

Resultados de la **consulta abierta** sobre chicas y chicos en el mundo digital

El público espera que la radio y televisión
difundan más información sobre este tema





Consulta a las audiencias



La Defensoría del Público realizó una consulta a la audiencia de radio y televisión a fin de conocer qué información recibe y qué necesita sobre el uso de redes sociales y plataformas digitales por parte de niñas, niños y adolescentes.

Este trabajo permite determinar cuáles son, entre las personas consultadas, las preocupaciones principales, y qué expectativas tienen respecto de los aportes que esperan recibir de la radio y la televisión.

Ficha de trabajo



Etapa de elaboración

Se diseñó un cuestionario digital en formulario *Google Form* para dispositivos móviles, tablets y computadoras. Autoadministrado. Con 12 preguntas cerradas y tres de opción múltiple y abierta. Disponible en la página oficial de la Defensoría del Público.

Etapa de recolección

La consulta fue abierta, anónima y federal.
Se realizó durante 35 días, entre el 28 de febrero y el 3 de abril de 2024.
Se recibieron 817 respuestas.

Etapa de análisis

Del total de respuestas, 750 se identificaron como audiencias de radio y televisión y pudieron completar las preguntas.
El 8.2 % (67) indicó lo contrario, es decir que no se informa por radio y televisión, por lo cual no se le requirieron más respuestas.

Desarrollo e implementación de la consulta, y elaboración de informe: Hugo Muleiro y Natalia Rossetti. Diseño gráfico: Silvina Spinelli

Resultados (1-3)

El público de radio y televisión tiene gran expectativa por recibir información y orientación profesional sobre el uso de redes sociales y plataformas digitales por parte de chicas y chicos, para afrontar una serie amplia de preocupaciones, entre las cuales una de las más mencionadas es la de los riesgos y peligros en esos ambientes, según la consulta hecha por la Defensoría del Público.

Asimismo, el 52 % de las personas participantes definió como "insuficiente" el caudal de información que recibe de los servicios audiovisuales sobre este tema, en tanto 21.5 % la consideró "relativamente suficiente".





Resultados (2-3)

La consulta se realizó mediante un formulario digital abierto y anónimo. Participaron 817 personas de todas las provincias. Algunos de los resultados más significativos son los siguientes.

- 53 % de participantes declara que accede diariamente a radio y televisión, y 20.7 % que lo hace "varias veces a la semana". En tanto, 8.2 % dice que no lo hace nunca.
- En la recepción de información sobre el uso de redes y plataformas por parte de chicas y chicos, la opción más mencionada es redes sociales, con 72.2 %, en una pregunta con respuestas múltiples. Siguen radio, 43.9 %, y televisión, con 42.9 %.
- En radio y televisión, 65.9 % de las personas dice que sólo "a veces" identifica información sobre el tema.
- El 53 % considera a esa información como "insuficiente" y 21.5 % como "relativamente suficiente". La opción "suficiente" fue elegida por 12.8 %.
- El 86.7 % declara que le parece necesario que radio y televisión proporcionen información sobre el uso de redes sociales y plataformas digitales por la niñez y la adolescencia. Apenas 6.3 % dice que "no es lo que espera" de esos medios.



Resultados (3-3)

- La comprensión de los envíos de radio y televisión sobre este tema parece relativa, ya que 47.4 % dice que le resulta comprensible "a veces", ante 34.3 % que la define como comprensible y 8.6 % como incomprensible.
- Los riesgos y peligros asociados a los datos y la privacidad de chicas y chicos en el uso de redes y plataformas fue mencionada como preocupación por 66.4 % de quienes participaron. Siguen acoso/*bullying* y discriminación en línea por 61.6 %, y afectación a la salud mental y física por "consumos excesivos", 59.8 %, sobre un esquema de respuestas múltiples.
- En cuanto a la expectativa sobre la cobertura del tema por radio y televisión, 68.6 % espera acceder a estrategias ante el acoso/*bullying*, abuso sexual y *grooming*, seguido por orientación profesional para el uso seguro y responsable de redes y plataformas, con 60.9 %, y orientación respecto de la salud mental y física, 49.8 %.

¿Quiénes participaron?

La consulta contó con participación en todo el país. Se recibieron 817 respuestas que servirán para ampliar el debate y trabajo con los medios de comunicación.

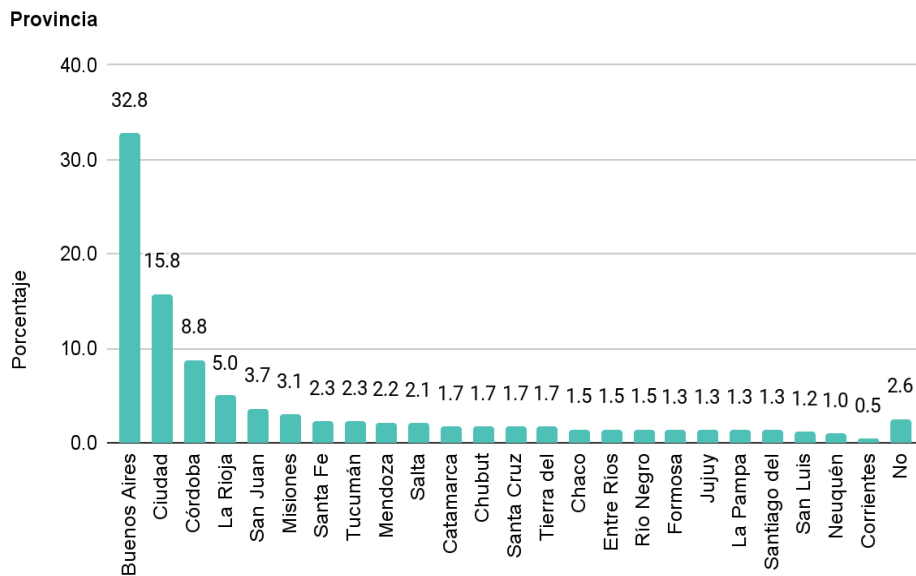


Tabla N° 1. Provincia.

Provincia	Totales	Porcentaje
Buenos Aires	268	32.8
Ciudad Autónoma de Buenos Aires	129	15.8
Córdoba	72	8.8
La Rioja	41	5.0
San Juan	30	3.7
Misiones	25	3.1
Santa Fe	19	2.3
Tucumán	19	2.3
Mendoza	18	2.2
Salta	17	2.1
Catamarca	14	1.7
Chubut	14	1.7
Santa Cruz	14	1.7
Tierra del Fuego, Antártida e Islas del Atlántico Sur	14	1.7
Chaco	12	1.5
Entre Ríos	12	1.5
Río Negro	12	1.5
Formosa	11	1.3
Jujuy	11	1.3
La Pampa	11	1.3
Santiago del Estero	11	1.3
San Luis	10	1.2
Neuquén	8	1.0
Corrientes	4	0.5
No responde/sin identificar	21	2.6
Total	817	100

Por región*

Según la división de regiones que aplica la Defensoría para sus audiencias públicas, la participación de la región Buenos Aires alcanzó el 48.6 %, Centro el 19.7 %, NOA el 13.8 %, Patagonia el 8.9 % y NEA el 6.4 %.

Regiones argentinas según AP

No responde/sin

2.6%

NEA

6.4%

Patagonia

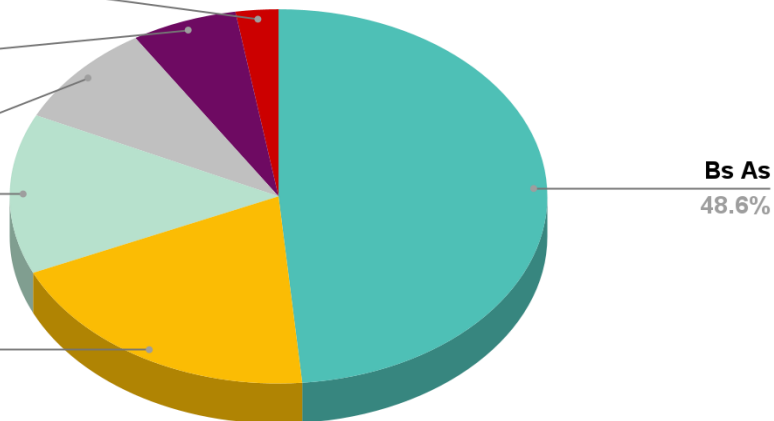
8.9%

NOA

13.8%

Centro

19.7%



*Las regiones se definen como provincias organizadas según la división geográfica establecida por la Defensoría del Público para llevar a cabo audiencias públicas, conforme lo establece el Artículo 19 inciso f, de la Ley 26522/09.

Región	Provincia	Total por Región	Porcentaje por Región
Bs As	Buenos Aires	397	48.6
	Ciudad Autónoma de Buenos Aires		
Centro	Córdoba	161	19.7
	San Juan		
	Santa Fe		
	Mendoza		
	Entre ríos		
	San Luis		
NOA	La Rioja	113	13.8
	Tucumán		
	Salta		
	Catamarca		
	Jujuy		
	Santiago del Estero		
Patagonia	Santa Cruz	73	8.9
	Tierra del Fuego		
	Chubut		
	Río Negro		
	La Pampa		
	Neuquén		
NEA	Misiones	52	6.4
	Chaco		
	Formosa		
	Corrientes		
No responde/sin dintificar		21	2.57
TOTAL, PAÍS		817	100

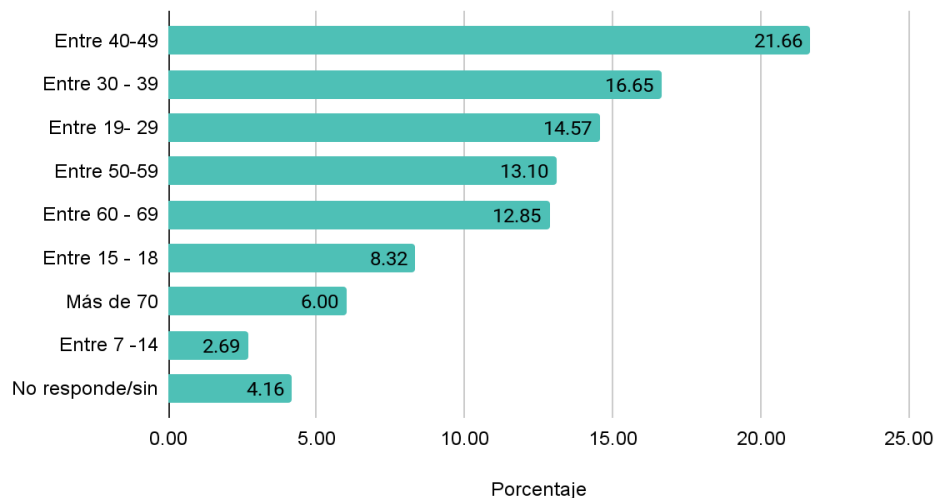


Por edades

En esta consulta abierta contamos con diversidad etaria, lo que enriquece los resultados obtenidos. La mayoría de quienes participaron se encuentran en el rango de 40 a 49 años, con 21.66 % del total. Siguen el grupo de 30 a 39 años, con 16.65 %, y el de 19 a 29 años, con 14.57 %. Los grupos de edad mayores, de 50 a 59 años y de 60 a 69 años, representan 13.10 % y 12.85 %, respectivamente. Los grupos más jóvenes, de 15 a 18 años y de 7 a 14 años, tienen una participación de 8.32 % y 2.69 %, respectivamente. Finalmente, el grupo de personas mayores de 70 años comprende 6 %, mientras que 4,16 % no informó su edad.

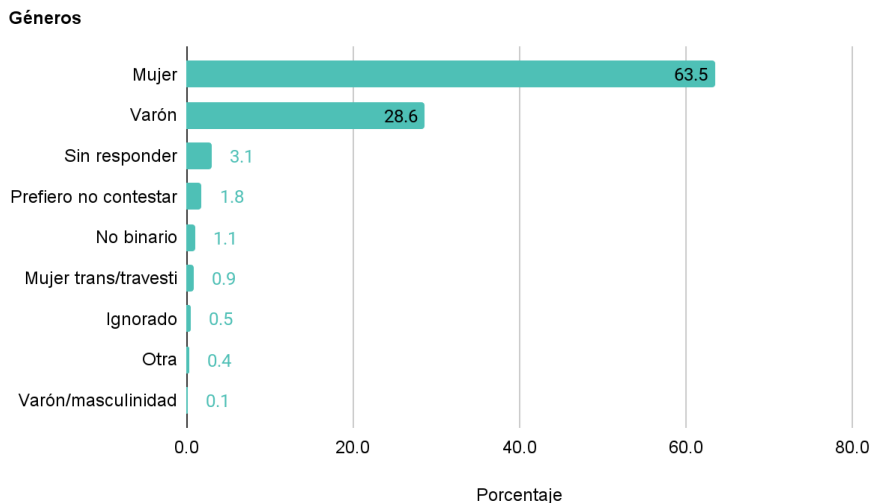
Edades

Grupo de edades	Totales	Porcentaje
Entre 40-49	177	21.66
Entre 30 - 39	136	16.65
Entre 19- 29	119	14.57
Entre 50-59	107	13.10
Entre 60 - 69	105	12.85
Entre 15 - 18	68	8.32
Más de 70	49	6.00
Entre 7 -14	22	2.69
No responde/sin identificar	34	4.16
Total	817	100.00



Por géneros*

En la consulta, 63.5 % de quienes participaron se identificaron como mujeres, seguidas por varones, con 28.6 %. Hay una pequeña proporción que no respondió, 3.1 %, y otra que indicó expresamente su decisión de no responder, 1.8 %. Además, las personas que se identificaron como no binarias, mujeres trans/travestis y varones/masculinidades trans, cada una representan cerca de 1 %. A su vez, hubo un pequeño número de participantes que no declararon la identidad de género o no se ajustaron a ninguna de las categorías proporcionadas.



Género	Totales	Porcentaje
Mujer	519	63.5
Varón	234	28.6
Sin responder	25	3.1
Prefiero no contestar	15	1.8
No binario	9	1.1
Mujer trans/travesti	7	0.9
Ignorado	4	0.5
Otra identidad/ninguna de las anteriores	3	0.4
Varón/masculinidad trans	1	0.1
Total	817	100

* Referencia: Ley Nacional 26.743 de Identidad de Género, sancionada en 2012, y mediante la cual se evaluó la factibilidad de la medición de la identidad de género en el Censo 2022.

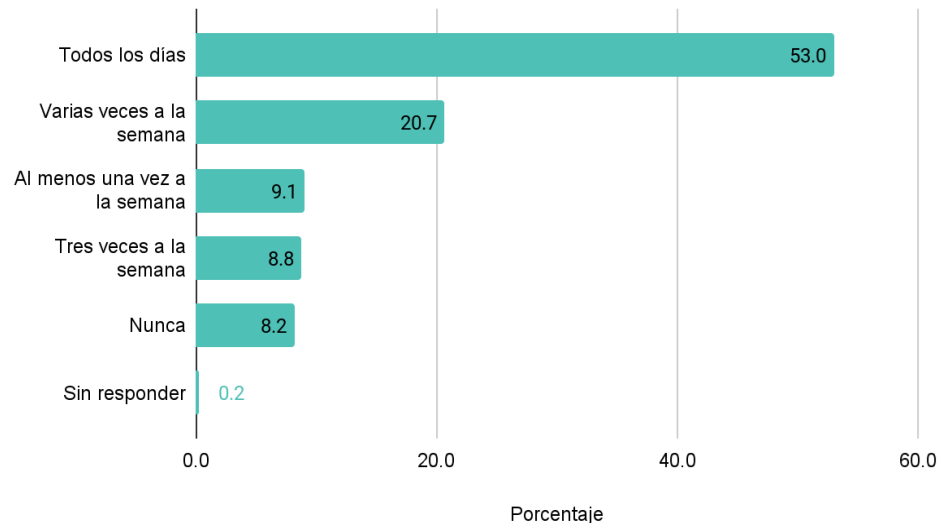


Frecuencia de acceso a radio y televisión

De las personas que participaron, 53 % indicó que accede a estos medios todos los días. Asimismo, 20,7 % mencionó que accede varias veces a la semana, mientras que 9.1 % lo hace al menos una vez a la semana. A la vez, se observa que una porción, equivalente al 8.2% , afirmó que nunca accede a la radio o televisión (grupo que, dados los fines de esta consulta, no responde las preguntas siguientes).

Tabla N° 5. Pregunta 1: "¿Podría indicarnos con qué frecuencia accede a radio y televisión?"		
Categorías	Totales	Porcentaje
Todos los días	433	53.0
Varias veces a la semana	169	20.7
Al menos una vez a la semana	74	9.1
Tres veces a la semana	72	8.8
Nunca	67	8.2
Sin responder	2	0.2
Total	817	100

¿Podría indicarnos con qué frecuencia accede a radio y televisión?





Uso elevado de redes para recibir información

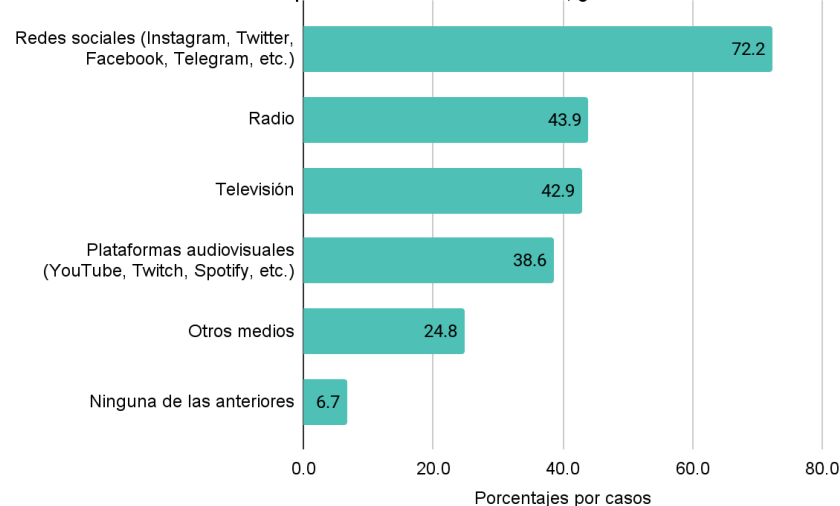
Se presentó un listado de medios y plataformas en las que las personas identifican información sobre el tema de la consulta, el uso de redes sociales y plataformas y sus contenidos. Con respuesta múltiple, la mayoría, 72.2 %, mencionó las redes sociales como Instagram, Twitter, Facebook, y Telegram, entre otras. Le siguen la radio y la televisión, con 43.9 % y 42.9 %, respectivamente. Esto sugiere que estos medios tradicionales mantienen una relevancia considerable. Asimismo, las plataformas audiovisuales como YouTube, Twitch y Spotify son utilizadas por 38.6 % de las personas consultadas. Un cuarto del total mencionó que usa otros medios de comunicación, mientras que 6.7 % declaró que no usa ninguno de los medios mencionados.

Tabla N° 6. Pregunta 2: "De los medios de comunicación que se enumeran a continuación, ¿en cuáles recibe información relacionada a los usos y contenidos sobre redes sociales y plataformas digitales?"

Categorías	Totales por caso	Porcentaje de casos
Redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook, Telegram, etc.)	541	72.2
Radio	329	43.9
Televisión	321	42.9
Plataformas audiovisuales (YouTube, Twitch, Spotify, etc.)	289	38.6
Otros medios	186	24.8
Ninguna de las anteriores	50	6.7
	1716	

En la siguiente tabla se presentan los resultados de la pregunta de opción múltiple "pregunta 2", quienes participaron podían seleccionar una o más respuestas. Los porcentajes se calculan en base al total de respuestas recibidas para esta pregunta específica

De los medios de comunicación que se enumeran a continuación, ¿en cuáles recibe información





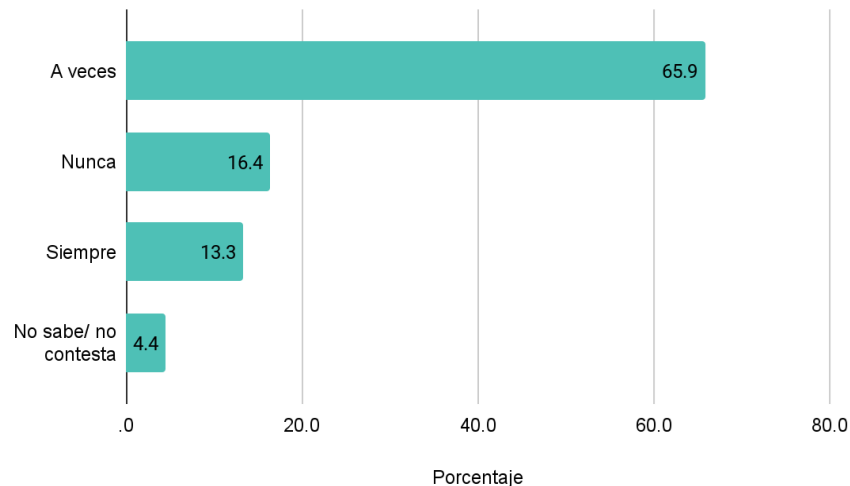
La mayoría dice que solo “a veces” recibe información sobre redes, plataformas y chicas y chicos

Sobre usos y contenidos de redes sociales y plataformas digitales por chicas y chicos, la gran mayoría, 65,9 %, expresa que “a veces” recibe información sobre el tema en radio y televisión. En tanto, 16,4 % dice que nunca la identifica, y 13,3 % afirma que siempre identifica esta información. Además, 4,4 % indicó “no sabe/no contesta”.

Cuando accede a radio y televisión, ¿Identifica información sobre los usos y contenidos de redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y adolescencia?

Tabla N° 7. Pregunta 3: "Cuando accede a radio y televisión, ¿identifica información sobre los usos y contenidos de redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y adolescencia?"

Categorías	Totales	Porcentaje
A veces	494	65.9
Nunca	123	16.4
Siempre	100	13.3
No sabe/ no contesta	33	4.4
Total	750	100





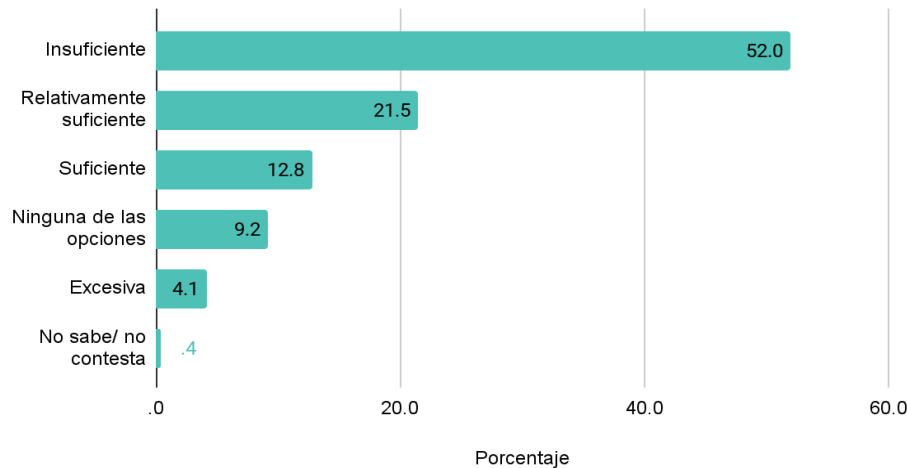
Para la mayoría, la cantidad de información es “insuficiente”

Para el 52 % de participantes, la información en radio y televisión sobre el tema de la consulta es insuficiente. Por otro lado, 21.5 % considera que es relativamente suficiente, mientras que 12.8 % la considera suficiente. Otro grupo, 9,2 %, respondió “ninguna de las opciones”. Apenas 4.1 % percibe la cantidad de información como excesiva, y 0.4 % no respondió.

La información a la que accede en la radio y la televisión sobre los contenidos de redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y adolescencia, le resulta:

Tabla N° 8. Pregunta 4: "La información a la que accede en la radio y la televisión sobre los contenidos de redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y adolescencia, le resulta:"

Categorías	Totales	Porcentaje
Insuficiente	390	52.0
Relativamente suficiente	161	21.5
Suficiente	96	12.8
Ninguna de las opciones	69	9.2
Excesiva	31	4.1
No sabe/ no contesta	3	.4
Total	750	100





Gran expectativa de información sobre el tema

El 86.7 % expresó que sí consideran necesario que los medios proporcionen más información sobre este tema, lo que evidencia una demanda significativa. Un pequeño porcentaje no respondió a ninguna de las opciones proporcionadas (6.7 %). Por otro lado, el 6.3 % manifestó que no espera o no necesita más información sobre este tema por parte de los medios. El 0.4 % no respondió.

¿Espera/ necesita que los medios de comunicación le den más información sobre este tema (el uso de redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y adolescencia)?

No sabe/ no

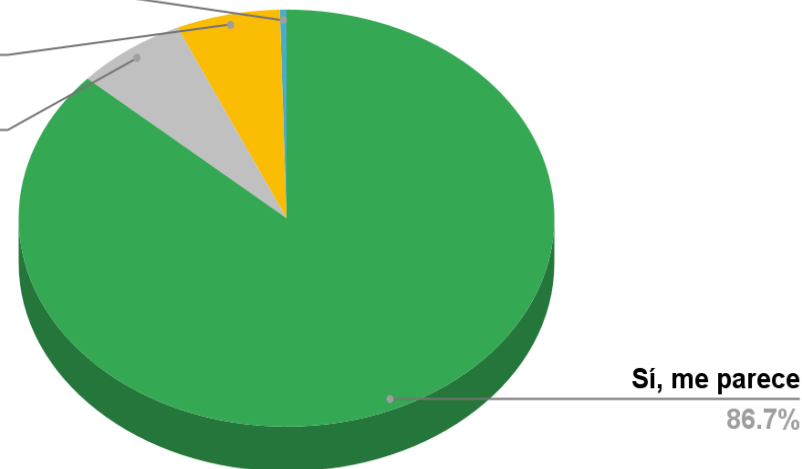
0.4%

No, no es lo que

6.3%

Ninguna de las

6.7%



Sí, me parece
86.7%

Tabla N° 9. Pregunta 6: "¿Espera/ necesita que los medios de comunicación le den más información sobre este tema (el uso de redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y adolescencia)?"

Categorías	Totales	Porcentaje
Sí, me parece necesario	650	86.7
Ninguna de las opciones	50	6.7
No, no es lo que espero de los medios	47	6.3
No sabe/ no contesta	3	.4
Total	750	100



Comprensión sobre información que se publica en medios de comunicación

Del total, 47.4 % de las personas consultadas indicaron que a veces encuentran comprensible esta información, lo que sugiere cierta complejidad en este material periodístico. Por otro lado, el 34.3 % afirmó que sí comprende la información. El 9.8 % no eligió ninguna de las opciones ofrecidas.

La información que se publica en medios de comunicación sobre novedades y avances de la tecnología digital vinculada a la niñez y adolescencia, ¿le resulta comprensible?

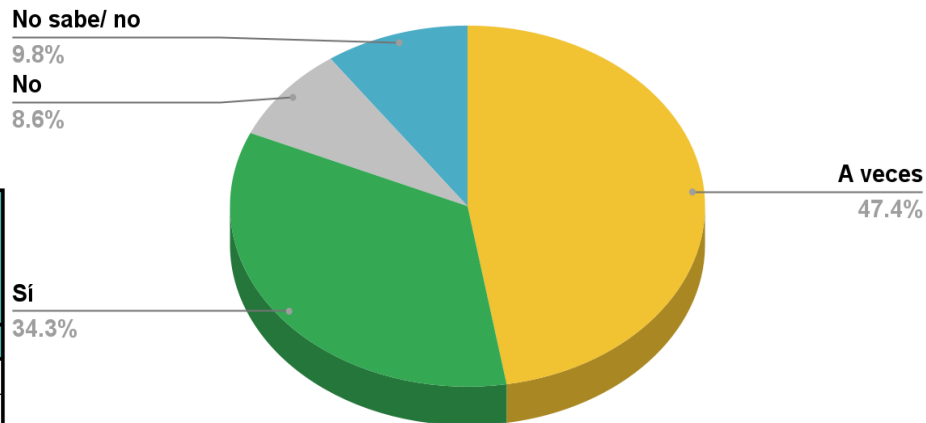


Tabla N° 10. Pregunta 7: "La información que se publica en medios de comunicación sobre novedades y avances de la tecnología digital vinculada a la niñez y adolescencia, ¿le resulta comprensible?"

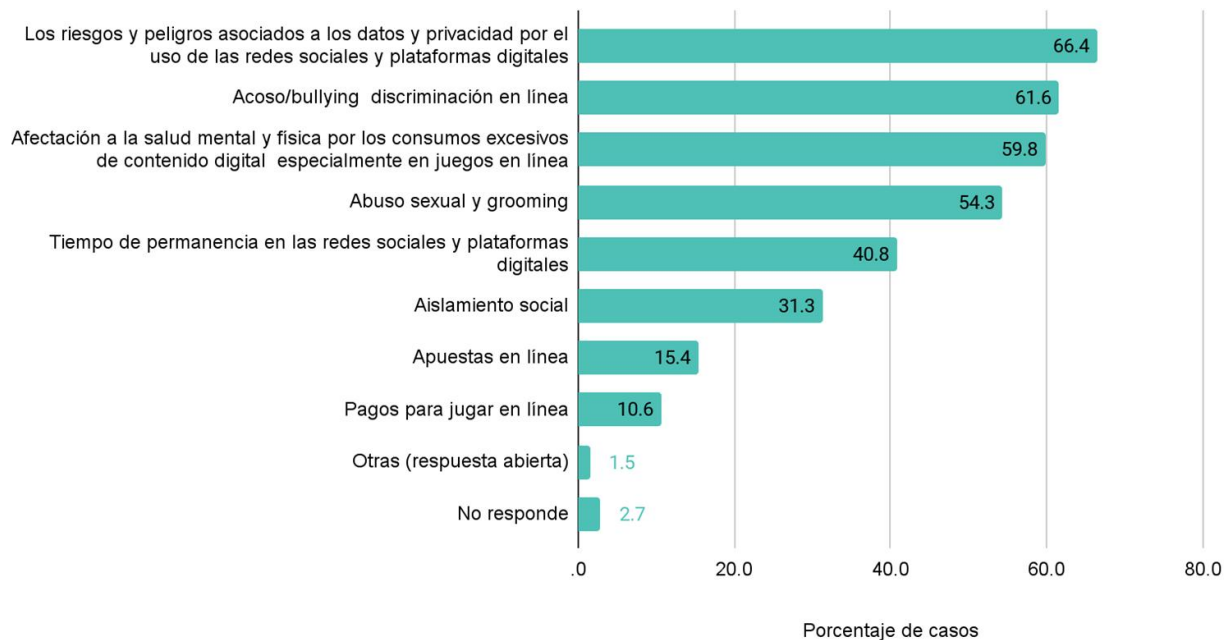
Categorías	Totales	Porcentaje
A veces	387	47.4
Sí	280	34.3
No	70	8.6
No sabe/ no contesta	13	9.8
	750	100



Los temas que preocupan al público (1-2)

La mayoría de participantes, con 66.4 %, expresó que espera información respecto de riesgos y peligros asociados a datos y privacidad por el uso de redes y plataformas, sobre la base de una serie de opciones para respuesta múltiple. Además, el acoso y la discriminación en línea fueron mencionados por 61.6 %, mientras que 59.8 % expresó interés en la afectación a la salud mental y física por el consumo excesivo de contenido digital, especialmente en juegos en línea.

¿Cuál es la información más importante que espera que brinden los medios sobre usos y contenidos de las redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y la adolescencia?





Los temas que preocupan al público (2-2)

Tabla N° 11. Pregunta 8: "¿Cuál es la información más importante que espera que brinden los medios sobre usos y contenidos de las redes sociales y plataformas digitales vinculada a la niñez y la adolescencia?"

Categorías	Totales por casos	Porcentaje de casos
Los riesgos y peligros asociados a los datos y privacidad por el uso de las redes sociales y plataformas digitales	497	66.4
Acoso/bullying discriminación en línea	461	61.6
Afectación a la salud mental y física por los consumos excesivos de contenido digital especialmente en juegos en línea	447	59.8
Abuso sexual y grooming	406	54.3
Tiempo de permanencia en las redes sociales y plataformas digitales	305	40.8
Aislamiento social	234	31.3
Apuestas en línea	115	15.4
Pagos para jugar en línea	79	10.6
Otras (respuesta abierta)	39	1.5
No responde	73	2.7
	2657	

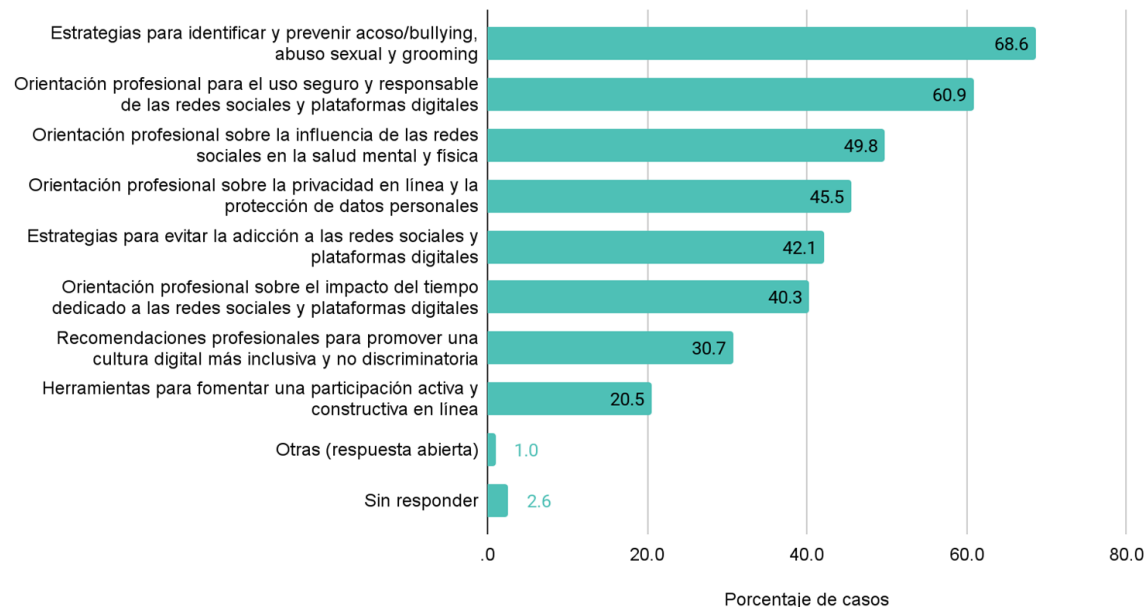
En la siguiente tabla se presentan los resultados de la pregunta de opción múltiple pregunta 8, quienes participaron podían seleccionar una o más respuestas. Los porcentajes se calculan en base al total de respuestas recibidas para esta pregunta específica

Otros aspectos relevantes incluyen el abuso sexual y el *grooming*, mencionados por el 54.3 %, y el aislamiento social, con 31.3 %. Hubo una proporción menor de participantes interesados en aspectos como los pagos para jugar en línea y las apuestas en línea. Además, se identificaron respuestas abiertas que agregaron otros temas de interés.



Expectativas del público sobre la cobertura que ofrecen los medios (1-2)

En relación con la pregunta anterior, ¿qué elementos espera que le brinden los medios?



La mayoría de las personas, 68.6%, expresó necesidad de conocer estrategias para identificar y prevenir el acoso / *bullying*, el abuso sexual y el *grooming*. Además, 60.9 % espera orientación profesional para el uso seguro y responsable de estas plataformas, lo cual se puede interpretar como una orientación de las fuentes con las que los medios traten estos temas. También se espera orientación sobre la influencia en la salud mental y física (49.8 %), y la privacidad en línea y la protección de datos personales, 45.5 %.



Expectativas del público sobre la cobertura que ofrecen los medios (2-2)

También se destacan las estrategias para evitar la adicción (42.1 %) y el impacto del tiempo dedicado a estas plataformas (40.3 %). Sin embargo, hubo una menor demanda de recomendaciones para promover una cultura digital más inclusiva y no discriminatoria (30.7 %) y herramientas para fomentar una participación activa y constructiva en línea (20.5 %). Además, se identificaron respuestas abiertas que agregaron otros elementos de interés.

Tabla N° 12. Pregunta 9: "En relación con la pregunta anterior, ¿qué elementos espera que le brinden los medios?"

Categorías	Totales por casos	Porcentaje de casos
Estrategias para identificar y prevenir acoso/bullying, abuso sexual y grooming	511	68.6
Orientación profesional para el uso seguro y responsable de las redes sociales y plataformas digitales	454	60.9
Orientación profesional sobre la influencia de las redes sociales en la salud mental y física	371	49.8
Orientación profesional sobre la privacidad en línea y la protección de datos personales	339	45.5
Estrategias para evitar la adicción a las redes sociales y plataformas digitales	314	42.1
Orientación profesional sobre el impacto del tiempo dedicado a las redes sociales y plataformas digitales	300	40.3
Recomendaciones profesionales para promover una cultura digital más inclusiva y no discriminatoria	229	30.7
Herramientas para fomentar una participación activa y constructiva en línea	153	20.5
Otras (respuesta abierta)	28	1.0
Sin responder	73	2.6
	2772	

En la siguiente tabla se presentan los resultados de la pregunta de opción múltiple pregunta 9, quienes participaron podían seleccionar una o más respuestas. Los porcentajes se calculan en base al total de respuestas recibidas para esta pregunta específica



Aportes de las audiencias (respuestas abiertas 1-2)

Las personas fueron invitadas a expresar una opinión sobre el tema de la consulta, con respuesta abierta. Hubo 41 participaciones, que se sintetizan así:

Relevancia en la información

Siete de cada diez personas dijeron que todos los temas enunciados son importantes para que sean incorporados en la agenda mediática. Algunas respuestas fueron:

"Todos estos temas, no debe excluirse ninguno" (Mujer, 41 años, Región Centro).

"Todos los puntos que se señalan anteriormente" (Mujer, 61 años, Región Buenos Aires).

"Todos los ítems son importantes" (Varón, 47 años, Región Centro).

Necesidad de formación en los medios ante la complejidad del tema

Algunas respuestas sugieren dudas sobre formación para trabajar estos temas, como:

"No creo que los medios estén capacitados para estos temas" (Mujer, 62 años, Región NOA)

"Los medios no tienen gente formada para esto" (Varón, 29 años, Región NEA)

"No creo que los medios tengan personal capacitado" (Varón, 47 años, Región Patagonia)

Asimismo, se recibieron respuestas que marcan la necesidad de especialistas y formación ante estos temas:

"Son muy complicados" (Mujer, 29 años, Región Patagonia)

"Me interesan muchos aspectos, pero no creo que los medios puedan ofrecer nada de esto" (Mujer, 31 años, Región NOA)

"Lo que se publica no lo dicen personas autorizadas" (Varón, 27 años, Región Cuyo).



Aportes de las audiencias (respuestas abiertas 2-2)

Las personas fueron invitadas a expresar una opinión sobre el tema de la consulta, con respuesta abierta. Hubo 41 participaciones, que se sintetizan así:

Interés en la formación y educación digital

Hubo personas que consideraron necesario fomentar interés en la educación y formación en competencias digitales desde la niñez:

"Ciudadanía digital de niñas" (Mujer, 41 años, Región Santa Fe)

"Orientación para diferenciar lo falso e inventado con una finalidad de lo verdadero o probado" (Mujer, 61 años, Región Buenos Aires)

"Incluir dentro de las estrategias para evitar la adicción a las redes la necesidad de la movilización corporal para no caer en el devastador sedentarismo" (Varón, 70 años, Región NOA)

Personas con poca expectativa en la tarea de los medios en este tema

Algunas respuestas reflejan falta de expectativa en la acción de los medios para proporcionar este tipo de información:

"No espero mucho de los medios" (Varón, 17 años, Región Patagonia)

"No espero nada" (Varón, 29 años, Región NEA)

"No creo que los medios puedan hacerlo" (Mujer, 62 años, Región NOA)

"No espero esto de la radio y la TV" (Mujer, 32 años, Región Cuyo)



0800-999-3333
www.defensadelpublico.gob.ar

 @DefdelPublico  @defdelpublico  /defensoriadelpublico

Alsina 1470-CP 1088. CABA.

