



ENCUESTA SOBRE LA BRECHA DIGITAL DE GÉNERO EN ESPAÑA

DESIGUALDADES SOCIODIGITALES DESDE
LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Diciembre
2024

Diciembre 2024

Realización

Fundación Ferrer Guardia

Dirección: *Hungria Panadero Hernández*

Coordinación de investigación: *Sandra Gómez Marín*

Técnicas de investigación: *Marta Fullola Isern y Queralt Tornafoch Chirveches*

Explotación de datos: *Guiem Mir Fuster*

Diseño y maquetación: *Andrea González García*

Con el apoyo de:



 POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Igualtat
i Feminisme**

Índice

Introducción	5
Metodología	9
Resultados	11
Conclusiones	33

Introducción

Brechas digitales

El presente informe ejecutivo pretende ser una versión reducida de la exhaustiva investigación llevada a cabo a partir de los resultados de la **Encuesta sobre las brechas digitales en España en su edición de 2024**. Dicho documento, además de los resultados del Índice IDAUA, se centra en los hallazgos clave y proporciona un análisis específico sobre las múltiples desigualdades que persisten en el aprovechamiento de las tecnologías digitales desde una perspectiva de género.

Tanto el diseño como los resultados de la encuesta han permitido alcanzar un doble objetivo:

1. Construir el Índice IDAUA, que permite consolidar una propuesta de análisis de las desigualdades sociodigitales a partir de los análisis de los perfiles de inclusión digital.

2. Analizar la brecha digital de género en España a través de la construcción de indicadores que permiten una focalización en aspectos clave de la inclusión sociodigital desde una perspectiva de género interseccional.

A continuación, este documento recoge una síntesis de los resultados del análisis de la Brecha digital de género en España.

Por otra parte, es posible acceder a la síntesis de los elementos clave del Índice IDAUA y los principales resultados obtenidos a partir de su aplicación en el **Informe ejecutivo sobre el Índice IDAUA**.

Animamos encarecidamente a que todas las personas interesadas en profundizar en alguna de las áreas presentadas se remitan al **Informe completo** del estudio,

donde podrán encontrar un análisis pormenorizado del conjunto de resultados obtenidos a través de la Encuesta, tanto en relación al Índice IDAUA como a la Brecha digital de género.

Sobre el análisis de la brecha digital de género

El estudio de las brechas digitales a través de los datos generados en investigaciones anteriores con la realización de la primera encuesta estatal sobre brecha y capacitación digital, **“La Brecha digital en España. Conocimiento clave para la promoción de la inclusión digital”** de 2022, y la encuesta **“Brecha digital y Administración digital”** de 2023, mostró la especial incidencia de los ejes de desigualdad basados en la edad, la situación socioeconómica, el nivel de estudios, el capital cultural y social, etc. Entre estos ejes resulta necesario destacar el hecho que **los datos mostraron la existencia de una brecha digital de género** que, más allá de las cuestiones de acceso, **afectaba al desarrollo competencial y al aprovechamiento o uso de calidad de las tecnologías digitales.**

Las implicaciones a futuro de estas desigualdades digitales de género resultan evidentes. **La brecha digital de género** comporta un amplio abanico de **impactos** que van desde el **desarrollo competencial**, las **cuestiones autoconfianza y autopercepción digital**, hasta las **violencias en la red**, los **consumos culturales digitales** y los **sesgos de género**, las posibilidades de **participación en línea** y de **incidencia sociopolítica**, etc.

En este sentido, tanto el diseño de la Encuesta como la propuesta analítica que se recoge en el presente informe, han pretendido la generación de conocimiento en torno a diferentes dimensiones de la brecha digital de género con un enfoque especial en la dimensión de aprovechamiento y los impactos de las desigualdades de género en relación con la inclusión sociodigital.

A continuación, por tanto, se recoge una síntesis de los resultados de las tres dimensiones sobre las que se ha articulado el análisis de la Brecha digital de género:

➔ **Autonomía y dependencia digital**

Desigualdades de género en torno al acompañamiento digital

➔ **Bienestar en el entorno digital**

Desigualdades de género en torno a la autorrepresentación digital y los usos problemáticos

➔ **La esfera actitudinal**

Desigualdades de género en torno a la autopercepción de competencias digitales y la autoconfianza digital

Metodología

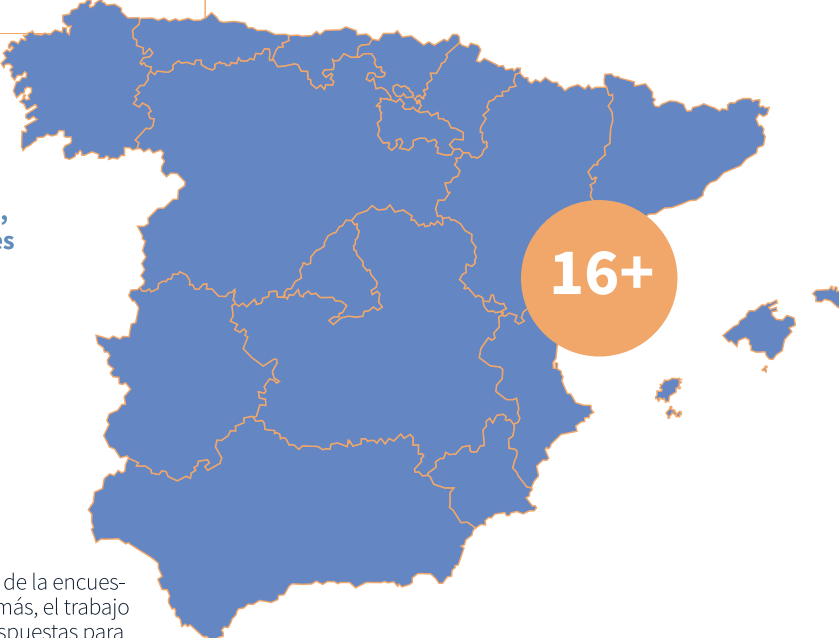
Tanto la construcción del **Índice IDAUA**, como el análisis de los resultados específicos en torno a las desigualdades sociodigitales desde una perspectiva de género, se realiza a través de la base de datos que constituye la Encuesta sobre la Brecha Digital en España 2024.

En este sentido, conviene destacar que las características técnicas de la Encuesta son las siguientes:

Características técnicas de la encuesta

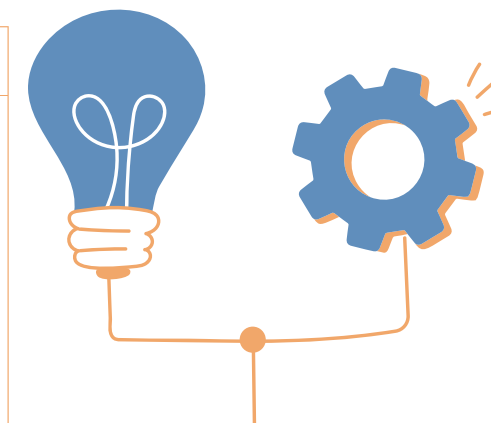
- **Ámbito: nacional**
- **Universo: población de 16 años y más residente en España¹.**
- **Muestra: 2.000 entrevistas, segmentadas por variables sociodemográficas**
- **Margen de error: +2,9% para datos globales con un intervalo de confianza de 95,5%**
- **Metodología: entrevistas telefónicas, mediante el sistema CATI.**

¹ Si bien el universo poblacional de la encuesta es de personas de 16 años o más, el trabajo de campo solamente obtuvo respuestas para personas mayores de 18 años. Para facilitar la interpretación de los resultados, en el resto del documento el grupo de edad joven se ha identificado de 18 a 29 años.



Comité de personas expertas

- **Hungria Panadero Hernández** Fundació Ferrer i Guàrdia
- **Sandra Gómez Marín** Fundació Ferrer i Guàrdia
- **Marta Fullola Isern** Fundació Ferrer i Guàrdia
- **Guiem Mir Fuster** Fundació Ferrer i Guàrdia
- **Oriol Alonso Alsina** Fundació Ferrer i Guàrdia
- **Paloma Ponton Merino** Fundació Ferrer i Guàrdia
- **Queralt Tornafoch Chirveches** Fundació Ferrer i Guàrdia
- **Milagros Sáinz Ibáñez** Universitat Oberta de Catalunya
- **Anabel Suso Araico** Red2Red Consultores
- **Sara Moreno Colom** Universitat Autònoma de Barcelona
- **José Luis Martínez Canto** Universidad Complutense de Madrid
- **Isabel Gutiérrez Porlan** Universidad de Murcia
- **Guillermo Inat Trigueros** Al Detall cooperativa
- **Núria Vergés Bosch** Universitat de Barcelona
- **Susana Cabos Ruíz** STEM Women Congress



Resultados

La esfera actitudinal. Desigualdades de género entorno a la autopercepción de competencias digitales y la autoconfianza digital

El objetivo de este bloque de análisis es observar cómo influyen las actitudes en el nivel de inclusión digital y de qué forma estas se encuentran influidas por las desigualdades de género. Al hacer referencia a las actitudes hacia las tecnologías, cabe destacar que, en el marco de esta investigación, se han analizado la autopercepción de las competencias digitales y la autoconfianza digital.

- ➔ **Autopercepción de las competencias digitales:** ideas, referencias, imaginarios, percepciones, que las personas tienen sobre su propio nivel de competencias digitales. Percepción subjetiva que constituye una actitud hacia la tecnología.
- ➔ **Autoconfianza digital:** nivel de confianza que tienen las personas en su capacidad para poder enfrentarse a los cambios tecnológicos que se produzcan.

Los resultados permiten concluir que **la brecha digital de género es también una brecha asentada en la esfera actitudinal**. La incidencia de las variables actitudinales es clave para la inclusión sociodigital, y éstas se encuentran influidas por desigualdades de género.

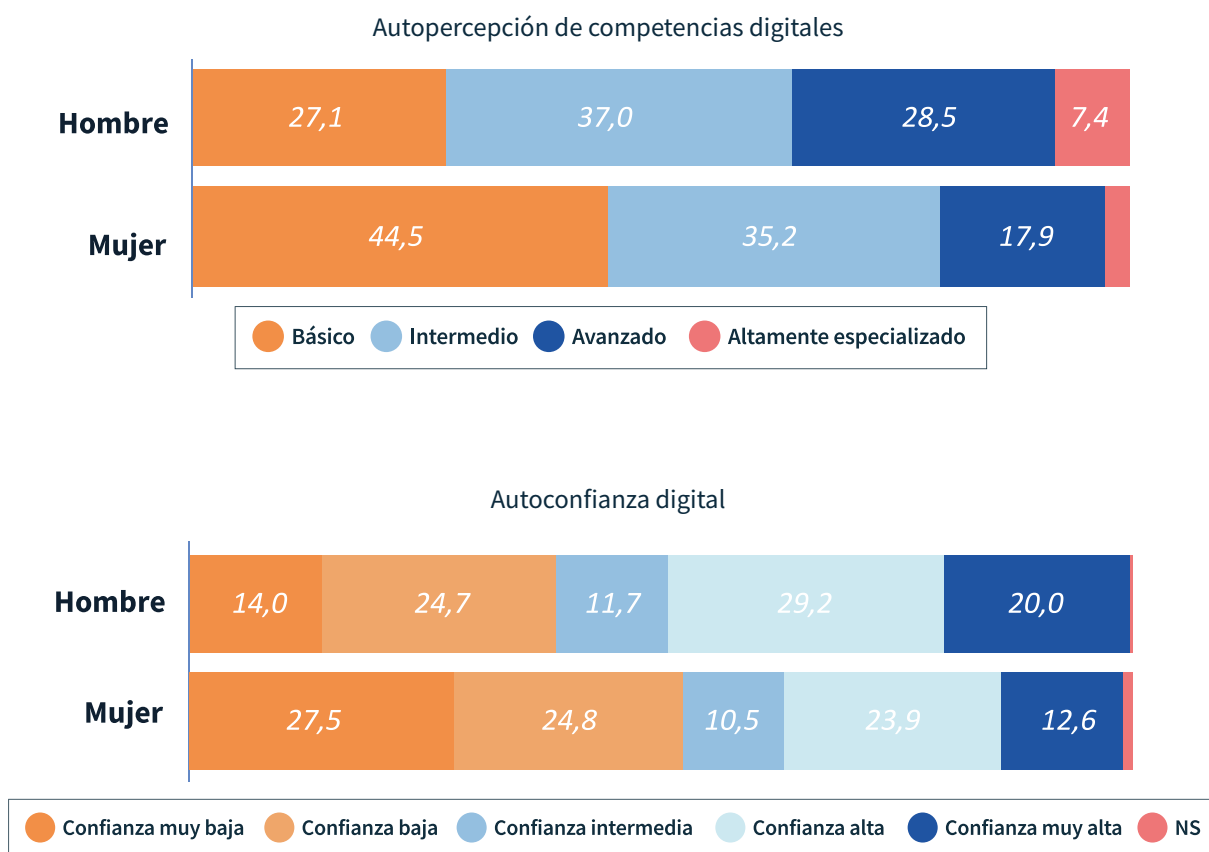
Tal y como se puede observar a continuación, los elementos que condicionan ambas actitudes resultan comunes:

Género

La relación entre género y autopercepción de competencias es claramente significativa: **las mujeres tienden a autoperibirse con niveles de competencias digitales más bajos que los hombres.**

Más de la mitad de las mujeres, un 52,3% indican niveles de autoconfianza digital bajos o muy bajos, frente a un 38,7% de los hombres.

Gráfico 1. Autopercepción del nivel de competencias digitales y autoconfianza digital según género, 2024 (%)



Edad

- a. Conforme aumenta la edad, disminuye el nivel de competencias autopercibido y disminuye la autoconfianza digital.
- b. Aunque las desigualdades de género se mantienen presentes en los diferentes grupos de edad, resultan más destacadas en los grupos de mayor edad.

Nivel de estudios

- a. Entre las personas con estudios primarios o inferiores más del 80% se autopercibe con un nivel de competencias digitales básico.
- b. El nivel de autoconfianza digital incrementa especialmente con el paso de estudios primarios a estudios secundarios y superiores.

Nivel de ingresos

- a. Sólo un 12% de las personas con ingresos inferiores a 1.100€ mensuales se autoperciben con un nivel de competencias digitales avanzado o altamente especializado.
- b. Casi un 37% de las personas con ingresos inferiores a 1.100€ mensuales presenta un nivel de autoconfianza digital muy bajo.

El perfil de inclusión digital

- a. Más del 80% de las personas con un perfil de inclusión digital baja se autoperciben con un nivel de competencias digitales básicas, frente a casi un 67% de las personas del perfil de inclusión digital alta que se autoperciben con un nivel de competencias digitales avanzado o altamente especializado.
- b. Más de la mitad de las personas con un perfil de inclusión digital baja (52,2%) presentan un nivel de autoconfianza digital muy baja, mientras que el 45% de las personas con un perfil de alta inclusión digital presentan un nivel de autoconfianza alta y un 38% muy alta.

Sobre los elementos que influyen en la autopercepción de competencias digitales y en la autoconfianza digital

Además del nivel de estudios, la edad, el género, etc. se ha podido comprobar que la autopercepción de competencias digitales y la autoconfianza digital están condicionadas por otras variables, tal y como veremos a continuación.

- Los niveles bajos de autopercepción de competencias digitales se relacionan con niveles bajos de autoconfianza digital, y a la inversa.
- **En niveles iguales de autopercepción de competencias digitales, las mujeres presentan niveles inferiores de autoconfianza digital.**
- La Encuesta ha posibilitado la identificación de una serie de elementos que influyen en las actitudes hacia la tecnología: la autonomía para aprender a usar herramientas digitales; las experiencias con la tecnología en el pasado; el nivel de interés en la tecnología y las competencias digitales adquiridas.

Autonomía para aprender a usar herramientas digitales

- **Las personas con un perfil de inclusión digital alto muestran en mayor medida niveles altos de autonomía** para aprender a usar herramientas digitales (81,7% indica niveles de autonomía alta y muy alta), mientras que las personas con un perfil de inclusión digital baja tienden a mostrar niveles de autonomía para el aprendizaje bajos (80,9% indica niveles de autonomía baja y muy baja).
- **La mitad de las mujeres (un 50,6%) se sitúan en niveles de autonomía baja o muy baja.** En cambio, entre los hombres ocurre exactamente lo opuesto: el 50,6% declara tener una autonomía alta o muy alta.
- **A mayor autonomía de la persona para aprender por sí misma, mayor es la confianza en poder enfrentar nuevos retos tecnológicos.**

- Entre las personas con un nivel de **inclusión digital alto, más del 90% manifiesta haber tenido experiencias positivas o muy positivas**, mientras que en el de baja inclusión estos se reducen al 27%.
- **Cuanto más positivas son las experiencias en el pasado con la tecnología**, es decir, cuanto más fácil ha sido en el pasado incorporar los cambios tecnológicos, **mayor es el nivel de autoconfianza digital.**
- **Cuanto más positivas son las experiencias en el pasado con la tecnología**, es decir, cuanto más fácil ha sido en el pasado incorporar los cambios tecnológicos, **mayor es el nivel de autopercepción de competencias.**

Nivel de interés en la tecnología

- Casi un **60% de la población muestra un interés alto o muy alto** por la tecnología.
- **El interés por la tecnología es más bajo entre las mujeres.** Mientras que entre los hombres un 67,3% manifiesta un interés alto o muy alto, entre las mujeres este porcentaje se reduce al 52,1%.
- Casi el **90% de las personas del grupo de alta inclusión digital sienten un interés alto o muy alto por la tecnología**, frente al 28,5% de las personas con un perfil de inclusión digital baja.
- **Cuanto mayor es el interés en lo tecnológico, mayor es el nivel de autoconfianza digital.**
- **A mayor interés por lo tecnológico, mayor es el nivel autopercebido de competencias digitales.**
- La problemática no se encontraría en el hecho que la falta de interés por lo tecnológico provoque efectos diferentes en hombres y mujeres, sino en el hecho que las mujeres tienden a mostrar menos interés en lo tecnológico.

Competencias digitales adquiridas

- **Cuanto más avanzadas son las competencias digitales que se han adquirido** (marcadas con una [A]), más alto es el nivel de autoconfianza digital. Del mismo modo, se observa que, entre las personas con niveles bajos de autoconfianza digital, la mayoría de las competencias adquiridas son básicas (marcadas con una [B]).
- **En niveles iguales de competencias digitales, las mujeres presentan niveles inferiores de autoconfianza digital.** Esta diferencia es especialmente destacada entre las personas que cuentan con mayor nivel de competencias, es decir, **las mujeres que cuentan con un alto nivel de competencias digitales tienen un nivel de autoconfianza digital menor que los hombres con las mismas competencias digitales.**
- **Las competencias digitales adquiridas solo explican el 60% de la autopercepción** lo que resulta, en una muestra más de la relevancia de la perspectiva interseccional a la hora de analizar las desigualdades sociodigitales.

Nos encontramos, por tanto, ante una **brecha de género destacable en relación a las actitudes** hacia la tecnología, que no sólo afecta al desarrollo de competencias digitales sino, también, a la forma en que entienden el entorno digital, cómo se perciben respecto a este y que aprovechamientos concretos pueden extraer de sus usos digitales. **La falta de autoconfianza digital entre las mujeres, así como una visión más negativa sobre sus competencias digitales, contribuye a la permanencia de la brecha digital de género, en tanto que contribuye a limitar su participación y aportación al entorno digital.**

Autonomía y dependencia digital. Desigualdades de género en torno al acompañamiento digital

Entre los impactos de las desigualdades sociodigitales destaca el impacto que muestran estas sobre el grado de autonomía con el que las personas pueden desenvolverse en el entorno digital o, por el contrario, cómo contribuyen a generar situaciones de dependencia digital.

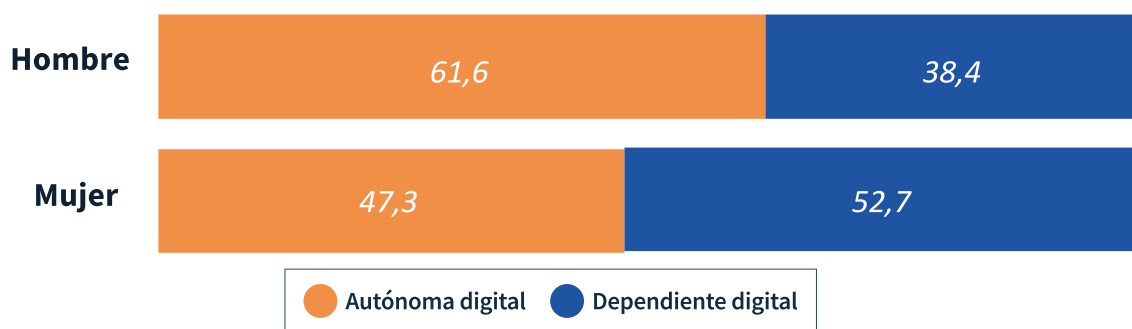
A nivel general, nos encontramos ante un 54,2% de la población que es autónoma digital, mientras que **un 45,8% de la población es dependiente digital**. También resulta interesante destacar que un **9,5% de la población necesita ayuda siempre, mientras que cerca de un 20% no necesita ayuda nunca**.

Los resultados muestran que los elementos que influyen sobre la dependencia digital son múltiples:

Género

- a. **Los hombres** tienden a considerarse **autónomos a nivel digital** (61,6%) en una proporción mayor que las mujeres (47,3%).
- b. **Más de la mitad de las mujeres** participantes consideran que **necesitan ayuda**, de forma moderada a intensa, para usar las herramientas digitales.

Gráfico 4. Autonomía en el entorno digital según género, 2024 (%)



Fuente: Encuesta de la Brecha Digital de Género en España

Edad:

- a. **El nivel de dependencia digital es mayor conforme aumenta la edad.** Así, mientras los niveles de autonomía digital superan el 87% en el caso de las personas entre 18 y 29 años, se reducen al 51,6% entre las personas de 45 a 59 años, o al 33% entre las personas de 60 a 74 años.
- b. Las principales **diferencias en función del género** se observan en los **grupos de edad más mayores**.

Nivel de ingresos:

- a. Conforme **aumenta el nivel de ingresos** aumenta el **nivel de autonomía digital**.
- b. Un 68,2% de las personas con **ingresos inferiores a los 1.100€** mensuales son personas **dependientes digitales**.

Nivel de estudios

- a. Conforme **aumenta el nivel de estudios** aumenta el **nivel de autonomía digital**. El nivel de estudios destaca como una de las **variables con mayor impacto** sobre la autonomía o dependencia digital.
- b. Entre un 81% y un 88,6% de las personas con **estudios primarios o sin estudios** son personas **dependientes digitales**.

Perfil de inclusión digital

- a. La **autonomía o la dependencia** en el entorno digital generan impactos significativos sobre la **inclusión sociodigital de las personas**.
- b. Índice IDAUA: mientras las **personas autónomas digitales** alcanzan una puntuación de **75,9** sobre 100, las **personas dependientes** alcanzan una puntuación de **48** puntos. Además, las principales diferencias se encuentran respecto a la dimensión de uso, para la que la diferencia entre ambos grupos es de 37,5 puntos.

- c. El **92%** de las personas con un **perfil de alta inclusión digital** son **personas autónomas a nivel digital**, mientras que el **85,5%** de las personas con un **perfil de inclusión digital baja** son personas **dependientes digitales**.

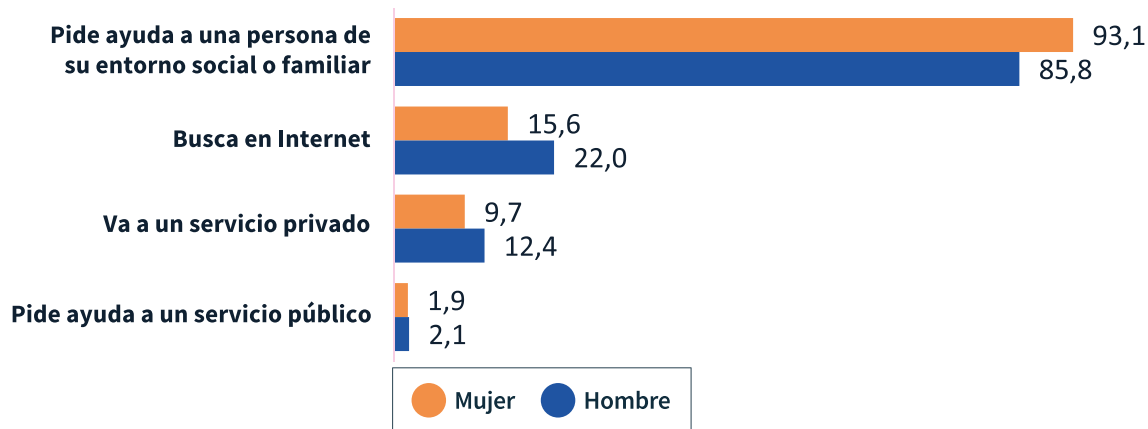
Sobre la dependencia digital

Los datos indican que las **personas dependientes digitales** recurren en su inmensa mayoría a las **redes informales, a su entorno cercano**, a la hora de **resolver sus problemas** en el entorno digital, y eso comporta un claro **riesgo de exclusión**, ya que la capacidad de respuesta del entorno social puede ser muy desigual. Una persona dependiente digital sin un entorno social que la pueda ayudar tiene muchas **más posibilidades de estar en una situación de exclusión digital**.

Género:

- a. Las **mujeres** (93,1%) **recurren más** a personas de su **entorno social** que los hombres (85,8%).
- b. Entre las **personas dependientes digitales**, es mayor el porcentaje de **hombres** que **buscan en Internet** o recurren a **servicios privados** cuando necesitan ayuda en relación al entorno digital.

Gráfico 5. Donde o a quién piden ayuda las personas dependientes digitales según el género, 2024 (%)



Fuente: Encuesta de la Brecha Digital de Género en España

Perfil de inclusión digital:

- a. Las personas con **un perfil de inclusión digital baja, dependen** en mayor medida de su **entorno social**, mientras que las persona con un perfil de alta inclusión digital dependen menos del entorno y pueden recurrir a medidas más diversas. Por ejemplo, solo un **9%** de las personas con un perfil de **baja inclusión** digital **recurren a Internet**, frente a un **42%** de las personas con un perfil de **alta inclusión digital**.

Tipo de gestión:

- a. El **tipo de gestión** para el que se necesita ayuda más frecuentemente es la **resolución de un problema** con una herramienta digital.
- b. Un **20,3%** de las **personas dependientes digitales** necesitan **ayuda** con las **herramientas digitales** muy frecuentemente, y un **18,2%** la necesitan para los **trámites con la Administración**.

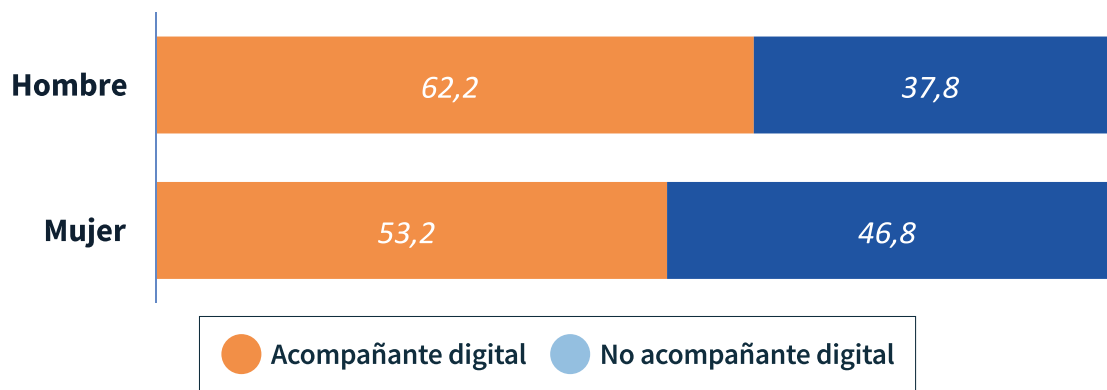
Sobre el acompañamiento digital

La otra cara de esta moneda son las personas **acompañantes digitales**, un **57,6% de la población**. En este sentido, se ha considerado como acompañante digital a aquellas personas que afirman que ayudan o acompañan a otras personas en su relación con lo digital constantemente, con mucha frecuencia o de vez en cuando.

Respecto al perfil de las **personas acompañantes digitales** se pueden destacar diversos elementos:

- Los **hombres** (62,2%) declaran significativamente **acompañar más que las mujeres** (53,2%) en el entorno digital.
- Las **diferencias en función del género no existen en la cohorte de 30 a 44 años** y son más destacadas en las franjas de 18 a 29 años y de 60 a 74 años.

Gráfico 6. Personas acompañantes digitales según género, 2024 (%)



Fuente: Encuesta de la Brecha Digital de Género en España

- Más del 50% de las **personas acompañantes digitales** tienen **estudios universitarios**.
- Conforme **aumenta el nivel de inclusión digital**, aumentan también las posibilidades de realizar **acompañamiento digital a otras personas**.
- Hay un mayor porcentaje de personas que acompañan en el entorno digital entre aquellas personas que tienen personas a su cargo o responsabilidades de cuidados habituales. Un 63% de las **personas que tienen a otras personas a su cargo** (ya sean menores, adultas y personas dependientes) **asume responsabilidades de acompañamiento en el entorno digital**, frente a un 54% de las personas que no tienen personas a su cargo.

Respecto a las **áreas en las que se realiza el acompañamiento digital** se observa que:

- Las más frecuentes son en el **uso de herramientas digitales**; en la **búsqueda de información o recursos online** destinados a cubrir las necesidades de otra persona, y en **relación con la Administración digital**.
- Las **mujeres asumen con mayor frecuencia las responsabilidades** de ayuda y acompañamiento digital en dos áreas principalmente: en la **realización de trámites con la Administración digital** (pedir una cita previa al médico, presentar el borrador de la renta, matrículas escolares, etc.) y en la **participación en espacios digitales destinados a gestionar los cuidados de la persona** (como grupos de WhatsApp o correo electrónico).

A partir de estos resultados podemos concluir algunas cuestiones que resultan clave:

- Las **mujeres** tienden a percibirse en **menor medida como acompañantes digitales**.
- Cuando sí se identifican como **acompañantes digitales**, asumen en mayor medida aquellas **responsabilidades relacionadas con los cuidados**. Tanto la tipología de responsabilidades que asumen en mayor medida, como la intensidad con la que las asumen, muestran una **reproducción de los roles de género también en el entorno digital**.

Estos resultados resultan especialmente relevantes, en tanto que sabemos que el **acompañamiento digital** resulta un **elemento clave** no solo para el desarrollo de competencias digitales, sino para posibilitar que las **personas puedan desenvolverse en el entorno digital, en todas las etapas de la vida**.

Bienestar en el entorno digital. Desigualdades de género en torno a la autorrepresentación digital y a los usos problemáticos

La presente investigación entiende que el **bienestar digital** está relacionado con cuestiones de **salud** (desde una perspectiva amplia), con la **seguridad** y las posibilidades de **hacer frente a riesgos y amenazas**, pero también con las posibilidades de aprovechar las **potencialidades de las tecnologías digitales** como **motor de la inclusión social** y de la mejora de las condiciones de vida de las personas.

Dado que en el marco de la Encuesta no es posible llegar a recoger datos sobre toda la amalgama de elementos que configuran el bienestar digital, se ha centrado la reflexión en **cuatro elementos**:

1. La autorrepresentación en el entorno digital,
2. Las violencias digitales,
3. La relevancia de elementos clave para la autopercepción de bienestar digital
4. Los usos problemáticos.

Sobre la autorrepresentación en el entorno digital y las violencias digitales

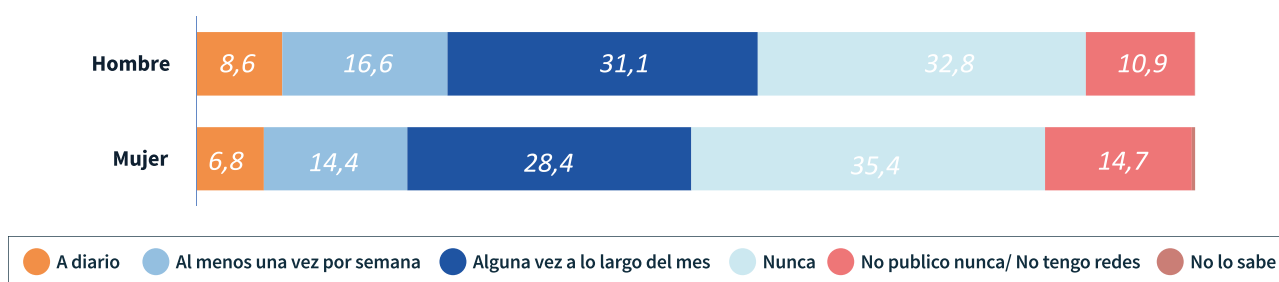
La perspectiva interseccional resulta imprescindible a la hora de analizar las desigualdades sociodigitales. En relación con **el bienestar digital** es clave para analizar la forma en que las personas ocupan o habitan el espacio en la red y se **autorrepresentan en el entorno digital**, pero también para entender la complejidad del fenómeno de las **violencias digitales**.

Hay dos elementos clave que se deben considerar en el análisis de la **autorrepresentación digital**:

La **exposición en el entorno digital**:

1. El **grueso de la población no ha publicado** ningún tipo de contenido en redes sociales o páginas web en los últimos 3 meses (34,2%) **o ha realizado alguna publicación** a lo largo del mes (29,7%).
2. Hay un **23%** de la población con un **nivel de exposición digital alto**.
3. Se observa una **mayor autorrepresentación** por parte de **los hombres en el entorno digital**, un 56,3% de los hombres han publicado al menos una vez a lo largo del último mes, mientras que entre las mujeres el porcentaje baja al 49,6%.
4. Si nos fijamos en la edad, observamos que los **hombres representan un porcentaje mayor en todas las cohortes a excepción del grupo de edad de 18 a 29 años**, en el que son las mujeres las que representan un porcentaje mayor, siendo además este el grupo de edad en el que los niveles de exposición digital son más elevados.
5. Las personas con **mayores niveles de estudios** y **mayores niveles de inclusión digital** muestran **niveles de exposición más altos**.

Gráfico 7. Frecuencia de publicación de contenidos en alguna red social o página web en los últimos 3 meses según género, 2024 (%)



Fuente: Encuesta de la Brecha Digital de Género en España

El grado de comodidad o incomodidad en la generación de contenido en espacios digitales:

1. Un **25,4% de las personas** que han publicado algún tipo de contenido digital en los últimos 3 meses **se han sentido incómodas a la hora de publicar** en redes sociales en alguna ocasión.
2. Sin embargo, **la frecuencia con la que esto ha sucedido tiende a ser baja**, solo un 4,5% afirma sentirse incómoda/o frecuentemente y un 13,7% se ha sentido incomodo/a con poca frecuencia.

Al analizar la forma en la que las personas ocupan los espacios en la red y la forma en que se autorrepresentan en el entorno digital, es necesario tomar en consideración también cuáles son las oportunidades y las limitaciones que condicionan las posibilidades para ocupar dicho espacio. En este sentido, las **violencias digitales** cobran una especial relevancia. Así, en el marco de la presente investigación entendemos por **violencias digitales estructurales** aquellas violencias que se producen en torno a:

La propia imagen:

- a. Un **18,9%** de la población considera su **imagen menos atractiva** que la de las **personas que ve en redes sociales**.
- b. El porcentaje de **mujeres** que consideran que su imagen es menos atractiva que la de las personas que ven en redes sociales **es mayor (21,1%) que el de hombres (16,5%)**.
- c. **A menos edad, mayor es la diferencia entre hombres y mujeres** que consideran que su imagen es menos atractiva en redes sociales, en la cohorte de 18 a 29 años el porcentaje de mujeres es del 37,6% y el de hombres es del 26,1%.

- d. El porcentaje de personas que **perciben su imagen menos atractiva** que la de las personas que ve en redes sociales **se incrementa** notablemente entre aquellas **personas** que presentan un **Uso Problemático de Internet (UPI)**, representando un 41% de estas, frente al 15,7% de personas que no presentan un UPI.

La expresión de las opiniones y posicionamientos políticos en entornos digitales:

- a. Un **76,4% de la población** considera que el **entorno digital no es un espacio seguro** para expresar sus **opiniones políticas**.
- b. La percepción de inseguridad es mayor entre las mujeres (78,6%) que entre los hombres (72%), es decir, **los hombres** se sienten más seguros expresando sus opiniones políticas en entornos digitales.
- c. Además, la **seguridad para expresar las opiniones políticas** en el entorno online **es mayor** entre las personas con un **perfil de inclusión digital alta** (21,8%).

Las percepciones y expectativas sobre la vida personal.

- a. 1 de cada 10 personas considera que **su vida personal es menos interesante que la de las personas que ve en redes sociales**.

Sobre el bienestar digital y los usos problemáticos

Aunque el **bienestar digital** y los **usos problemáticos** son dos conceptos que habitualmente han sido analizados de forma conjunta, es necesario apuntar que no pueden ser reducidos a sinónimos o a distintas caras de una misma moneda.

En el presente estudio se ha usado como instrumento de medición la **Escala de Uso Compulsivo de Internet** (Compulsive Internet Use Scale, CIUS), que es uno de los más empleados a nivel internacional para evaluar el **Uso Problemático de Internet (UPI)**.

En cambio, al hacer referencia al **bienestar digital**, hablamos de una conceptualización que podría considerarse que aún se encuentra en construcción. La idea de bienestar digital no se podría reducir a la ausencia de usos problemáticos, sino que abarca aspectos que se relacionan con las desigualdades sociodigitales, con la salud tanto física como mental, con los impactos de algunos usos como, por ejemplo, la desinformación, el ciberacoso, el miedo a perderse algo, pero también incluye las oportunidades y la forma en que dichos usos suponen un empoderamiento para las personas.

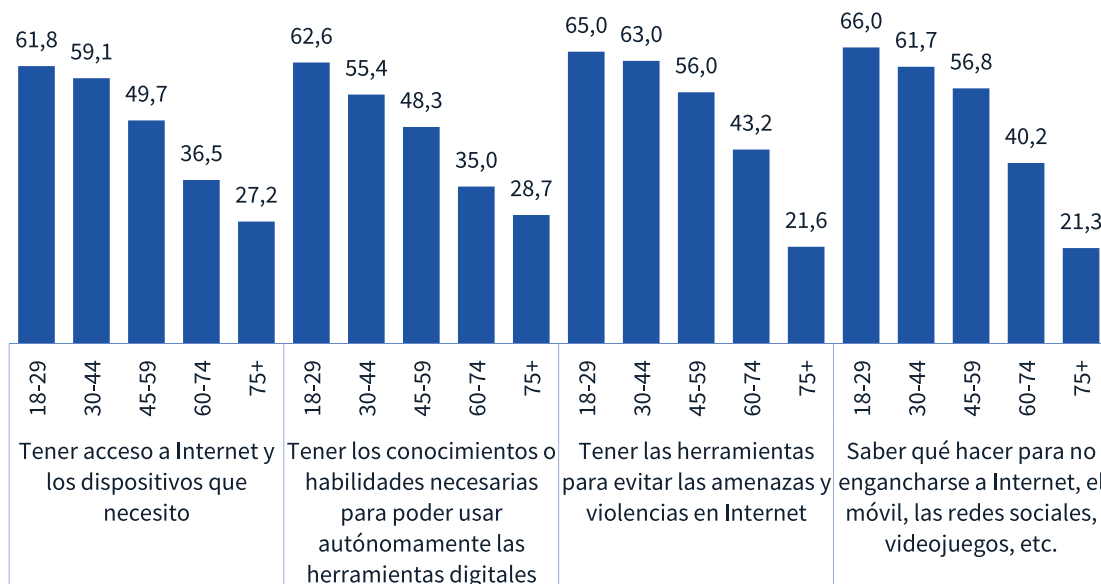
Los resultados muestran que los **elementos más relevantes para el bienestar digital** son aquellos vinculados a las **competencias digitales y a la higiene digital**. Sin embargo, hay diferencias en función del género:

1. Los **hombres** tienden a relacionar el bienestar digital con elementos de carácter técnico/competencial (conocimientos y habilidades, y acceso a los recursos tecnológicos).
2. Las **mujeres** tienden a relacionar el bienestar digital en mayor medida con los elementos contextuales de **ausencia de violencias digitales**.

Además, resulta interesante apuntar que entre las personas de **18 a 29 años** los elementos que se consideran más importantes para el bienestar digital son los **conocimientos para no engancharse a internet (66%)** y las **herramientas para evitar las amenazas y violencias en Internet (65%)**.

Esto resulta revelador, en tanto que, los resultados obtenidos estarían mostrando que la formación o **capitación digital** constituiría un **factor de protección clave frente a la exclusión sociodigital y también frente a las desigualdades de género**, mientras que las medidas de fomento del **bienestar digital** (especialmente la higiene digital y las medidas de protección en la red) actuarían como **factor de protección frente al UPI**.

Gráfico 8. Percepción de importancia muy alta de los elementos condicionantes del bienestar digital según grupos de edad, 2024 (%)

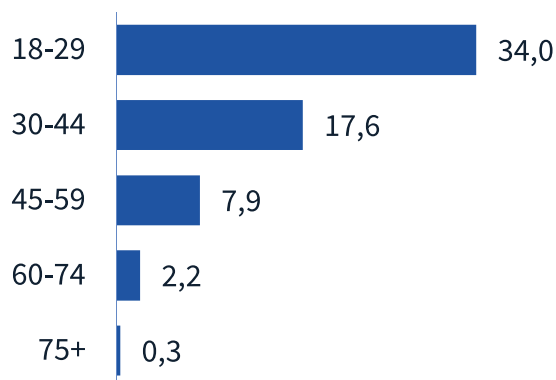


Fuente: Encuesta de la Brecha Digital de Género en España

En este sentido, se observa que la **edad y el nivel de inclusión digital** destacan como las **variables clave al analizar el UPI**, por lo que podemos establecer que el UPI se relaciona con unas posibilidades de uso más intensivo y de exposición digital más elevada.

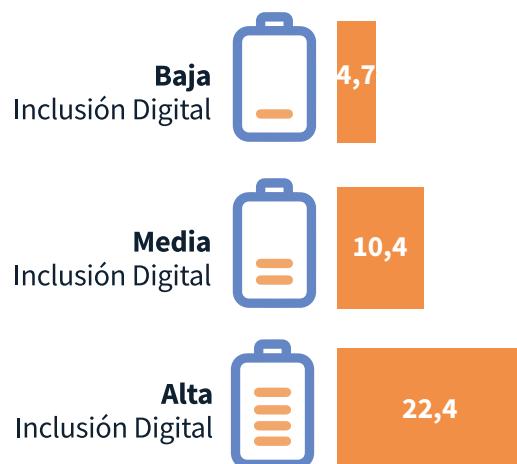
La prevalencia del UPI entre las personas más jóvenes y las personas con un mayor nivel de inclusión digital, y la ausencia de relación con las variables que se relacionan con las desigualdades estructurales (nivel de estudios, nivel de ingresos, etc.), plantea la necesidad de **focalizar la atención en la estructura y las dinámicas que promueve el propio entorno digital.**

Gráfico 9. Uso Problemático de Internet según grupo de edad, 2024 (%)



Fuente: Encuesta de la Brecha Digital de Género en España

Gráfico 10. Uso Problemático de Internet según grupo de inclusión digital, 2024 (%)



Fuente: Encuesta de la Brecha Digital de Género en España

Conclusiones

- ✱ La Encuesta sobre la Brecha digital de género en España ha permitido analizar en profundidad las formas en las que **las desigualdades sociodigitales** se reproducen y se sustentan sobre la base de **desigualdades estructurales**, entre ellas, **las desigualdades de género**.
- ✱ Los resultados, han permitido analizar la brecha digital de género trascendiendo los análisis centrados únicamente en cuestiones como el acceso o las competencias digitales. Es decir, ha sido posible analizar la brecha digital de género de forma mucho más profunda, a través de la construcción de **indicadores** que permiten **medir los niveles de inclusión sociodigital** de la población desde una **perspectiva de género** (aplicación focalizada del Índice IDAUA), pero también profundizar en cuestiones clave que permiten **contrastar** cómo se **reproducen las desigualdades de género** en el **entorno digital** desde una **perspectiva interseccional**: actitudes hacia las tecnologías digitales, autonomía y dependencia en el entorno digital, acompañamiento digital y bienestar digital.
- ✱ Estos análisis nos permiten concluir **la permanencia de una brecha digital de género** con implicaciones para la inclusión sociodigital en el presente, pero también con una incidencia destacada en la reproducción de desigualdades a futuro.
- ✱ Por una parte, los resultados permiten concluir que **la esfera actitudinal es clave para entender la complejidad de la brecha digital de género**. Las actitudes hacia la tecnología resultan un elemento crucial para la inclusión sociodigital y no es posible obviar que éstas están condicionadas por desigualdades de género. Tanto la **autopercepción de las competencias digitales** como la **autoconfianza digital** muestran desigualdades de género que **inciden en los procesos de inclusión/exclusión sociodigital**.
- ✱ Los resultados muestran que las **mujeres** tienden a **autoperibirse** con **niveles de competencias digitales más bajos que los hombres** e indican **niveles de autoconfianza digital más bajos**. En este sentido, pese a que las desigualdades de género se modulan en base a variables como la edad, el nivel de in-

gresos o el nivel de estudios, se concluye que la **brecha de género en la esfera actitudinal permanece**, puesto a que esta se encuentra enraizada en **cuestiones más bien estructurales** relacionadas con las percepciones, los imaginarios, las ideas integradas, condicionando como las mujeres se autoperciben también en el entorno digital.

- ✱ Por otra parte, el análisis de las situaciones de **autonomía y dependencia digital** también ha revelado cuestiones cruciales para el abordaje de la brecha digital de género, en especial en lo concerniente a la **reproducción de los roles de género en el acompañamiento digital**. Además, desde el punto de vista del desarrollo de medidas para el abordaje de la brecha digital, no es posible obviar el hecho que el grueso de la población busca y recibe acompañamiento en su entorno cercano, lo que implica graves riesgos en clave de desigualdades y exclusión.
- ✱ Finalmente, la aproximación realizada al **bienestar digital** a partir de los resultados, nos permite concluir, por una parte, la complejidad del análisis del bienestar digital entre la población y la necesidad de profundizar en el análisis de este a partir de estudios focalizados en este ámbito. Y, por otra parte, nos permite concluir la necesidad de desarrollar medidas y políticas públicas que contemplan una perspectiva holística del bienestar digital. Políticas que, por tanto, promueven la formación o **capitación digital** en tanto que **factor de protección clave frente a la exclusión sociodigital** y también frente a las **desigualdades de género**. Y, a su vez, también políticas que inciden sobre una **perspectiva individual del bienestar digital** promoviendo la higiene digital y las medidas de protección en la red y, políticas que inciden sobre una **perspectiva colectiva del bienestar digital** que focalizan la atención en la estructura y las dinámicas que promueve el entorno digital (promovidas por un diseño tecnológico fundamentado en la captación de la atención) como **factor de protección frente al Uso Problemático de Internet** que se ha desvelado como un fenómeno clave en el análisis del bienestar digital de la población.

A woman with blonde hair and glasses is looking at a laptop screen. The scene is dimly lit with a blue tint. The logo for Fundació Ferrer i Guàrdia is overlaid on the image.

 **FUNDACIÓ
FERRER i GUÀRDIA**