	0	5

41. % de uso de Internet para búsqueda de información y navegación por grupos de edad, evolución 2002-2009.

	Año	13 a 15	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Búsquedas de información o documentación									
(GARITAONANDIA, 1999)	1999	65							
(INE, 2009)	2002		43,7	53	51	51,8	44,5	51	49,4
(INE, 2009)	2003		78,31	86,85	85,39	76,32	72	61,6	81,54
(INE, 2009)	2004		69,9	77,57	77,36	67,29	62,86	61,7	73,21
(INE, 2009)	2005		68,02	80,25	77,08	71,32	65,94	55,1	74,18
(INE, 2009)	2006		75,8	84,3	79,8	75,6	74,1	70,2	79,2
(INE, 2009)	2007		75,9	81,7	82,7	80,2	76,5	79,9	80,1
(CIS, 2007:2)			72,5	80,9	82,2	81,9	82,3	84,6	80
(INE, 2009)	2008		79	84,4	84,5	79,8	73,5	74,3	81,7
(CIS, 2008:2)			91,5	89,9	94	89,2	90,4	87	91,1
(INE, 2009)	2009		74,9	82,1	81,1	76	72,9	68,4	78,4
(CIS, 2009:1)			85,2	88,9	89,8	90,5	83,3	85,4	88,3
Consultas de mapas, callejeros, etc,									
(CIS, 2007:2)	2007		26	42	35,9	28,8	40,3	23,1	34,9
Navegar por internet sin un objetivo concreto									
(GARITAONANDIA, 1999)	1999	47							
(CIS, 2009:4)	2009		58,1	56	53	45,5	47,4	53,8	53,3
Otras									
(INE, 2009)	2007		23,5	25,2	25,6	23,8	18,5	19,1	24,2
(CIS, 2007:2)				3,9	6,1	9,8	10	8,1	11,5
(CIS, 2008:2)	2008		11,3	14,6	15,9	16,9	10,8	8,7	14,4

42. % de uso de Internet para la descarga de contenidos y software por grupos de edad, evolución 2006-2009.

	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Descarga de archivos musicales (MP3), vídeos y películas (Uso P2P, E-mule, Kazaa, Morpheus, etc.)								
(INE, 2009)	2006	52,2	33,8	21,2	15,7	9,5	11,9	31
(INE, 2009)	2007	58	40,1	26,7	18	12,5	15,4	35,4
(CIS, 2007:2)		62,3	46,7	29,6	19,4	16,1	3,8	38,4
(INE, 2009)	2008	58,8	38,9	24,8	17,9	14,4	12	34,4
(CIS, 2008:2)		66,2	57,2	45,1	28,7	20,5	17,4	47,9
(CIS, 2009:1)	2009	77,6	56,9	42,9	28	17,9	9,8	48,5
Descarga de software								
(INE, 2009)	2007	55,8	42,7	33,2	28,4	23,2	18,6	39,8
(CIS, 2007:2)	2007 ¹⁴	44,6	31,8	18,1	11,3	19,4	11,5	26,4
(INE, 2009)	2008 ¹⁵	50,8	39	30,7	24,1	22,3	20,8	35,8
(INE, 2009)	2009 ¹⁵	56,9	44	33,7	27,9	22,4	14,5	39,3
Descargar juegos de ordenador o videojuegos (incluidas actualizaciones)								
(INE, 2009)	2008	27,9	12,5	9,6	4,3	4,2	6	13,1
Descargar y/o ver películas, cortos ó ficheros de vídeos (en sitios distintos a TVs emitidas por Internet)								
(INE, 2009)	2008	66,8	48,3	31,3	22,5	19,1	17,5	41,6
Uso de servicios de podcast para recibir automáticamente ficheros de audio o video								
(INE, 2009)	2008	16,2	10,4	5	2,9	3,3	4,2	8,6

¹⁴ En la investigación original: "Copiar CD, DVD, software o similares"¹⁵ Excluidos juegos

43. % de uso de Internet para la búsqueda de información sobre salud y servicios públicos por grupos de edad, evolución 2002-2009.

	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Servicios de salud: Búsqueda de información sobre salud								
(INE, 2009)	2003	12,97	21,92	25,76	20,95	18,28	24,6	19,57
(INE, 2009)	2004	16,33	24,61	26,78	23,59	29,47	16,5	22,62
(INE, 2009)	2005	20,61	30,58	34,33	28,85	25,91	23,3	28,13
(INE, 2009)	2006	29,9	43,3	45,6	40,5	38,8	35,4	39,9
(INE, 2009)	2007	31,9	41,3	48,5	44,5	37,5	37,9	41,1
(INE, 2009)	2008	33,6	45,8	49	44,6	45,9	41,9	43,7
(INE, 2009)	2009	44	54,7	59,3	56,5	52,3	53,3	53,8
Gestiones con organismos de la Administración (Padrón, Seguridad Social, certificados)								
(CIS, 2007:2)	2007	7,4	18,8	27,2	21,3	14,5	11,5	18,9
(CIS, 2008:2)	2008	13,6	30	34,6	30,3	32,5	8,7	28,1
(CIS, 2009:1)	2009	22,9	37,9	46,9	34	32,1	17,1	36,2
Relación con Organismos de la Administración: Obtener información de páginas web de la Administración								
(INE, 2009)	2002	19,3	36,1	38,7	36,5	33,5	30	31,6
(INE, 2009)	2003	32,82	62,61	62,26	57,9	55,91	44,27	52,01
(INE, 2009)	2004	36,14	61,15	63,3	59,54	57,59	33,2	53,51
(INE, 2009)	2005	31,88	56,2	59,24	54,74	49,89	29,4	49,44
(INE, 2009)	2006	33,2	56,3	55,2	52,5	52,4	32,1	49,4
(INE, 2009)	2007	35,8	53	54	50,9	45,3	30,1	48,2
(INE, 2009)	2008	38,2	61,3	59,7	60,5	57,1	46,6	55,4
(INE, 2009)	2009	43,6	62,4	62,3	59,9	53,8	37,1	57,1

44. % de uso de Internet para la búsqueda de empleo por grupos de edad, evolución 2003-2009.

	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Búsqueda de empleo								
(INE, 2009)	2003	ene-00	19,96	6,65	7,53	5,02	3,4	12,87
(INE, 2009)	2004	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2005	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2006	-	-	-	-	-	-	-
(INE, 2009)	2007	ene-00	29,3	14,5	7,2	5	0,1	19,4
(CIS, 2007:2)		28,4	23,5	10,5	3,8	4,8	0	16,5
(INE, 2009)	2008	29,2	31,2	16,5	9,1	4,9	0,1	21,5
(INE, 2009)	2009	34,9	40,1	22,7	14,8	6,8	1,9	27,4
(CIS, 2009:4)		45,8	40,8	28	12,8	10,3	2,6	30,7

45. % de uso de Internet para la compra de productos o servicios online y gestiones bancarias por grupos de edad, evolución 2002-2009.

	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Realizar gestiones bancarias								
(INE, 2009)	2002	ene-00	27	28,6	33,7	33,6	31,4	23
(INE, 2009)	2003	ene-00	32,65	36,83	36,28	32,68	21,8	26,36
(INE, 2009)	2004	ene-00	35,62	40,52	35,3	36,54	20,4	28,99
(INE, 2009)	2005	ene-00	34,8	42,17	33,14	40,41	27,6	29,82
(INE, 2009)	2006	ene-00	35,4	40,8	36,3	40,5	34,1	31,6
(INE, 2009)	2007	13,8	35,4	39,1	36	35,5	32,9	31,4
(CIS, 2007:2)		9,8	29,3	31,4	31,9	38,7	19,2	26,9
(INE, 2009)	2008	16,1	39,7	40,7	37,3	41,8	47,2	34,8
(CIS, 2008:2)		15	34,3	33,7	32,8	27,7	34,8	30,1
(INE, 2009)	2009	22,6	45,1	46,1	39,7	39,1	37,1	39,3
(CIS, 2009:1)		21,1	44,9	47,4	37	35,9	39	39,7
Comprar algún producto o servicio 'on line'								
(INE, 2009)	2002	4,04	6,55	4,2	2,64	1,12	0,3	3,24
(INE, 2009)	2003	11,84	21,99	18,87	19,5	16,79	16,7	17,46
(INE, 2009)	2004	11,82	22,47	21,98	17,75	15,65	16	18,24
(INE, 2009)	2005	15,86	28,39	27,44	21,39	23,21	21,4	23,51
(INE, 2009)	2006	19,8	32,2	28,7	24,5	30,1	14,3	26,9
(INE, 2009)	2007	21	29,2	26,7	23,5	21,9	20,2	25,3
(CIS, 2007:2)	2007	12,3	19,9	17,1	9,4	8,1	7,7	15,2
(INE, 2009)	2008	32,9	35,2	33,4	32,9	32,5	42,4	33,9
(CIS, 2008:2)	2008 ¹⁶	23	28,2	23,2	21,5	28,9	26,1	25
(INE, 2009)	2009	25,9	31,7	33,2	31,5	33,8	22,6	31,1
(CIS, 2009:1)	2009 ¹⁶	30,5	33,9	32,1	19	12,8	9,8	28,6
Compra o reserva de entradas cine, espectáculos, etc,								
(CIS, 2007:2)	2007	16,7	20,4	16	15,6	17,7	7,7	17,4
(CIS, 2008:2)	2008	26,3	30,2	28,6	23,1	24,1	13	27,2
(CIS, 2009:1)	2009	24,2	31,5	30,4	21,5	24,4	17,1	27,6
Servicios de Turismo								
(INE, 2009)	2002	27,7	42	41,4	43,7	33,8	31,1	37,4
(INE, 2009)	2003	16,57	29,11	30,63	30,28	31,12	29,39	24
(INE, 2009)	2004	16,23	26,92	27,53	26,58	22,98	16,5	23,58
(INE, 2009)	2005	18,29	34,94	30,94	27,77	29,43	28	28,24
(INE, 2009)	2006	24,6	40	33	35,3	43,7	31,3	34
(INE, 2009)	2007	53	70,3	66,3	65,5	62,1	64,6	64,2
(INE, 2009)	2008	52,1	70	63,1	59,1	57,7	56,3	61,8
(INE, 2009)	2009	52,4	68,5	64,5	59,3	59,5	48,2	61,7

¹⁶ Actividad realizada durante el último mes.

46. % de uso de herramientas de comunicación por Internet por grupos de edad, evolución 2002-2009.

	Año	13 a 15	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 65	>65	TOTAL
Videoconferencia									
(CIS, 2007:2)	2007		9,8	5,8	7,3	3,1	3,2	0	6,3
(INE, 2009)	2009		27,3	22,1	13,1	10,3	12,9	11,6	18,4
Llamadas telefónicas por Internet (Telefonía IP)									
(INE, 2009)	2003		7,67	7,91	7,88	10,65	5,89	6,8	8,02
(INE, 2009)	2004		7,46	7,71	6,73	6,99	3,74	2,5	7,12
(INE, 2009)	2005		8,56	8,87	7,35	6,26	11,54	4,8	8,22
(INE, 2009)	2006 ¹⁷		16,3	14,5	10,9	10,5	9,3	10,7	13,2
(INE, 2009)	2007 ¹⁷		17	17,9	15,5	11	12,9	14,5	15,8
(CIS, 2007:2)	2007		5,4	5,8	3,8	1,9	4,8	3,8	4,5
(INE, 2009)	2008		10,7	10,9	7,8	7	9,6	10	9,4
(CIS, 2008:2)			11,7	6,3	8,6	8,7	4,8	0	8
(INE, 2009)	2009 ¹⁷		31,4	25,6	20,2	14,1	18,8	21,8	23
(CIS, 2009:1)	2009		7,6	11,5	9,1	6	5,1	7,3	8,9
Foros, chats, sistemas de mensajería instantánea (Messenger, etc.)									
(GARITAONANDIA, 1999)		43							
(INE, 2009)	2002		58,3	24,5	16,8	16,8	12,3	16,9	31,5
(INE, 2009)	2003		58,71	29,82	19,59	19,15	9,98	11,2	34,73
(INE, 2009)	2004		55,34	25,8	16,54	15,21	11,01	23,4	30,65
(INE, 2009)	2005		56,31	28,24	18,01	13,91	10,82	10,8	30,98
(INE, 2009)	2006		62,6	36,4	21,2	21,4	12,9	18,8	35,5
(INE, 2009)	2007 ¹⁸		86,2	55	35,6	29,5	26,2	28,1	51,6
(CIS, 2007:2)	2007		59,8	36,5	21,3	13,1	17,7	11,5	31,8
(INE, 2009)	2008		86	61,5	39,3	31	29,5	20,7	53,8
(CIS, 2008:2)	2008		69	46,9	42,9	32,8	27,7	26,1	45,8
(INE, 2009)	2009		80,7	60,7	40	33,5	26,8	28,4	52,1
(CIS, 2009:1)	2009 ¹⁹		76,2	50,1	33,5	24,5	21,8	19,5	43,6
(CIS, 2009:4)	2009		75,3	51	30,4	24,2	22,7	25,6	42,7
Redes sociales (Facebook, Tuenti, Myspace)									
(CIS, 2009:4)			63	42,4	18,2	11,4	11,3	10,3	31,5
Correo electrónico									
(GARITAONANDIA, 1999)		29							
(INE, 2009)	2002		79,1	80,4	76,4	76,6	70	65	78,2
(INE, 2009)	2003		78,79	79,77	78,96	78	76,31	63,89	78,76
(INE, 2009)	2004		76,86	79,73	72,99	67,82	70,03	78,32	75,48
(INE, 2009)	2005		77,83	79,31	74,21	69,98	68,01	68,8	75,93
(INE, 2009)	2006		81	80	72,3	73,1	71,2	66,4	76,8
(INE, 2009)	2007		87,4	82,2	78,1	74,9	77,7	78,7	81
(CIS, 2007:2)	2007		75,5	75,4	67,6	61,3	64,5	53,8	70,2

¹⁷ Telefonía IP o Videoconferencia.¹⁸ Nombre el MSN Messenger por primera vez.¹⁹ Incluye redes sociales.

(INE, 2009)	2008		88,8	83,3	78,9	74,8	82,3	74,9	81,9
(CIS, 2008:2)	2008		83,1	80,9	79	70,8	78,3	65,2	78,7
(INE, 2009)	2009		92,3	88,8	82,9	82,2	82	77,2	86,2
(CIS, 2009:1)	2009		77,1	76,7	75,6	69,5	66,7	63,4	74,4

47. % de uso de Internet para crear o publicar contenidos propios por grupos de edad, evolución 2006-2009.

	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Mantener su propio blog o página web, colgar fotos o vídeos								
(INE, 2009)	2006 ²⁰	ene-00	11,4	10,2	9,1	6,2	6,4	11,5
(INE, 2009)	2007	ene-00	17	13,7	10,8	9,9	10	16,5
(INE, 2009)	2008	ene-00	15,5	9	7,1	6	8,7	14,4
(INE, 2009)	2009	feb-00	38,1	20,1	13,9	13,3	18,5	31,6
(CIS, 2009:4)		ene-00	15,9	9,8	11,8	6,2	0	14,3

48. % de tipos de uso de Internet en jóvenes de 10 a 15 años, evolución 2003-2009.

(INE, 2009)				
Año	Ocio, música, juegos	Trabajos escolares	Otros usos	NS/NC
2003	72,66	78,85	15,4	1,01
2004	68,55	83,97	11,59	0,51
2005	69,04	85,16	13,07	3,61
2006	76,2	89,7	10,2	1,3
2007	83,6	90,6	9	0,7
2008	84,4	92,4	18,7	0,9
2009	86,5	93,9	29,2	0,1

49. % de tipos de uso de Internet en jóvenes de 10 a 15 años por sexo, datos 1999 y 2003-2009.

	AÑO	Ocio chico	Ocio chica	Trabajos chico	Trabajos chica	Otros chico	Otros chica	NS/NR chico	NS/NR chica
(GARITAONANDIA, 1999)	1999	41	-	-	48	-	-	-	-
(INE, 2009)	2003	75,31	69,99	77,46	80,26	16,04	14,76	0,86	1,17
(INE, 2009)	2004	67,9	69,23	83,01	84,98	11,38	11,79	0,69	0,31
(INE, 2009)	2005	70,74	67,36	82,31	87,97	11,65	14,49	3,7	3,52
(INE, 2009)	2006	76,5	75,8	88,4	90,9	8,9	11,4	1,3	1,3
(INE, 2009)	2007	84,4	82,8	88	93,1	7,7	10,3	0,7	0,8
(INE, 2009)	2008	84,7	84,1	90,8	94,1	19,4	17,8	1,1	0,7
(INE, 2009)	2009	86,2	86,8	93,2	94,5	27,4	31	0,1	0,2

²⁰ Crear una página Web.

50. % de frecuencia de uso informativo de Internet por grupos de edad, evolución 2006-2009.

	Año	Todos los días	3-4 días por semana	1-2 días por semana	Con menor frecuencia	Nunca	NS/NC
18 a 24							
(CIS, 2006)	2006	6,9	4	4,3	13	71,4	0,4
(CIS, 2007:1)	2007	6,1	10,6	5,3	9,5	68,2	0,4
(CIS, 2007:3)		7	5,9	9	18	59,8	0,4
(CIS, 2008:1)	2008	8,7	9,9	8	14,4	57,8	1,2
(CIS, 2009:2)	2009	10,3	7,4	5,4	10,7	66,1	
(CIS, 2010:1)	2010	14,6	7,9	6,3	10	60,3	0,8
25 a 34							
(CIS, 2006)	2006	8	4,1	4,7	12,8	69,8	0,6
(CIS, 2007:1)	2007	8,3	6	9,1	14,3	61,6	0,8
(CIS, 2007:3)		7,9	5,4	8,9	16,5	60,9	0,4
(CIS, 2008:1)	2008	11,4	7,6	7,8	12,5	60	0,8
(CIS, 2009:2)	2009	18,5	9,3	7,9	9,5	53,9	1
(CIS, 2010:1)	2010	23,2	13,1	8,5	6,3	48	0,8
35 a 44							
(CIS, 2006)	2006	5,7	2,8	4,9	10	76,4	0,2
(CIS, 2007:1)	2007	6,6	4,8	6	9,2	72,1	1,2
(CIS, 2007:3)		10,2	6,8	3,7	9,8	68,5	1
(CIS, 2008:1)	2008	7,4	4,6	5	10,7	72,4	
(CIS, 2009:2)	2009	16	8,3	5	7,1	62	1,6
(CIS, 2010:1)	2010	16,9	10,3	8	7,6	55,8	1,4
45 a 54							
(CIS, 2006)	2006	5,6	3,2	4	6,3	79,9	1
(CIS, 2007:1)	2007	6	3,1	4,7	7,6	78,1	0,5
(CIS, 2007:3)		4,9	7,5	6,2	11,1	69,5	0,8
(CIS, 2008:1)	2008	6,8	4,3	5,6	11,1	71,9	0,3
(CIS, 2009:2)	2009	12,9	6,3	4,6	6,3	68,6	1,2
(CIS, 2010:1)	2010	15,1	6,5	6,5	6,5	64,3	1,1
55 a 64							
(CIS, 2006)	2006	3,2	1,6	2,6	2,3	89,4	1
(CIS, 2007:1)	2007	1,9	1,6	3,2	6,8	84,2	2,2
(CIS, 2007:3)		3	2,1	3	7,8	82,8	1,2
(CIS, 2008:1)	2008	2,2	4,1	2,9	6,4	83,1	1,3
(CIS, 2009:2)	2009	9,2	4,6	0,6	5,8	78,3	1,5
(CIS, 2010:1)	2010	9,9	4,5	3,9	3,9	76,8	0,9
>65							
(CIS, 2006)	2006	0,6	0,2	0,2	1,2	96,7	1,2
(CIS, 2007:1)	2007	1,2	1	0,2	2	94,7	0,8
(CIS, 2007:3)		0,4	0,4	1	5	91,9	1,2
(CIS, 2008:1)	2008	1,6	0,6	0,6	3,2	92,4	1,6
(CIS, 2009:2)	2009	1,6	1,4	0,2	1,4	92,8	2,6

(CIS, 2010:1)	2010	2,2	1,2	0,8	1,2	92,7	1,8
---------------	------	-----	-----	-----	-----	------	-----

51. % de fuentes de información consultadas habitualmente en Internet por grupos de edad, datos 2009-2010.

	Año	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
En páginas de medios de comunicación (periódicos, radios, etc.)								
(CIS, 2009:2)	2009	59,8	75,6	73,7	78,2	72,7	60,9	72,9
(CIS, 2010:1)	2010	71	84,9	86,8	80,4	82,4	74,1	82,5
En páginas de partidos o candidatos								
(CIS, 2009:2)	2009	6,1	6	6,3	3,2	4,5	4,3	5,4
(CIS, 2010:1)	2010	3,2	4,3	3,2	5,8	2,7	0	3,8
En páginas de organizaciones ciudadanas o movimientos cívicos								
(CIS, 2009:2)	2009	7,3	11,5	11,4	11,3	9,1	17,4	10,9
(CIS, 2010:1)	2010	7,5	12,8	10,9	10,9	10,8	11,1	11,1
En blogs y foros de debate								
(CIS, 2009:2)	2009	17,1	12	15,4	14,5	16,7	8,7	14,2
(CIS, 2010:1)	2010	30,1	20,9	15,9	17,4	12,2	22,2	19,3
En otro tipo de páginas								
(CIS, 2009:2)	2009	29,3	20,5	22,3	15,3	22,7	17,4	21,1
(CIS, 2010:1)	2010	38,7	31	32,3	33,3	25,7	29,6	32,1
N.C.								
(CIS, 2009:2)	2009	12,2	10,7	8	12,9	9,1	30,4	11,2
(CIS, 2010:1)	2010	2,2	1,9	1,8	5,1	1,4	7,4	2,6

52. % de personas que han visto Televisión por Internet por grupos de edad.

	(CIS, 2010:2)		
	Sí	No	N,C,
De 18 a 24 años	51,6	48	0,4
De 25 a 34 años	45,1	54,9	-
De 35 a 44 años	35,2	64,5	0,3
De 45 a 54 años	26,9	72,7	0,4
De 55 a 64 años	25,5	73,6	0,9
65 y más años	22,7	70,5	6,8
N.C.	100	-	-
TOTAL	38,4	61,1	0,5

53. % de tipo de contenidos televisivos vistos por Internet por grupos de edad.

	(CIS, 2010:2)						
	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 y más	TOTAL
Telediarios, informativos	9,6	24,5	33,1	23,1	29,6	30	23,4
Programas culturales, divulgativos, documentales	13,9	21,5	28,3	23,1	25,9	40	22,2
Series, comedias, telenovelas	63,5	59	37,8	26,2	33,3	20	49,3
Magacines de actualidad, entrevistas, etc,	7	7	10,2	10,8	11,1	10	8,4
Programas de corazón, realitys	4,3	3,5	3,9	1,5	0	0	3,3
Reportajes de actualidad	9,6	19,5	14,2	16,9	7,4	20	15,2
Programas de humor	24,3	17,5	15,7	4,6	0	0	15,8
Programas o retransmisiones de fútbol	30,4	20	26,8	15,4	33,3	20	24
Otros programas o retransmisiones deportivas	14,8	14	22,8	13,8	11,1	10	16,1
Otras respuestas	8,7	10,5	8,7	10,8	3,7	0	9,2
Ninguno en particular	0	1	1,6	1,5	0	0	0,9
No_contesta	0,9	0	0,8	0	0	0	0,4
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

54. % de usuarios que han comprado alguna vez por Internet por grupos de edad, evolución 2002-2009.

Año	(INE, 2009)						TOTAL
	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65	
2002	4,04	6,55	4,2	2,64	1,12	0,3	3,24
2003	9,95	15,84	14,28	14,95	11,64	32,48	13,29
2004	14,89	27,98	26,49	23,82	18,34	10,67	22,66
2005	20,13	34,98	33,81	26,1	27,27	25,08	29,05
2006	26,5	42,6	39,2	31,8	36,9	22,7	35,8
2007	32,8	45,1	41,8	38,2	35,4	26,9	39,7
2008	35,3	47,5	40,5	38,5	33,9	21,7	40,5
2009	38,3	53	46,9	42,1	39,7	30	45,3

55. % de tipos de productos comprados por Internet por grupos de edad, evolución 2003-2009.

		(INE, 2009)						
	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Ropa o material deportivo								
	2003	16,1	10,02	9,11	8,01	3,52	0	10,66
	2004	15,97	8,54	8,22	7,51	1,11	0	9,34
	2005	23,58	10,14	11,25	8,73	4,96	41,79	12,49
	2006	23,8	16,6	12,4	10,8	6	10,3	15,4
	2007	21,4	16,9	13,2	12,9	3,5	1,4	15,4
	2008	25	22,3	17,2	14,2	7,1	3	19,4
	2009	30,3	24,2	20,9	13,4	5,6	14,7	21,5
Productos para el hogar								
	2003	9,52	14,97	20,36	21,35	19,05	48,15	16,2
	2004	6,14	12,13	17,19	27,74	11,71	0	14,21
	2005	5,32	7,99	17,34	15,14	11,83	13,58	11,07
	2006	7,4	13	19,4	14,7	14,3	51,5	14,2
	2007	9,5	11,9	16,4	14,1	12,5	8	12,9
	2008	7,1	13,8	18,3	10,2	15,6	20	13,3
	2009	9,9	21,3	20,1	19,2	12,2	7,6	18,1
Productos de alimentación								
	2007	3,7	7,6	12,8	10,2	4,1	6	8,4
	2008	2,6	7,8	11,3	11,6	13,1	25,8	8,8
	2009	2,6	8,5	11,4	10,9	9,4	13,5	8,8
Vídeos o música								
	2003	33,11	18,59	14,11	9,65	23,95	24,58	20,26
	2004	16,08	19,72	18,18	11,55	18,27	50	17,6
	2005	20,9	17,79	18,64	14,13	9,88	8	17,71
	2006	20,8	15,4	12,6	14,8	11,6	7,3	15,3
	2007	15	11,5	11,8	9,4	5,8	4,6	11,5
	2008	15	15,7	9	8,1	8,7	19,5	12,5
	2009	12,8	15,6	9,5	8,8	4,2	9,1	11,8
Libros, revistas o material de aprendizaje electrónico								
	2003	18,66	20,8	32,86	26,61	30,51	13,24	23,99
	2004	22	23,73	25,68	31,02	22,8	0	24,69
	2005	16,44	20,6	28,58	29,55	21,34	19,04	23,07
	2006	19,2	21,2	25,1	30,6	21,7	13,9	23
	2007	14,9	20,1	21,2	21,7	13,5	5,2	19,2
	2008	15,1	23,7	20,8	19,4	18,8	25,4	20,6
	2009	16,4	21,7	19,1	19,8	18,7	13,9	19,6
Software de ordenador								
	2003	13,03	11,78	17,89	15,83	20,19	17,74	14,24
	2004	12,21	4,21	19,95	29,22	1,62	50	12,64

	2005	20,34	11,19	13,26	15,8	15,18	14	14,06
	2006	15,4	12,4	13,4	18,9	22,4	25	14,7
	2007	15,5	15	19,6	16,9	13,1	5	16,3
	2008	12,5	12,6	15	12,3	11	13,1	13
Software de juegos de ordenador y de videoconsolas y sus actualizaciones								
	2009	13,5	12,9	9,5	8,7	5,6	6,4	10,9
Otro software de ordenador y sus actualizaciones								
	2009	10,7	13	13,3	14,3	12,9	22,2	13
Material informático								
	2003	12,35	16,07	18,65	16,77	25,8	11,34	16,18
	2004	16,78	9,91	13,33	26,32	8,21	50	13,99
	2005	17,29	15,23	14,63	9,21	16,89	14	14,79
	2006	15,6	15,1	16,5	20,2	27	36	17,1
	2007	15,5	14,2	17,4	11,5	10,3	5,6	14,5
	2008	17,2	16,8	14,3	9,7	9,1	6,2	14,7
	2009	15,3	16,1	13,7	14,8	11,8	12,6	14,9
Equipamiento electrónico								
	2003	12,71	10,89	10,42	6,81	13,02	0	10,65
	2004	18,01	14,77	11,77	9,86	0,71	50	13,47
	2005	15,88	16,19	12,41	10,13	12,14	10,75	14,31
	2006	15,7	15,1	16,7	13,3	14,9	3,7	15,3
	2007	24	15	16,4	14,7	11,4	13,2	16,8
	2008	17,7	17,5	17,2	14,6	12	13,7	16,7
	2009	20,6	19,2	16,1	17,4	15,5	11	18
Compra de acciones o valores, seguros u otros servicios financieros								
	2003	3,21	8,11	8,75	7,96	1,55	0	6,74
	2004	3,39	6,27	9,36	8,99	8,05	9,24	6,98
	2005	2,32	7,08	9,54	6,35	7,97	11,42	6,96
	2006	1,3	9,1	11,2	9,6	9,3	24,4	8,4
	2007	3,2	6,2	9,4	8,9	3,9	0	6,7
	2008	2,1	6,2	11,1	6,7	9,2	12	6,9
	2009	3,1	7,4	8,8	7	6	8,2	6,9
Viajes o alojamientos de vacaciones								
	2003	25,11	43,41	37,31	45,98	71,67	43,6	39
	2004	35,92	47,04	37,95	43,14	68,64	43,04	43,2
	2005	42,74	62,96	54,86	51,34	67,87	62,74	56,1
	2006	50,8	65,4	59	66,3	60,1	69,3	60,9
	2007	49,7	63,2	63,5	65,8	62,5	65,1	61,2
	2008	44,7	65,3	59,8	66,4	63,6	71,5	60,4
Alojamiento de vacaciones.								
	2009	36,3	49,1	49,9	53,9	53,7	38,9	48,1
Otros servicios para viajes.								
	2009	42,7	52,5	45,8	55,4	57,5	52	49,9
Entradas de espectáculos								
	2003	36,24	29,93	20,91	40,52	44,98	22,73	31,2

	2004	29,12	30,43	26,81	35,79	56,31	20,37	30,91
	2005	33,96	38,68	33,73	36,66	36,92	46,645	36,09
	2006	28,7	37,6	36,1	39,7	46,4	43,8	36,4
	2007	29,6	34	36,2	33,8	27,2	17,9	33,2
	2008	29,5	40,3	34,1	36,7	32	40,3	35,9
	2009	28,6	37,7	38,3	40,4	33,1	25,6	36,4
Loterías o apuestas								
	2003	1,2	0,05	3,97	0	2,96	0	1,28
	2004	1,67	2,04	2,56	0,75	0	0	1,86
	2005	0,38	1,8	1,27	0,89	3,34	0	1,37
	2006	3	3,9	3,7	3,6	2,6	0	3,6
	2007	3,3	4,4	3,4	5,3	1,3	3,8	3,9
	2008	4,1	4,6	4,6	2,9	0,1	5	4
Otros productos o servicios								
	2003	3,91	5,65	5,89	8,07	0	21,91	5,65
	2004	5,74	11,43	12,09	3,04	5,77	6,97	9,34
	2005	10,74	9,31	12,09	8,43	8,7	2,125	10,06
	2006	9,5	9,8	10,8	11,1	8,6	1	10
	2007	9,9	13	8,5	10,7	3,9	18	10,6
	2008	13,8	15,3	15	11,9	8,6	13,4	14,1
	2009	15,4	14,9	13,2	14,1	10,6	16,2	14,2

56. % de frecuencia de acceso a Internet por grupos de edad, evolución 2003-2009.

Datos (INE, 2009).

		(INE, 2009)						
	Año	16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Diariamente, al menos 5 días por semana								
	2003	38,41	45,95	44,35	46,23	46,19	42,84	43,22
	2004	38	51,03	45,84	47,14	44,8	44,77	45,18
	2005	40,81	50,15	45,38	47,25	46,69	39,94	45,89
	2006	51,6	53,6	48,1	50,5	53,2	46,7	51,2
	2007	62	59,2	53,9	54,7	53,6	50,5	57,5
	2008	65,9	63,4	57,1	56,1	58,8	47,6	60,7
	2009	73,5	70,1	61,6	56,6	59,9	55,8	65,4
Todas las semanas, pero no diariamente								
	2003	40,12	36,67	35,9	32,94	32,43	30,23	36,96
	2004	36,51	28,45	33,22	30,81	32,76	36,32	32,45
	2005	36,41	30,12	33,47	31,41	34,15	26,75	33,01
	2006	32,3	29,5	31,9	32	31,1	33,3	31,2
	2007	27	25,2	29,8	28,8	33,2	31,5	27,8
	2008	24,7	23	27,7	28,6	28,6	35,7	26
	2009	19,7	20,2	26,1	31,6	28	28,4	24,2
Al menos una vez al mes, pero no todas las semanas								
	2003	18,3	14,08	16,1	16,79	14,9	18,4	16,18
	2004	18,39	13,45	14,49	15,47	14,1	6,56	15,4
	2005	16,34	13,61	15,42	14,95	13,41	15,87	14,92
	2006	11,7	11,5	13,9	14,2	8,6	15,8	12,4
	2007	9,2	11,6	12,4	11,4	9,6	8,3	11,1
	2008	7,1	9,7	10,2	10	8,3	9,6	9,2
	2009	4,4	6,5	9,2	8,6	9,3	11,1	7,4
No todos los meses								
	2003	3,17	3,15	3,54	4,04	6,48	7,55	3,57
	2004	6,89	6,98	6,35	6,5	8,34	12,36	6,83
	2005	6,28	6,12	5,59	6,2	5,41	17,45	6,06
	2006	4,3	5,4	6,1	3,3	6,8	3,8	5,1
	2007	1,7	4	3,9	5,1	3,6	9,8	3,7
	2008	2,3	3,9	5	5,3	4,3	7	4,1
	2009	2,4	3,2	3,2	3,1	2,7	4,7	3

57. % de frecuencia de acceso a Internet por grupos de edad, evolución 2007-2010.

Datos CIS.

	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Todos o casi todos los días							
(CIS, 2007:2)	48,9	43,5	34,6	25,9	11,4	2,6	27,2
(CIS, 2008:2)	64,1	50,7	39,4	29,6	15,2	3,1	32,3
(CIS, 2009:1)	77,9	64,1	52,5	32,7	16	5,5	40
(CIS, 2010:1)	79,9	73,6	57,2	41,5	17,2	4,9	45,6
Por lo menos una vez a la semana							
(CIS, 2007:2)	19,1	17,4	15,9	9,9	5,4	1,6	11,4
(CIS, 2008:2)	11	15,6	17,5	13	8	2	11,4
(CIS, 2009:1)	5,3	13,4	7	8,3	3	1	6,2
(CIS, 2010:1)	7,1	8,5	10,9	7,5	5,1	1	6,8
Varias veces al mes							
(CIS, 2007:2)	5,7	4,2	3,7	2,4	0,6	0,4	2,7
(CIS, 2008:2)	7,5	5,8	3,9	4,1	1,5	1	3,8
(CIS, 2009:1)	5,3	5,4	6,6	5,3	2,4	1,2	4,2
(CIS, 2010:1)	2,56	3,6	3,3	5	1,2	0,8	2,8
Una vez al mes							
(CIS, 2007:2)	2,7	1,9	2,6	1,8	1,3	-	1,6
(CIS, 2008:2)	0,8	3,7	2,8	1,3	0,6	0,7	1,8
(CIS, 2009:1)	-	-	-	-	-	-	-
(CIS, 2010:1)	-	-	-	-	-	-	-
Varias veces al año							
(CIS, 2007:2)	1,5	1,5	1,6	1,8	0,9	0,6	1,3
(CIS, 2008:2)	0,4	0,6	0,6	1,3	0,3	0,7	0,6
(CIS, 2009:1)	2	3,8	4	3,5	2,1	0,6	2,6
(CIS, 2010:1)	1,2	0,4	2	2,5	1,8	0,2	1,3
No utiliza Internet							
(CIS, 2007:2)	21,8	31,6	41,5	57,9	78,8	89,3	54,3
(CIS, 2008:2)	15,8	23,4	35,8	50	73,4	91,9	49,5
(CIS, 2009:1)	8,6	15,7	28,7	49,2	76,1	91,5	53,3
(CIS, 2010:1)	5	11,1	24,5	41,2	64,2	92,3	41,3

58. % de tiempo de uso de Internet por grupos de edad, evolución 2003-2006.

	(INE, 2009)							
	Año	15 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
< 1 hora/semana								
	2003	14,46	15,46	21,86	21,28	22,04	20,34	17,52
	2004	16,35	19,03	23,02	26,66	31,74	34,26	20,79
	2005	13,08	15,27	16,89	19,32	20,74	15,63	15,81
	2006	14,5	16,7	20,2	23,8	26,3	23,6	18,5
1-5 horas/semana								
	2003	38,65	39,36	35,55	36,59	39,26	29,72	38
	2004	36,75	34,3	35,8	32,8	30,09	35,06	34,94
	2005	36,23	33,6	35,43	36,74	39,66	35,74	35,51
	2006	45,8	40,9	43,8	43,3	45,5	46	43,4
5-20 horas/semana								
	2003	18,36	20,54	16,6	16,57	13,14	8,31	18,11
	2004	15,81	16,45	13,81	11,44	11,48	10,86	14,81
	2005	19,72	20,64	17,25	15,51	14,99	11,69	18,68
	2006	29,3	28	24,9	22,6	21,4	23,5	26,4
>20 horas/semana								
	2003	6,44	6,51	5,7	4,11	3,86	2,8	5,91
	2004	5,4	9,36	6,32	6,86	4,24	0	6,89
	2005	7,93	10,69	9,1	6,81	4,52	3,52	8,7
	2006	10,2	14,3	10,9	9,6	6,2	7	11,3

59. % de tiempo de uso de Internet en jóvenes de 15-16 años por sexo.

(GARITAONANDIA, 1999)		
AÑO	Sexo	Tiempo (h)
1998	Chica	0,06
1998	Chico	0,12

2.4.3 Seguridad percibida, riesgos y controles en el uso de Internet

60. % preocupación sobre la privacidad en Internet por grupos de edad, datos 2008-2009.

		18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	TOTAL
Mucho								
	(CIS, 2008:2)	31,6	34,4	35	37	34,7	21,4	32,1
	(CIS, 2009:4)	25,2	28,8	28,7	30,5	26,9	21,3	26,9
Bastante								
	(CIS, 2008:2)	43,9	47,5	46,6	46,4	41,2	38,3	44,1
	(CIS, 2009:4)	47,5	49,1	48,9	44,9	45,9	39,9	46
Poco								
	(CIS, 2008:2)	15,4	13,1	12	11,2	13,3	16,1	13,4
	(CIS, 2009:4)	18,2	17,5	16	14,6	15,4	13,3	15,7
Nada								
	(CIS, 2008:2)	5,5	3,5	2,9	2,3	4,6	4,9	3,8
	(CIS, 2009:4)	3,3	2,5	2,6	3,6	3	6,3	3,6
N.S.								
	(CIS, 2008:2)	2,8	1,2	2,6	2,6	5	16,7	5,4
	(CIS, 2009:4)	5	1,5	2,8	5,4	7,3	16,8	6,5
N.C.								
	(CIS, 2008:2)	0,8	0,4	0,8	0,5	1,2	2,6	1,3
	(CIS, 2009:4)	0,8	0,6	1	1	1,5	2,5	1,3

61. Grado de confianza en la difusión de datos personales y el uso de servicios por Internet por grupos de edad.

		(INE, 2009)						TOTAL
		16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	
Facilitar información personal al inscribirse en clubes u organizaciones	Mucha	22,8	19	16,5	15	13,6	15,7	18,3
	Poca	52,2	56,2	63,3	67,1	71	73,7	59,7
Facilitar información personal a otras personas en salas de chat	Mucha	10,8	5,5	4,1	4,8	3	6,6	6,2
	Poca	72	82,8	86	87,2	87	82,7	82
Facilitar su dirección de correo electrónico en general	Mucha	39,7	31,4	27,6	25,5	18,9	23,5	30,7
	Poca	31	36,5	44,3	45,1	53,9	59,3	39,7
Descargar programas y música en su ordenador personal	Mucha	56,7	39,9	29,8	27,4	18,5	19,1	37,9
	Poca	22,3	35,1	45,4	50	60,8	63,4	38,8
Utilizar banca por Internet	Mucha	13	27	30,8	29,2	26,4	26	25
	Poca	75,7	58,6	55,6	58,4	59,9	68	61,9

2.5 Variables sobre el teléfono móvil

2.5.1 Acceso al teléfono móvil

62. Distribución de edad a la que obtuvieron su primer móvil, respuesta de los jóvenes entre 10 y 16 años y de los padres sobre sus hijos.

	Edad	Según los niños	Según los padres
(INTECO, 2010:2)	8	3,1	2,5
	9	8,1	8,7
	10	24,2	23
	11	18,9	18,6
	12	23,6	25,2
	13	13,7	13,4
	14	4,3	4,7
	15	3,4	3,4

63. Motivos por los que adquirieron su primer móvil, respuesta de los jóvenes entre 10 y 16 años y de los padres sobre sus hijos.

	Respuesta	Según los niños	Según los padres
(INTECO, 2010:2)	Indispensable a cierta edad	28,3	17,4
	Tranquilidad padres	48,1	65,2
	Tranquilidad hijos	12,4	8,1
	Niños del entorno lo tiene	5	4,3
	No es importante	4	4,3
	NS/NC	2,2	0,6

2.5.2 Tipo, frecuencia y tiempo de uso

64. Distribución en la frecuencia de uso de servicios disponibles en el móvil por jóvenes de 10 a 16 años.

	(INTECO, 2010:2)					
	Diariamente	Habitualmente	Esporádicamente	Nunca	No lo tiene mi móvil	NS/NC
SMS	28,3	33,5	28,9	8,4	0	0,9
Llamadas de voz	28,2	35,7	29,8	4,7	0	0,6
Llamadas perdidas	40,7	32,3	19,9	6,2	0	0,9
Chat/M.I.	2,5	3,7	6,2	62,1	24,5	0,9

65. Distribución del número de SMS enviados al día por jóvenes de 10 a 16 años.

	0 (nunca)	1 a 3	4 a 10	>10	NS/NC
(INTECO, 2010:2)	19,9	59,9	9,3	1,6	9,3

66.

67. % de usos del teléfono móvil por grupos de edad.

	(INTECO, 2010:2) ¹		(INE, 2009)						TOT AL
	10-16		16 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	
	Niños	Padres							
COMUNICACIÓN									
SMS	90,7	89,5							
Llamadas de voz	84,7	93,8							
Llamadas perdidas	92,9	90,6							
Chat / Mensajería instantánea	12,4	10,9							
Navegación personal (GPS)			4,4	4,4	2,8	1,2	0,8	0,3	2,7
CONTENIDOS (ACCESO)									
Ver vídeos en Internet	16,1	11,1							
Escuchar música como mp3	71,4	67							
Descargar música de Internet	20,5	17,7							
Descargar polítonos o fondos de pantalla	26,5	23,9							
Visita páginas web y búsqueda información	10,6	8,7	14,3	10,9	6,1	2,2	1,3	0,1	6,7
Consulta correo electrónico	8	7,1	5,6	5,2	3,9	1,9	0,9	0,6	3,5
Consulta perfil en redes sociales	7,1	7,1							
Televisión	7,2	6,2	3	1,8	0,8	0,3	0	0,2	1,1
Recepción de servicios de información de pago			5,6	4,7	3,4	1,4	1,1	0,2	3,2
Pagar por bienes o servicios			2,2	1,3	1	0,4	0,1	0,1	1
OCIO									
Jugar	51,6	49,7							
CREACIÓN									
Hacer fotografías	88,6	83,6							
Enviar fotografías a otras personas	48,2	44,3	38,1	35,5	25,3	12,6	6,7	3,9	23,5
Publicar fotografías en Internet	20,8	18,6	3,9	1,9	1,3	0,8	0,4	0,1	1,5
Hacer vídeos	48,5	35,4							
Enviar vídeos a otras personas	23	17,7							
Publicar vídeos en Internet	10,3	6,8							
Otras actividades			8,5	9,7	8,6	7,7	7,7	6,7	8,4

¹ En la investigación original: uso “diaria, habitual y esporádicamente”. Respuesta de los jóvenes y de sus padres sobre sus hijos.

2.6 Variables sobre educación, aprendizaje y TICs

2.6.1 Equipamiento de los centros escolares.

68. % de alumnos por ordenador, evolución 2002-2010, por titularidad y nivel de enseñanza.

	Curso	Total	Centros Públicos	Públicos Primaria	Públicos Secundaria	Centros Privados
(MEC, 2010)	2002/2003	15,7	15,4	18,3	13,5	16,2
(MEC, 2010)	2003/2004	13,1	12,2	15,5	10,3	15,5
(MEC, 2010)	2004/2005	10,3	9,3	11,3	8	13,6
(MEC, 2010)	2005/2006	9,3	8,3	10,1	7,1	13
(MEC, 2010)	2006/2007	7,8	6,7	7,7	6	11,8
(MEC, 2010)	2007/2008	7,2	6,2	7,3	5,4	11,2
(MEC, 2010)	2008/2009	6,5	5,6	6,3	5	10,1

69. % de ordenadores por grupo, evolución 2002-2010, por titularidad y nivel de enseñanza.

	Curso	Total	Centros Públicos	Públicos Primaria	Públicos Secundaria	Centros Privados
(MEC, 2010)	2002/2003	8,6	1,4	1,1	1,8	1,5
(MEC, 2010)	2003/2004	1,7	1,8	1,3	2,3	1,6
(MEC, 2010)	2004/2005	2,2	2,3	1,7	2,9	1,8
(MEC, 2010)	2005/2006	2,4	2,6	1,9	3,2	1,9
(MEC, 2010)	2006/2007	2,9	3,2	2,5	4,1	2,1
(MEC, 2010)	2007/2008	3,1	3,5	2,7	4,5	2,2
(MEC, 2010)	2008/2009	3,5	3,9	3,1	4,8	2,4

70. % de profesores por ordenador, evolución 2002-2010, por titularidad y nivel de enseñanza.

	Curso	Total	Centros Públicos	Públicos Primaria	Públicos Secundaria	Centros Privados
(MEC, 2010)	2002/2003	8,6	8,7	13,7	6,4	8,3
(MEC, 2010)	2003/2004	7,4	7,3	10,6	5,6	7,7
(MEC, 2010)	2004/2005	6	5,9	8,5	4,5	6,6
(MEC, 2010)	2005/2006	5,6	5,4	7,6	4,2	6,2
(MEC, 2010)	2006/2007	4,8	4,6	6,6	3,5	5,7
(MEC, 2010)	2007/2008	4,4	4,2	6	3,2	5,2
(MEC, 2010)	2008/2009	3,2	2,9	3,8	2,4	4,5

71. % de centros con conexión a Internet, evolución 2002-2010, por titularidad.

	Curso	Total	Centros públicos	Centros privados
(MEC, 2010)	2002/2003	96,69	97,2	96,1
(MEC, 2010)	2003/2004	97,4	98,3	94,4
(MEC, 2010)	2004/2005	98,5	98,9	97,3
(MEC, 2010)	2005/2006	98,3	98,6	97,4
(MEC, 2010)	2006/2007	99,3	99,3	99,5
(MEC, 2010)	2007/2008	99,5	99,5	99,3
(MEC, 2010)	2008/2009	99,7	99,6	99,8

2.6.2 Oferta educativa on-line

72. % de organizaciones que ofrecen formación online por tipo de organización.

	(eEspaña, 2001)
Año	2001
Empresas/Fundaciones/Asociaciones	49,8
Universidades	28,4
Portales	10,5
Administración Pública	8
Escuelas/Asoc.Profesionales	2,5
Otras organizaciones	1,9

73. % de cursos online según el tipo de institución que lo imparte.

	(eEspaña, 2001)
Año	2001
Empresas/Fundaciones/Asociaciones	41,5
Universidades	44,9
Portales	6,3
Administración Pública	5,9
Escuelas/Asoc.Profesionales	1,2
Otras organizaciones	0,3

2.6.3 Opiniones de los usuarios

74. % usuarios que han escogido alguna de las siguientes medidas para mejorar la enseñanza (máximo dos respuestas).

	(CIS, 2005)
Mejorar las instalaciones y los equipamientos de los centros	16,7
Disminuir el número de alumnos por aula cuando haya grupos con dificultades	22,6
Dar más importancia a los exámenes y pruebas de nivel	8,3
Incorporar la enseñanza de una segunda lengua extranjera	4,2
Prestar más atención y recursos a la diversidad de necesidades del alumnado	26,2
Mejorar las condiciones laborales y de formación del profesorado	15,1
Reforzar las medidas disciplinarias	33,3
Incorporar las nuevas tecnologías a la enseñanza (informática, internet, etc.)	11,8
Fomentar la implicación de las familias en la educación de sus hijos	38,4
N.S.	6,8
N.C.	1

2.6.4 Aprendizaje y conocimiento sobre las TIC

75. % de formas de aprendizaje del uso de Internet, evolución 2006-2007, por grupos de edad (multirrespuesta).

	Año	16-24	25-34	35-44	45-54	55-64	>65	TOTAL
Aprendizaje reglado (colegio, universidad,...)								
(INE, 2009)	2006	42	22,8	9,8	6,2	4,6	2,4	20,7
(INE, 2009)	2007	67	40,3	18,4	9,2	7,8	6,3	32,9
Cursos de aprendizaje no organizados por la empresa								
(INE, 2009)	2006	14,3	22,3	23,7	23,4	22,1	20,9	20,8
(INE, 2009)	2007	18,7	31,9	32,8	29,6	28,1	30,9	28,8
Estudio por su cuenta con libros o manuales								
(INE, 2009)	2006	53,4	57,5	57,9	54,8	50,9	55,4	55,9
(INE, 2009)	2007	32	39,4	38,8	33,2	30,2	25,2	35,9
Aprendiendo por su cuenta mediante la práctica								
(INE, 2009)	2007	90,4	87,7	84,9	84	80,9	75,5	86,3
Aprendiendo de otros (amigos, familiares, compañeros,...)								
(INE, 2009)	2006	80,4	75,3	74,6	73,1	69,7	77,2	75,8
(INE, 2009)	2007	77,5	78	73,5	75,7	70,9	60,6	75,6
Cursos de aprendizaje organizados por la empresa								
(INE, 2009)	2006	3,3	11,3	19,9	26,4	29	9	14,5
(INE, 2009)	2007	5,8	20,9	30,6	37,3	39,7	27,3	24
De otra forma								
(INE, 2009)	2006	8,6	10,1	8,5	7,7	9,8	6,3	8,9
(INE, 2009)	2007	2,1	2,2	2,4	2,3	3,7	0,8	2,3

76. % Respuestas a la pregunta ¿quién sabe más de ordenadores en casa?

	Edad	Padre	Yo	Madre	Hermano
(GARITAONANDIA, 1999)	6 a 16	24	21	10	-

77. % Respuestas a la pregunta ¿quién sabe más de ordenadores en casa? Por sexo.

	Edad	Sexo	Padre	Yo	Madre	Hermano
(GARITAONANDIA, 1999)	>10	Chico	-	49	-	-
	>10	Chica	18	19		47

2.7 Variables sobre la influencia de las TIC sobre consumo mediático y socialización

2.7.1 Preferencias en el consumo mediático

78. Distribución de respuestas sobre el medio preferido para informarse por grupos de edad.

	(CIS, 2010:2)						
	Televisión	Radio	Periódicos	Internet	Ninguno	N.S.	N.C.
De 18 a 24 años	38,8	5,5	19,8	32,5	2,5	0,8	
De 25 a 34 años	40,8	12,2	18,3	26,2	1	0,8	0,8
De 35 a 44 años	40,9	17,6	19,8	20,2	0,6	0,6	0,4
De 45 a 54 años	46,9	18,4	20,1	12	1,2	0,5	1
De 55 a 64 años	48,3	18,5	21,6	6,6	1,9	2,2	0,9
65 y más años	59,1	18,1	15	2,5	2,5	2,5	0,4
TOTAL	46,2	15,7	18,8	16	1,5	1,2	0,6

79. Distribución de respuestas sobre el medio preferido para formarse por grupos de edad.

	(CIS, 2010:2)						
	Televisión	Radio	Periódicos	Internet	Ninguno	N.S.	N.C.
De 18 a 24 años	14,8	4,2	11	65	3	2,1	
De 25 a 34 años	17,3	7,2	11,1	58,6	3,5	1,2	1,2
De 35 a 44 años	23,3	12,8	13,6	45,1	3,6	1,4	0,2
De 45 a 54 años	26,1	17,5	16	32,8	6,5	0,5	0,7
De 55 a 64 años	33,2	18,2	20,1	18,2	6,9	2,8	0,6
65 y más años	49,8	19,8	13,2	4,7	7,4	4,5	0,6
TOTAL	28,2	13,7	14	36,4	5,2	2,1	0,6

80. Distribución de respuestas sobre el medio preferido para entretenerse por grupos de edad.

	(CIS, 2010:2)						
(CIS, 2010:2)	Televisión	Radio	Periódicos	Internet	Ninguno	N,S,	N,C,
De 18 a 24 años	43	3	2,1	49,4	1,7	0,8	
De 25 a 34 años	53,4	8,9	3,5	32,2	1,6		0,4
De 35 a 44 años	58,1	14,6	5,1	20,9	0,6		0,6
De 45 a 54 años	59,3	17	7,7	12,9	2,9	0,2	
De 55 a 64 años	62,4	19,1	8,5	7,8	1,9	0,3	
65 y más años	76,1	13,2	4,9	2,9	2,3	0,2	0,4
TOTAL	59,9	13	5,3	19,5	1,8	0,2	0,3

81. Distribución de respuestas sobre qué medio escogería si tuviera que elegir usar uno sólo durante un mes por grupos de edad.

	(CIS, 2010:2)						
	Televisión	Radio	Periódicos	Internet	Ninguno	N,S,	N,C,
De 18 a 24 años	28,3	2,1	3	65,4	0,8		0,4
De 25 a 34 años	41	6	4,5	47,4	0,6	0,4	0,2
De 35 a 44 años	45,8	14,6	6,1	32	0,8	0,4	0,2
De 45 a 54 años	51,4	18,9	6,2	21,3	1	1,2	
De 55 a 64 años	56,7	22,3	10	9,1	0,9	0,9	
65 y más años	70,2	18,5	6,2	3,1	0,8	1	0,2
TOTAL	50,2	14,1	6	28	0,8	0,7	0,2

2.7.2 Influencia sobre las costumbres y usos sociales

82. % de respuestas sobre a qué dedica el tiempo libre por grupos de edad.
(Multirrespuesta).

	(CIS, 2007:4)						
	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	N.C.
Estar con la familia	57,2	75,8	86,6	84,1	81,2	79,4	78,6
Ir a bailar, ir al cine o al teatro	52,4	30,9	22,7	17	12,5	7,6	22,4
Hacer deporte	46,1	39	28,7	21,9	14,9	9	26
Ver deporte	41	34,7	31,5	30,5	30,7	25,5	31,7
No hacer nada en especial	24,4	18,8	20,4	20,4	19,8	21,8	20,7
Salir al campo, ir de excursión	28,8	34,7	41,2	38,6	32,3	19,8	32,6
Ver televisión	58,7	54,5	59,8	63,2	67,3	70	62,1
Navegar por Internet	51,3	34,4	23,9	17	11,6	2,4	22,1
Salir con amigos o con el novio/a	83,4	64,9	46	39,2	33,3	19,8	46,1
Escuchar música	73,4	54,9	44,1	42,8	30,4	20,8	42,9
Asistir a actos culturales o conciertos	29,2	25,9	21	18,3	17,8	11	20,1
Andar, pasear	41,7	52,6	56,9	64,5	66,3	70,6	59,5
Otras respuestas	5,9	7,3	10,3	11	12,2	15,1	10,5
N.C.	0	0,2	0	0	0,3	1	0,3
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100

83. % de respuestas sobre a qué dedica el tiempo libre los días de diario por grupos de edad. (Multirrespuesta).

	(CIS, 2007:2)							TOTAL
	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65	N.C.	
Ver la televisión	55,3	56,7	57,5	66,8	72,2	80,2	0	65
Escuchar música	52,3	38	25,2	18,6	13,9	10,3	0	25,3
Escuchar la radio (no programas de música)	6,5	11,7	19,9	20,9	25,9	26,3	0	19
Leer (prensa, libros, etc.)	21,4	35,9	36,2	40,6	32,3	25,7	0	32,6
Hacer trabajos manuales	4,2	4	7,3	12,3	14,6	13,8	0	9,3
Asistir a espectáculos (cine, teatro, conciertos, etc.)	1,9	6,8	2,6	2,4	1,9	1,4	0	3,1
Ver alguna exposición (pintura, fotografía, etc.)	0	0,6	1,6	0,8	1,6	2,2	0	1,2
Jugar con el ordenador en casa	13	4,9	2,6	1	0,6	0,2	0	3,2
Jugar con la videoconsola	7,3	2,3	0,2	0,3	0,6	0	0	1,4
Navegar por Internet	32,4	21,9	15,7	10,2	5,4	1,6	0	13,7
Pasear, hacer ejercicio, deporte, gimnasia	25,6	29,1	29,9	37,4	46,8	50	50	36,7
Salir a 'tomar algo' con pareja/familia	14,1	10,2	11	10,5	8,5	8,3	0	10,2
Reunirse con amigos fuera de casa	32,4	19,8	10,4	12,6	14,9	16	0	16,8
Jugar con los hijos	3,4	19,1	32,3	10,7	2,5	1	50	13
Otras actividades	6,5	4,3	4,5	5,2	9,5	12,8	0	7,1
N.S.	0	0	0,2	0,5	0	0,2	0	0,2
N.C.	1,5	0,9	1	1,3	1,3	0,4	0	1

84. % de respuestas sobre a qué dedica el tiempo libre durante el fin de semana por grupos de edad. (Multirespuesta).

	(CIS, 2007:2)							N.C.	TOTAL
	18 a 24	25 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	>65			
Ver la televisión	31,3	34,2	39,8	53,4	56,6	71,9	0	48,5	
Escuchar música	25,6	20,4	13,4	12,6	8,9	6,9	0	14,1	
Escuchar la radio (no programas de música)	1,1	4,2	5,7	8,4	11,1	19	0	8,7	
Leer (prensa, libros, etc.)	8,8	16,1	19,3	25,4	22,8	21,7	0	19,4	
Hacer trabajos manuales	1,1	2,6	5,9	7,3	9,5	7,9	0	5,8	
Asistir a espectáculos (cine, teatro, conciertos, etc.)	25,6	24	12,8	13,4	9,2	2,2	50	14	
Ver alguna exposición (pintura, fotografía, etc.)	2,7	3,6	2,4	5,5	3,5	2,4	50	3,3	
Jugar con el ordenador en casa	5,7	2,8	1	0	0,9	0,2	0	1,6	
Jugar con la videoconsola	6,5	1,9	0,6	0,3	0	0,2	0	1,3	
Navegar por Internet	17,6	12,1	7,7	4,2	3,5	1	0	7,2	
Pasear, hacer ejercicio, deporte, gimnasia	24,4	27,8	32,3	34,8	42,7	47,6	0	35,3	
Salir a 'tomar algo' con pareja/familia	39,3	45,2	48,8	41,1	40,8	21,5	50	39,3	
Reunirse con amigos fuera de casa	71	50,9	35,2	31,2	29,1	26,1	50	39,1	
Jugar con los hijos	2,7	17,8	33,5	10,7	4,4	1,6	0	13,2	
Otras actividades	6,9	5,1	5,9	7,3	9,2	13,4	50	8	
N.S.	0	0	0	0	0	0,2	0	0	
N.C.	1,9	1,3	2,2	1,8	3,2	1,2	0	1,8	

85. % de personas que acompañan a los niños de 6 a 16 años en el uso de las TIC.

	Compañía	Ordenador	Videoconsola
	(GARITAONANDIA, 1999)	Solos	25
Hermanos		41	41
Padres ⁴⁴			
Amigos		54	54

86. % de razones para visitar a los amigos entre los niños de 6 a 16 años por sexos.

Código	Sexo	Videojuegos	No Tec.
(GARITAONANDIA, 1999)	Chico	36	
	Chica		60

⁴⁴ En la investigación original: "El gusto a jugar con el padre o la madre desciende vertiginosamente con la edad, aunque hasta los diez años tiene una cierta importancia"

3. Índice de variables:

1. % equipamiento de las TIC en el hogar, evolución 1998-2010.	6
2. % equipamiento de las TIC en el hogar según el número de habitantes del municipio de residencia, evolución 2003-2009.	7
3. % de hogares con acceso a Internet según el número de personas por hogar, evolución 2002-2009.	8
4. Distribución de hogares con acceso a Internet según el número de personas por hogar, evolución 1998-2010.	8
5. % de hogares con acceso a Internet según el número de habitantes del municipio de residencia, evolución 2001-2009.	9
6. % de hogares equipados con teléfono móvil según el número de personas por hogar, evolución 2003-2009	9
7. % de hogares con teléfono móvil según el número de habitantes del municipio de residencia, evolución 2003-2009	9
8. % equipamiento de las TIC según los ingresos netos mensuales del hogar, evolución 2008-2009.	10
9. % razones por las que se decidieron a comprar un ordenador. (Máximo dos respuestas).	11
10. % razones por las que se decidirían a comprar un ordenador. (Máximo dos respuesta).	11
11. % equipamiento personal según grupos de edad, evolución 1999-2010.	11
12. % penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años, evolución 1999-2009.	13
13. % penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años por sexo, evolución 1999-2009. (Uso en los últimos 3 meses).	13
14. % penetración de las TIC entre niños de 10 a 15 años por edad, datos 1999 y 2008-2009.	13
15. % de penetración de Internet sobre el total de la población, evolución 1996-2010.	14
16. % de penetración de Internet sobre el total de la población por grupos de edad, evolución 1999-2009. Datos (INE, 2009), (GARITAONANDIA, 1999) y (España, 2001). (Usuarios los últimos 3 meses).	14
17. % de penetración de Internet sobre el total de la población por grupos de edad, evolución 2001-2010. Datos (EGM, 2010:2).	15
18. % de penetración de Internet sobre el total de la población por grupos de edad, evolución 2001-2010. Datos (CIS, 2008-2010). (Usuarios en alguna ocasión).	15
19. Distribución del perfil de los internautas por grupos de edad, evolución 1997-2010. Datos (EGM, 2010:1). (Sobre el total de usuarios que se conectaron ayer).	15

20.	Distribución del perfil de los internautas por grupos de edad, evolución 1997-2010. (Sobre el total de usuarios que se conectaron ayer).	16
21.	% de penetración de Internet por nivel de estudios sobre el total de la población, evolución 2002-2009. (Usuarios los últimos 3 meses).	17
22.	Distribución del perfil del internauta según su nivel de estudios, evolución 1996-2010.	17
23.	Distribución del perfil del internauta según su clase social, evolución 1997-2010.	18
24.	% de penetración del teléfono móvil sobre el total de la población, evolución 2000-2009.	19
25.	Edad a la comienzan a usar el ordenador ellos solos.	20
26.	% de usos del ordenador por grupos de edad sobre usuarios habituales, evolución 1999-2009.	21
27.	% de usos del ordenador entre jóvenes por sexo, evolución 1999-2009.	21
28.	Tiempo de uso del ordenador en horas entre jóvenes de 6 a 16 años.	21
29.	Tiempo de uso del ordenador en horas entre jóvenes de 6 a 16 años por sexo.	21
30.	% lugares desde los que se accede a Internet por grupos de edad, evolución 2002-2010.	22
31.	% lugares desde los que acceden a Internet jóvenes de 10 a 15 años según el número de habitantes de su municipio de residencia, evolución 2003-2009.	24
32.	% de lugares de conexión de jóvenes de 10 a 15 años según su sexo, evolución 2003-2009.	25
33.	% de dispositivos móviles usados para acceder a Internet por tipo de dispositivo y grupos de edad, evolución 2007-2009.	25
34.	Distribución de opiniones según el grado de acuerdo sobre las siguientes afirmaciones sobre Internet por grupos de edad.	26
35.	Distribución de razones para no usar Internet por grupos de edad, datos 2003 y 2008-2009.	27
36.	Distribución de primera y segunda razón para no usar Internet por grupos de edad.	28
37.	% de razones para no usar Internet según el número de personas que viven en el hogar, evolución 2002-2009.	29
38.	% de uso de Internet como medio informativo por grupos de edad, evolución 2002-2009.	31
39.	% de uso de Internet para la educación y formación por grupos de edad, evolución 2002-2009.	32
40.	% de uso de servicios de Internet relacionados con el ocio y el tiempo libre por grupos de edad, evolución 2002-2009.	33

41.	% de uso de Internet para búsqueda de información y navegación por grupos de edad, evolución 2002-2009.	34
42.	% de uso de Internet para la descarga de contenidos y software por grupos de edad, evolución 2006-2009.	35
43.	% de uso de Internet para la búsqueda de información sobre salud y servicios públicos por grupos de edad, evolución 2002-2009.	36
44.	% de uso de Internet para la búsqueda de empleo por grupos de edad, evolución 2003-2009.	36
45.	% de uso de Internet para la compra de productos o servicios online y gestiones bancarias por grupos de edad, evolución 2002-2009.	37
46.	% de uso de herramientas de comunicación por Internet por grupos de edad, evolución 2002-2009.	38
47.	% de uso de Internet para crear o publicar contenidos propios por grupos de edad, evolución 2006-2009.	39
48.	% de tipos de uso de Internet en jóvenes de 10 a 15 años, evolución 2003-2009.	39
49.	% de tipos de uso de Internet en jóvenes de 10 a 15 años por sexo, datos 1999 y 2003-2009.	39
50.	% de frecuencia de uso informativo de Internet por grupos de edad, evolución 2006-2009.	40
51.	% de fuentes de información consultadas habitualmente en Internet por grupos de edad, datos 2009-2010.	41
52.	% de personas que han visto Televisión por Internet por grupos de edad.	41
53.	% de tipo de contenidos televisivos vistos por Internet por grupos de edad.	42
54.	% de usuarios que han comprado alguna vez por Internet por grupos de edad, evolución 2002-2009.	42
55.	% de tipos de productos comprados por Internet por grupos de edad, evolución 2003-2009.	43
56.	% de frecuencia de acceso a Internet por grupos de edad, evolución 2003-2009. Datos (INE, 2009).	46
57.	% de frecuencia de acceso a Internet por grupos de edad, evolución 2007-2010. Datos CIS.	47
58.	% de tiempo de uso de Internet por grupos de edad, evolución 2003-2006.	48
59.	% de tiempo de uso de Internet en jóvenes de 15-16 años por sexo.	48
60.	% preocupación sobre la privacidad en Internet por grupos de edad, datos 2008-2009.	49
61.	Grado de confianza en la difusión de datos personales y el uso de servicios por Internet por grupos de edad.	49

62.	Distribución de edad a la que obtuvieron su primer móvil, respuesta de los jóvenes entre 10 y 16 años y de los padres sobre sus hijos.	50
63.	Motivos por los que adquirieron su primer móvil, respuesta de los jóvenes entre 10 y 16 años y de los padres sobre sus hijos.	50
64.	Distribución en la frecuencia de uso de servicios disponibles en el móvil por jóvenes de 10 a 16 años.	51
65.	Distribución del número de SMS enviados al día por jóvenes de 10 a 16 años.	51
66.		51
67.	% de usos del teléfono móvil por grupos de edad.	52
68.	% de alumnos por ordenador, evolución 2002-2010, por titularidad y nivel de enseñanza.	53
69.	% de ordenadores por grupo, evolución 2002-2010, por titularidad y nivel de enseñanza.	53
70.	% de profesores por ordenador, evolución 2002-2010, por titularidad y nivel de enseñanza.	53
71.	% de centros con conexión a Internet, evolución 2002-2010, por titularidad.	54
72.	% de organizaciones que ofrecen formación online por tipo de organización.	55
73.	% de cursos online según el tipo de institución que lo imparte.	55
74.	<i>% usuarios</i>	56
75.	% de formas de aprendizaje del uso de Internet, evolución 2006-2007, por grupos de edad (multirrespuesta).	57
76.	% Respuestas a la pregunta ¿quién sabe más de ordenadores en casa?	57
77.	% Respuestas a la pregunta ¿quién sabe más de ordenadores en casa? Por sexo.	57
78.	Distribución de respuestas sobre el medio preferido para informarse por grupos de edad.	58
79.	Distribución de respuestas sobre el medio preferido para formarse por grupos de edad.	58
80.	Distribución de respuestas sobre el medio preferido para entretenerse por grupos de edad.	58
81.	Distribución de respuestas sobre qué medio escogería si tuviera que elegir usar uno sólo durante un mes por grupos de edad.	59
82.	% de respuestas sobre a qué dedica el tiempo libre por grupos de edad. (Multirrespuesta).	60
83.	% de respuestas sobre a qué dedica el tiempo libre los días de diario por grupos de edad. (Multirrespuesta).	61
84.	% de respuestas sobre a qué dedica el tiempo libre durante el fin de semana por grupos de edad. (Multirrespuesta).	62

85. % de personas que acompañan a los niños de 6 a 16 años en el uso de las TIC. 62

4. Metodología.

4.1 Metodología de este informe

En primer lugar se han identificado y reunido informes sobre nuevos medios en España procedentes de diversas fuentes (AIMC, CIS, Telefónica, Fundación Orange, Red.es, etc.) y con cualquier fecha dentro del periodo 1996-2010. Se ha realizado una exhaustiva búsqueda de información por Internet para encontrar aquellos que tratan sobre el uso en general y por parte de niños y jóvenes en particular. De cada uno se ha analizado y anotado su metodología, descartando aquellos que no se ajustan al universo estudiado (Niños y Jóvenes de 6 a 17 y de 18 a 24). Aunque para establecer comparaciones si hay datos de otros grupos de edad además del estudiado también se han incluido.

En segundo lugar se han identificado todas las variables que contienen información relacionada con el enfoque de la investigación y se han creado tablas para cada una de ellas. Las tablas recorren por años la evolución de la variable, cuyos datos pueden venir de cualquiera de las fuentes analizadas, siempre debidamente identificadas.

En tercer lugar se han clasificado las variables por categorías comunes y por subcategorías específicas, para elaborar un informe que las reúna todas. Éste servirá para identificar cómo han evolucionado las diferentes variables desde los primeros informes hasta los actuales y para identificar el cuáles han sido más estudiadas y cuáles menos. De algunas variables se han considerablemente más datos que otras, pero se continúan analizando más fuentes.

4.2 Descripción de estudios y encuestas incluidos en el informe

4.2.1 Estudios e informes analizados

Estudio de referencia

Se ha tomado como guía en cuanto a planteamiento de la investigación y estructura:

CASTELLS, Manuel; DÍAZ DE ISLA, María Isabel. Diffusion and Uses of Internet in Catalonia and in Spain: Commented Summary of Available Evidence, as of 2001. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, IN3, 2001. (PIC Working Paper Series).

Informes y estudios analizados:

**Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC).
Navegantes en la Red. 1996-2010.**

AIMC. (1996). *Navegantes en la red: 1ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/32encuesta1a.html>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (1998). *Navegantes en la red: 2ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/Macro98.pdf>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (2000). *Navegantes en la red: 3ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro99.pdf>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (2001). *Navegantes en la red: 4ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2001.pdf>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (2003). *Navegantes en la red: 5ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2002.pdf>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (2004). *Navegantes en la red: 6ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2003.pdf>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (2005). *Navegantes en la red: 7ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2004.pdf>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (2006). *Navegantes en la red: 8ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2005.pdf>> [Consulta: 5 Julio 2010]

AIMC (2007). *Navegantes en la red: 9ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2006.pdf>> [Consulta: 6 Julio 2010]

AIMC (2008). *Navegantes en la red: 10ª encuesta AIMC a usuarios de Internet* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2007.pdf>> [Consulta: 6 Julio 2010]

Por favor envía tus sugerencias a: juanlopez27@gmail.com / [@juanlopez27](https://twitter.com/juanlopez27) / www.juanls.es

AIMC (2009) Navegantes en la red: 11ª encuesta AIMC a usuarios de Internet [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2008.pdf>> [Consulta: 6 Julio 2010]

AIMC (2010) Navegantes en la red: 12ª encuesta AIMC a usuarios de Internet [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/macro2009.pdf>> [Consulta: 6 Julio 2010]

AIMC. Datos generales de Usuarios de Internet en España.1996-2010

AIMC (2010). *Estudio General de Medios: Datos generales de Usuarios de Internet en España (Abril-Mayo, 2010)* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/03internet/internet210.pdf>> [Consulta: 8 Julio 2010]

AIMC. Estudio General de Medios. 2010.

AIMC (2010). *Estudio General de Medios: Resumen General (Octubre-Mayo, 2010)* [en línea]. Madrid: AIMC. <<http://www.aimc.es/02egm/resumegm210.pdf>> [Consulta: 9 Julio 2010]

Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Barómetros Septiembre 2000-Mayo 2010.

CIS (2000). *Barómetro de Septiembre de 2000 (Estudio 2398)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2380_2399/e239800.html> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2002). *Barómetro de Septiembre de 2001 (Estudio 2439)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2420_2439/2429/e242900.html> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2004). *Barómetro de Enero de 2004 (Estudio 2554)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2540_2559/2554/Es2554.pdf> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2005). *Barómetro de Julio de 2005 (Estudio 2616)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2600_2619/2616/Es2616.pdf> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2006). *Barómetro de Enero de 2006 (Estudio 2633)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2620_2639/2633/Cru2633_enlace.html> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2007). *Barómetro de Enero de 2007 (Estudio 2672)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2660_2679/2672/Cru2672_enlace.html> [Consulta: 3 Agosto 2010]

Por favor envía tus sugerencias a: juanlopez27@gmail.com / [@juanlopez27](https://www.twitter.com/juanlopez27) / www.juanls.es

CIS (2007). *Barómetro de Marzo de 2007 (Estudio 2681)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2680_2699/2681/Cru2681_enlace.html> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2007). *Barómetro de Abril de 2007 (Estudio 2700)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2700_2719/2700/Cru2700_enlace.html> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2007). *Barómetro de Mayo de 2007 (Estudio 2705)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2700_2719/2705/Cru2705_enlace.html> [Consulta: 3 Agosto 2010]

CIS (2008). *Barómetro de Enero de 2008 (Estudio 2749)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2740_2759/2749/Cru2749_enlace.html> [Consulta: 5 Agosto 2010]

CIS (2008). *Barómetro de Febrero de 2008 (Estudio 2754)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2740_2759/2754/Cru2754_enlace.html> [Consulta: 5 Agosto 2010]

CIS (2008). *Barómetro de Junio de 2008 (Estudio 2766)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2760_2779/2766/Cru2766_enlace.html> [Consulta: 5 Agosto 2010]

CIS (2008). *Barómetro de Septiembre de 2008 (Estudio 2771)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2760_2779/2771/Cru2771_enlace.html> [Consulta: 5 Agosto 2010]

CIS (2009). *Barómetro de Marzo de 2009 (Estudio 2794)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2780_2799/2794/Cru2794_enlace.html> [Consulta: 5 Agosto 2010]

CIS (2009). *Barómetro de Abril de 2009 (Estudio 2798)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2780_2799/2798/Cru2798_enlace.html> [Consulta: 5 Agosto 2010]

CIS (2009). *Barómetro de Junio de 2009 (Estudio 2806)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2800_2819/2806/Cru2806_enlace.html> [Consulta: 6 Agosto 2010]

CIS (2009). *Barómetro de Septiembre de 2009 (Estudio 2812)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2800_2819/2812/Cru2812_enlace.html> [Consulta: 6 Agosto 2010]

Por favor envía tus sugerencias a: juanlopez27@gmail.com / [@juanlopez27](https://twitter.com/juanlopez27) / www.juanls.es

CIS (2010). *Barómetro de Abril de 2010 (Estudio 2834)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2834/Cru2834_enlace.html> [Consulta: 6 Agosto 2010]

CIS (2010). *Barómetro de Mayo de 2010 (Estudio 2836)* [en línea]. Madrid: CIS. <http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Marginales/2820_2839/2836/Cru2836_enlace.html> [Consulta: 6 Agosto 2010]

CIS (ed.) (2010). *Opiniones y actitudes. Internet y participación política en España* [en línea]. Madrid: CIS. <<http://www.cis.es/cis/opencms/-Archivos/Publicaciones/OyA/OyA63a.pdf>> [Consulta: 6 Agosto 2010]

Informes eEspaña 2001 y 2010.

Fundación Retevisión-Auna (ed.) (2001). *eEspaña 2001: Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España*. Madrid, Fundación Retevisión-Auna. <www.iese.edu/en/files/Lib%20Auna2001_tcm4-5902.pdf> [Consulta: 20 Julio 2010]

Fundación Orange (ed.) (2010). *eEspaña 2010: 10 años de eEspaña*. Madrid, Fundación Orange. <<http://www.informeespana.es/docs/10eE.pdf>> [Consulta: 25 Julio 2010]

C. Garitaonandia. 1999.

GARITAONANDIA C., JUARISTI P., y OLEAGA J. (1999). *El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicación* [en línea]. Zer, (6): Mayo 1999. ISSN: 1137-1102. <<http://www.ehu.es/zer/zer6/4garita.htm>> [Consulta: 16 Julio 2010]

Instituto Superior de Estudios Psicológicos. 2004.

Instituto Superior de Estudios Psicológicos (2004). *¡No sin mi móvil!* [en línea]. ISEP: Barcelona. <<http://www.isepclinic.es/content/view/1262/87/>> [Consulta: 12 Agosto 2010]

Instituto Nacional de Estadística. Encuesta TIC y hogares 2002-2009.

Instituto Nacional de Estadística (2009). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de la Información y Comunicación en los hogares* [en línea]. Madrid: INE. <<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=/t25/p450&file=inebase&L=0>> [Consulta: 12 Septiembre 2010]

Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación (INTECO).

INTECO (2009). *Estudio sobre hábitos seguros en el uso de las TIC por niños y adolescentes y e-confianza de sus padres* [en línea]. Madrid: INTECO. <<http://www.inteco.es/file/O4-7X0FfwOb7HFjdHHpx7Q>> [Consulta: 10 Septiembre 2010]

INTECO (2010). *Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles (1er trimestre de 2010)* [en línea]. Madrid: INTECO. <<http://www.inteco.es/file/-UEUfzShlAWWFsV8tbzVtw>> [Consulta: 10 Septiembre 2010]

INTECO (2010). *Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles* [en línea]. Madrid: INTECO. <http://www.inteco.es/file/Vw6_q-8Mwx5e53XLtJgz> [Consulta: 11 Septiembre 2010]

Ministerio de Educación y Ciencia. Estadística SI y comunicación 2002-2009.

Ministerio de Educación y Ciencia (2010). *Estadística de la Sociedad de la Información y la Comunicación en los Centros Educativos* [en línea]. Madrid: MEC. <<http://www.educacion.es/mecd/jsp/plantilla.jsp?id=310&area=estadisticas>> [Consulta: 11 Agosto 2010]

4.2.2 Resumen metodológico de cada estudio.

AIMC [Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación] (2001-2010):
Navegantes en la red: 1ª a 12ª encuesta AIMC a usuarios de Internet. www.aimc.es

Descripción: Encuesta autoadministrada a través de Internet sobre hábitos de uso de internautas que visitan páginas web en español, euskera, gallego o catalán. Según el propio estudio la muestra no es estadísticamente representativa. El número de páginas web colaboradoras crece año a año. Aunque la muestra no cumple criterios probabilísticos, se suelen recoger entre 30.000 y 50.000 cuestionarios válidos. Los sitios web colaboradores y los métodos de acceso a la encuesta se pueden consultar en los documentos originales de cada año. Tiene documentado un sesgo hacia los hábitos de los usuarios más activos y representativos.

AIMC [Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación] (2001-2010):
Estudio General de Medios: Datos generales de Usuarios de Internet en España. www.aimc.es

Descripción: Entrevista personal a sujetos de 14 o más años. Representativa a partir de esa edad. Se realizan tres oleadas anuales de alrededor de 10.000 entrevistas cada una. Los hogares se seleccionan de forma aleatoria y Muestra anual de las tres últimas olas: 30.312 Muestra de la última ola: 10.200. Selección aleatoria de hogares y de una persona por hogar.

CASTELLS, Manuel; DÍAZ DE ISLA, María Isabel. Diffusion and Uses of Internet in Catalonia and in Spain: Commented Summary of Available Evidence, as of 2001. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya, IN3, 2001. (PIC Working Paper Series).

Descripción: 1º Identifica el periodo de estudio (1998-2001) y filtra los estudios referentes a Cataluña y a España y sus regiones. 2º Evalúa su metodología, descartando aquellos poco confiables. 3º Define una lista de variables extraídas de los estudios considerados. 4º Cataloga esas variables entorno a características comunes. 5º Recoge los datos y construye las tablas comparativas, procesando la información para que la de diferentes estudios sean compatible. Según explican: “Si confiamos en las fuentes, las diferencias deben ser explicadas, más que obviadas”. 6º Elaboran un sumario resumen y analizan el significado de los datos.

CIS [Centro de Investigaciones Sociológicas]. Barómetros de Septiembre de 2000 a Mayo 2010

Descripción: Entrevista a sujetos de ambos sexos de 18 o más años. Muestra representativa. Mide varios indicadores, por lo que los de Internet son escasos y de tipo general. Procedimiento de muestreo polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (municipios) y de las secundarias (secciones) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas (individuos) por rutas aleatorias y cuotas de sexo y edad.

Fundación Retevisión-Auna (ed.) (2001). eEspaña 2001: Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España. Madrid, Fundación Retevisión-Auna.

Descripción: Tienen dos fuentes diferenciadas: Gran mayoría de estudios preexistentes a nivel nacional (EGM, AIMC, AECE, Baquía Inteligencia) como internacional (Forrester Research, OCDE, INRA Europe). La segunda son estudios realizados ex profeso para cubrir aspectos que están poco tratados hasta la fecha. De éstos, el que interesa en nuestro ámbito tiene la siguiente metodología: Estudio eFormación; Universo (páginas web encontradas al buscar formación virtual y formación online) fecha (18 abril a 3 mayo 2001). Observación directa de las webs. Analizadas 192/295 seleccionadas. Presenta los resultados de un estudio delphi: en él se supone representatividad social de los expertos consultados más que estadística, de sus opiniones. Pretende dar un panorama hasta 2005, variables cualitativas en su mayoría, aunque no todas.

Fundación Orange (ed.) 2010. eEspaña 2010: 10 años de eEspaña. Madrid, Fundación Orange. <http://www.informeespana.es/docs/10eE.pdf>

Descripción: Compara fuentes nacionales (AIMC, AECE, EGM) e internacionales (NetValue, EITO). Algunos datos con una reelaboración de tipo cuantitativo. Reúne gran cantidad de opiniones de múltiples expertos para cada materia que trata, además de un extenso artículo de análisis por cada una de ellas.

GARITAONANDIA C., JUARISTI P., y OLEAGA J. El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicacion. Zer, (6): Mayo 1999. ISSN: 1137-1102

Descripción: Entrevistas individuales en profundidad y grupos de discusión realizados durante los años 1997 y 1998 sobre el uso, el consumo y las actitudes de los niños y de los jóvenes españoles (de 6 a 16 años) ante los distintos medios de comunicación y equipamientos electrónicos: televisión, video, ordenador, videojuegos, etc.

Para el estudio cuantitativo se realizaron 988 encuestas en toda España con niños de 6 a 16 años, con un cuestionario autorrellenable en colegios y escuelas, públicos y privados, de ámbito urbano, semi-urbano y rural, durante el mes de marzo de 1998.

Para realizar el estudio cualitativo, dirigido a tres públicos objetivos, niños y jóvenes, padres-madres y educadores, se organizaron durante el primer trimestre de 1997, en Barcelona, Bilbao, La Coruña, Madrid y Sevilla, cinco grupos de discusión (uno por ciudad), de ambos sexos, con ocho niños y jóvenes de edades 9-10, 12-13 y 15-16 años, se entrevistó en profundidad a diez niños de 6 y 7 años, a cinco padres y cinco madres (en cuyos hogares hubiera televisión, video y ordenador), y a diez profesores responsables de salas de ordenadores (la mitad con conexión a Internet) de otros tantos colegios e institutos.

Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación,INTECO (2009). Estudio sobre hábitos seguros en el uso de las TIC por niños y adolescentes y e-confianza de sus padres. Madrid: Marzo 2009. <http://www.inteco.es/file/O4-7X0FfwOb7HFjdHHpx7Q>

Descripción: Para la elaboración del estudio se ha utilizado una metodología basada en una combinación de técnicas cualitativa y cuantitativa. El análisis cualitativo incluye entrevistas

Por favor envía tus sugerencias a: juanlopez27@gmail.com / [@juanlopez27](https://twitter.com/juanlopez27) / www.juanls.es

en profundidad a 36 expertos (profesionales e instituciones) pertenecientes a diez áreas de conocimiento. El análisis cuantitativo, por su parte, contempla la aplicación de 1.250 encuestas, 625 a menores de entre 10 y 16 años, y 625 a uno de sus tutores legales: padre o madre. El mismo estudio nos recuerdan que los datos se basan en la percepción de los individuos encuestados, y por tanto pueden adolecer del sesgo implícito en cualquier resultado basado en una encuesta. La especial sensibilidad de algunas materias, que implican connotaciones legales (por ejemplo, la realización de descargas ilegales) o sociales (como puede ser el acceso a contenidos de carácter sexual) puede distorsionar en cierto modo la veracidad de las respuestas. El lector debe tener en cuenta esto a la hora de extraer conclusiones. El perfil de los hogares encuestados se define por los siguientes rasgos: padres jóvenes, en torno a la cuarentena y que viven en pareja mayoritariamente.

Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2010). Estudio sobre la seguridad de la información y la e-confianza de los hogares españoles (1er trimestre de 2010). Madrid: Agosto, 2010. <http://www.inteco.es/file/-UEUfzShlAWWFsV8tbzVtw>

Descripción: En la última oleada el panel estaba compuesto por 5.212 hogares con conexión a Internet repartidos por todo el territorio nacional. Sobre los miembros del panel se aplican encuestas online a usuarios españoles de Internet mayores de 15 años con acceso frecuente desde el hogar, llevadas a cabo con una periodicidad trimestral. Los datos extraídos de las encuestas permiten obtener la percepción sobre la situación de la seguridad en Internet y nivel de e-confianza de los usuarios domésticos. En el período analizado en la presente entrega (1º trimestre de 2010), 3.599 usuarios han respondido a la encuesta. De acuerdo con los criterios del muestreo aleatorio simple para variables dicotómicas en las que $p=q=0,5$ y para un nivel de confianza del 95,5%, el error muestral para $n=3.599$ es de $\pm 1,66\%$.

Instituto Nacional de Tecnologías de la Comunicación, INTECO (2010). Estudio sobre seguridad y privacidad en el uso de los servicios móviles por los menores españoles. Madrid: Abril, 2010. http://www.inteco.es/file/Vw6_q-8Mwx5e53XLtJgizw

Descripción: La empresa Sigmados realizó durante el mes de enero de 2010 un sondeo de opinión que consistió en la realización de 644 encuestas personales a familias, realizándose en cada hogar dos entrevistas: El menor, chica o chico, de 10 a 16 años y a su padre, madre o tutor legal. (322 y 322).

4.2.3 Otros estudios localizados

Aquí se hace referencia al estudios y entidades que serán consultados para reunir más información:

Entidades públicas:

Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la sociedad de la información (ONTSI).

Instituto de la Juventud (INJUVE).

Pantallasamigas.net

Protegeles.com

Chaval.es

Sigalés Conde, C. , Mominó de la Iglesia, J. , Meneses Naranjo, J. and Badia Garganté, A.(2009) “La integración de Internet en la educación escolar española: Situación actual y perspectivas de futuro”. Madrid: Ariel. ISBN: 978-84-08-08646-8.

CASTELLS, M. La transición a la Sociedad Red en Cataluña.

Jaime Jiménez Pernet, José Francisco García Gutiérrez, José Luis Martín Jiménez y Clara Bermúdez Tamayo. Tendencias en el uso de Internet como fuente de información sobre salud.

www.e-igualdad.com

Entidades privadas:

Telefónica: Generaciones Interactivas.

Price Waterhouse Cooper e IESE. Uso y actitud de los jóvenes hacia Internet y la telefonía móvil.

The Cocktail analysis. Observatorio de las Redes Sociales.

The Cocktail analysis. Informes sobre Twiter.

Bitácoras.com. Informe sobre la situación de la blogosfera hispana.

Google Adplanner: Perfiles sociodemográficos de más de mil sitios web.

EGM: Audiencia Infantil/Juvenil de medios en España 2007-2008 (1998, 2002 y 2004).

5. Currículum del autor

Juan López Sierras nace en Antequera (Málaga) en 1984. Es Licenciado en Periodismo por la Universidad de Málaga en 2008. Actualmente, se encuentra desarrollando su Tesis Doctoral sobre el uso de los Nuevos Medios por parte de niños y jóvenes; cursando en el último año de la Ing. Técnica de Telecomunicaciones Especialidad en Imagen y Sonido; y realizando un Máster de Emprendimiento Tecnológico por ESESA (escuela de negocio), Emotools (consultora de innovación y formación) y Promálaga (incubadora). Además, cuenta con amplia formación reglada y autodidacta sobre redes sociales, gestión de comunidades, marketing y educación online. **En la última página encontrarás mi CV completo.**

Profesionalmente se ha aproximado a varios campos. Como Periodista, ha hecho prácticas en medios de comunicación online y offline, como redactor y fotógrafo. Ha trabajado en Comunicación interna y Externa en la empresa malagueña Novasoft en la que entró con un contrato universitario de prácticas y tras cinco meses confiaron en él para ser el responsable de Marketing y Comunicación de Softfood, una línea de restaurantes como proyecto de diversificación del negocio. Además, ha sido técnico de Formación Online para la Cátedra Unesco de Comunicación de la Universidad de Málaga.

Para la Tesis Doctoral, está trabajando en un estudio etnográfico sobre el uso de los nuevos medios por parte de niños y jóvenes españoles: influencia sobre sus costumbres, actividades y agenda; nuevas formas de alfabetización digital, aprendizaje y acceso al conocimiento.

No es experto en nada, pero sí curioso por todo. Además, no le gusta hablar de si mismo en tercera persona, pero piensa que así suena un poco menos pedante.

Actualmente trabaja en la creación de una empresa en la que volcar su energía creativa y crecer profesional y personalmente: está desarrollando el proyecto de una Red Social Pedagógica Segura para niños entre 8 a 12 años:

RSPS es una Red Social privada creada para introducir plenamente en la enseñanza las características de la cultura basada en Internet y los nuevos medios.

Está basada en el *Learning by doing* (aprender haciendo) y propone un **aprendizaje basado en aplicaciones** que, a la vez que pueden contener la materia fundamental de cada curso, transmiten conocimientos sobre privacidad, respeto, habilidades comunicativas, net-etiqueta y como enfrentar peligros y amenazas.

Es Segura porque a ella sólo tienen acceso los alumnos del mismo centro, padres, profesores y tutores; se puede establecer que la conexión sólo sea posible desde dentro del mismo centro; y se revisan y verifican exhaustivamente todos los usuarios y publicaciones

¡¡Muchas gracias por llegar hasta aquí!!

Recuerda que es un borrador y que cualquier aportación es bienvenida. De hecho, te animo a que lo compartas, enseñes y critiques todo lo que quieras.

Para cualquier sugerencia no dudes en contactar conmigo en:

juanlopez27@gmail.com

www.juanls.es

[@juanlopez27](https://www.instagram.com/juanlopez27)

2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Ing. Superior Telecomunicaciones		Licenciado en Periodismo				Doctorando en Periodismo		Máster
Ingeniero Técnico Telecomunicaciones (Esp. Imagen y Sonido)								
		e.			d.	c. Beca	b. Novasoft	a.
Representación estudiantil						Grupo de investigación Labcom		

EXPERIENCIA:

a. Cátedra Unesco de Comunicación. Universidad de Málaga / Mayo 2010 – Julio 2010 / Soporte técnico Cursos de Verano Online.

b. Novasoft / Julio 2008 a Noviembre 2009 /
Dpto. de Marketing: Comunicación interna y externa; SEO; responsable de Marketing y Comunicación en Sofffood (Plan de Marketing y Estudio de Mercado PCT Cartuja 93).

Proyectos: Libro Blanco de las TIC en la Universidad Andaluza (colaboración); Centro del Conocimiento Parque de la Ciencias de Granada (1,4 mill. €, redactor tecnólogo).

c. Departamento de Periodismo. Universidad de Málaga / Diciembre 2007 a Julio 2008 / Beca de Colaboración Ministerio de Educación.

d. DiarioDirecto.com / Junio a Septiembre 2007 / Redactor.

e. Andalucía Centro / Agosto a Septiembre 2004 / Redactor.

Representación estudiantil / Septiembre 2003 - 2009.

Grupo de Investigación Labcom / Septiembre 2007 - 2009 / Iniciación a la investigación: 2 Artículos publicados.

FORMACIÓN:

Licenciado en Periodismo. Universidad de Málaga / Septiembre 2004 a Junio 2008.

2º Programa de Doctorado con Mención de Calidad: "Periodismo: Nuevos Escenarios". Departamento de Periodismo. Universidad de Málaga. Tesina en preparación / Noviembre 2008 – Actualidad.

3º I.T. de Telecomunicaciones. Especialidad Imagen y Sonido. Universidad de Málaga / Septiembre 2005 – Actualidad.

Máster Executive para Emprendedores Tecnológicos e Innovadores. ESESA, EMOTOOLS y PROMALAGA / Octubre 2010 – Actualidad.

IDIOMAS:

Inglés: Lectura: Muy Alto / Escritura: Alto / Oral: Alto.

. First Certificate in English. Universidad de Cambridge / 2001

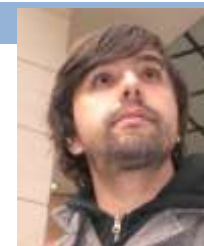
. Ciclo elemental Escuela Oficial de Idiomas / 2001

. Certificate in English Level 3 por el Miami-Dade Community College. Miami, EE.UU. / Julio - Agosto 2000.

. Dos meses de estancia en inmersión lingüística en Miami, EE.UU. / Julio - Agosto 2000.

SOFT SKILLS:

Determinación, Creatividad, Innovación, Liderazgo, Honestidad, Pasión por los Desafíos, Responsabilidad, Competencia, Trabajo en Equipo y Bajo Presión.



OTROS TÍTULOS Y SEMINARIOS:

Jornada de Orientación Profesional: Descubre tu talento. HRCS y ESESA / Octubre 2009.

Curso: **Creación de Empresas.** IMFE Málaga / Octubre 2009.

II Encuentro de Estudiantes para el estudio y desarrollo de la implantación del (EEES). Universidad de Cantabria y Círculo Mayans / Santander / Mayo 2008. (Ponencia)

X Congreso de la Sociedad Española de Periodística. Sociedad Española de Periodística y la Universidad Pontificia de Salamanca / Salamanca / Abril 2008. (Comunicación)

II Congreso Nacional de Editores de Publicaciones Periódicas. AEEPP / Marbella / Abril 2007.

Curso: **El Sistema de Información en la Empresa.** Diputación de Málaga / Noviembre 2006.

Curso: **Producción audiovisual.** Universidad de Málaga / Julio 2005.

VII Congreso Internacional de Comunicación Interactiva. Universidad de Málaga / Marzo 2005.

Seminario de Oratoria y hablar en público / Noviembre 2004.