unicef
para cada infancia

¿HAN CAMBIADO LAS PREOCUPACIONES SOCIALES DE NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES?

Tercera edición del Barómetro de Opinión de Infancia y Adolescencia 2021-2022

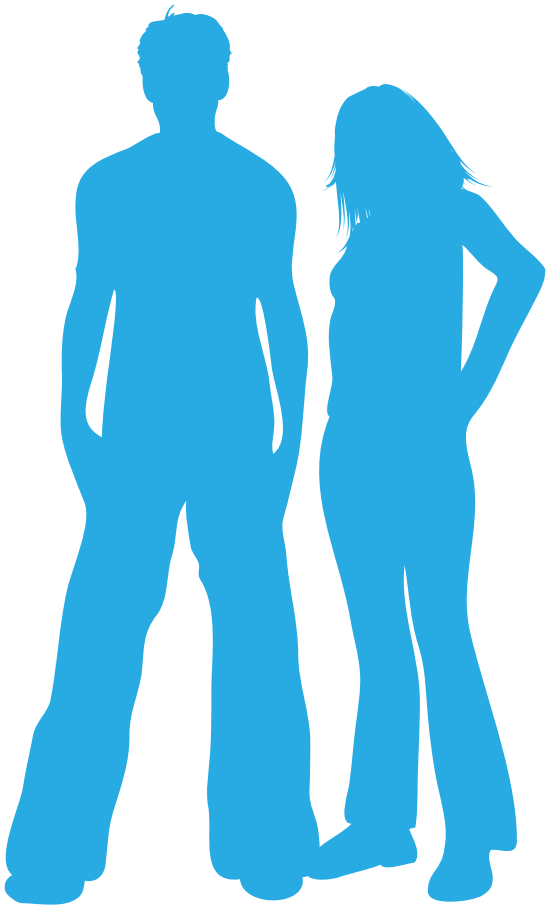
RESUMEN EJECUTIVO

1 INTRODUCCIÓN

El Barómetro de Opinión de la Infancia y la Adolescencia es una herramienta para conocer las opiniones de niños, niñas y adolescentes sobre sus preocupaciones sociales, políticas y de satisfacción vital. Este estudio es impulsado por el área de políticas locales y participación en colaboración con un equipo de investigación de la Universidad de Sevilla. La presente edición cuenta con el soporte del Ministerio de Derechos Sociales y Agenda 2030.

Esta herramienta fue implementada por primera vez en **2019-2020 en 133 centros educativos, con la participación de 8.598 niños, niñas y adolescentes de 11 a 18 años**. En esta **primera edición** los chicos y las chicas manifestaron sus preocupaciones por problemas sociales, su confianza en las instituciones, sus opiniones sobre la política y la economía o su participación sociopolítica presente y futura. Tras esta primera experiencia, UNICEF España puso en marcha la **segunda edición** a nivel estatal (2020-2021). Las circunstancias sobrevenidas con la pandemia de la COVID-19 (cierre de centros educativos, clases online, grupos burbuja, etc.) llevaron al equipo de investigación a adaptar el cuestionario para que pudiese ser realizado también desde los domicilios durante el tiempo que durasen las medidas y restricciones impuestas por el gobierno. Además, se añadieron nuevas preguntas para valorar el impacto que estaba suponiendo para niños, niñas y adolescentes la pandemia y las medidas y restricciones establecidas por las autoridades para paliar los efectos de la crisis sanitaria. **En la segunda edición participaron 8.648 niños, niñas y adolescentes de 109 centros educativos**. En esta tercera edición (2021-2022), se tiene como finalidad incorporar una visión secuencial para conocer los cambios en las preocupaciones y opiniones de niños y niñas con respecto a ediciones anteriores, además de incluir un nuevo bloque sobre los estereotipos de género. **Han participado 208 centros educativos y 9.505 chicos y chicas de 11 a 18 años**.

El Barómetro de Opinión de la Infancia y la Adolescencia se torna esencial para continuar escuchando la voz de todos los niños, niñas y adolescentes y ofrecer mecanismos de participación social. Se considera el rol de actor y agente social y de cambio de la infancia y la adolescencia, teniendo en cuenta el ejercicio de su derecho a la participación.



2 PRINCIPALES RESULTADOS

2.1. PREOCUPACIONES SOCIALES

2.1.1. Los principales problemas de la actualidad en España

Niños, niñas y adolescentes perciben que la economía es una de las principales preocupaciones de la sociedad en general, ocupando las tres primeras posiciones en las ediciones del Barómetro de Opinión de Infancia y Adolescencia.

TABLA 1.
Principales problemas identificados en cada edición

1ª Edición	2ª Edición	3ª Edición
16,5% Política	40,3% COVID-19	26,2% Economía
12,5% Contaminación	7,2% Economía	22,4% COVID-19
11,5% Economía	4,6% Educación	9,8% Guerra
2019-2020	2020-2021	2021-2022

• En comparación con ediciones anteriores, cabe destacar la caída de la identificación de la COVID-19 como la principal preocupación social que afecta a España, desde un 40,3% en la segunda edición del Barómetro de UNICEF España (2020-21) hasta un 22,4% en la edición actual (2021-22). Sin embargo, la preocupación por la guerra, que no aparecía en las dos ediciones previas del Barómetro, irrumpe y se coloca en tercera posición con aproximadamente un 10% de las respuestas, prácticamente el doble del porcentaje referente a la preocupación por la política, el medio ambiente o el trabajo (las tres preocupaciones que siguen a la preocupación por la guerra). **Ver tabla 1**.

• Con respecto a las diferencias por género, en la edición actual, los chicos perciben en la sociedad una mayor preocupación por la política en comparación con las chicas; en cambio, son ellas las que perciben más preocupación social por la educación en comparación con los chicos.

• Respecto a la edad, se aprecia un claro aumento de la preocupación por el trabajo y las perspectivas de futuro a medida que chicos y chicas se hacen mayores. Casi 1 de cada 10 adolescentes de 17 y 18 años están preocupados por esta cuestión. Mientras que alrededor del 10% de niños y niñas de 11-12 años perciben la contaminación y el medio ambiente como la principal preocupación social, este porcentaje no llega a alcanzar el 2% a partir de los 15 años.

• Cuando se les pregunta acerca de determinadas cuestiones sociales en concreto, los abusos sexuales a la infancia destaca como una de las principales preocupaciones en las dos últimas ediciones. **9 de cada 10 chicos y chicas se muestran bastante o muy preocupados por esta problemática**. En la presente edición le siguen el hambre y pobreza en el mundo y el acoso y el ciberacoso, mientras que en la edición pasada, ocupaba un segundo lugar el vivir una pandemia, seguido del acoso y ciberacoso escolar. **En la primera edición, las desigualdades de género, el machismo y la violencia machista, el hambre y la pobreza extrema en el mundo eran las proecupaciones más señaladas**.

• En la presente edición, 8 de cada 10 personas consultadas se muestra bastante o muy preocupados por la salud mental, siendo 9 de cada 10 en el caso concreto de las chicas.

2.2. VALORACIÓN DE ASUNTOS SOCIALES Y POLÍTICOS

2.2.1. Valoración de la situación política y económica del país y de su localidad

En las tres ediciones, niños, niñas y adolescentes mantienen una visión más positiva en el caso de la situación política y económica en su localidad, en comparación con la estatal; no obstante, se mejora en esta edición su percepción a nivel estatal.

• En las dos ediciones anteriores, la valoración del más del 50% de los encuestados sobre la situación económica y política a nivel estatal es valorada como mala o muy mala, no obstante, en la presente edición se rebaja este porcentaje hasta un 36,1%.

• Si bien la percepción de niños, niñas y adolescentes es más positiva a nivel municipal que estatal, la percepción de la situación política y económica a nivel local ha ido empeorando en las tres ediciones. Se ha pasado del 43,7% de niños, niñas y adolescentes quienes consideran que la situación es "buena o muy buena" a nivel local en 2019, al 29% con esta opinión en la presente edición.

• En la presente edición, la valoración de la situación política y económica local como "buena o muy buena" es mayor en chicos y chicas con un nivel adquisitivo familiar alto (33%), en comparación con quienes tienen un nivel adquisitivo bajo (23,2%).

2.2.2. Su confianza en las instituciones

• Todas las instituciones reciben mayor puntuación en esta edición, no obstante, los partidos políticos y el Gobierno mantienen su peor valoración en las tres ediciones. Las instituciones científicas mantienen la máxima valoración en las tres ediciones. **Ver gráfico 1**, en la página siguiente.

2.2.3. Su valoración de las profesiones

• En esta edición, la mayoría de la valoración de las profesiones aumenta a nivel de puntajes, siendo la profesión de banquero o banquera, modelo y deportista las que reciben mayor valoración. La profesión de político o política sigue siendo la profesión menos valorada en las tres ediciones.

• En la presente edición y respecto a las diferencias por género, se encuentra que ellas valoran mejor que ellos a profesiones como la de modelo (mientras ellas la califican con 6,7, ellos solo la valoran con un 5,2) y la de escritor o escritora (ellas valoran esta profesión con 7,4 y ellos con 6).

• Los niños, niñas y adolescentes con mayor nivel adquisitivo valoran mejor profesiones relacionadas con la banca (6,2 puntos) y ser juez o jueza (7,4 puntos), en comparación con el grupo de nivel adquisitivo más bajo (5,6 y 6,7, respectivamente). Quienes nacieron en España valoran más la profesión relacionada con el ejercicio de la justicia (7,2 puntos) en comparación con quienes nacieron fuera del país (6,6 puntos). **Ver gráfico 2**, en la página siguiente.

GRÁFICO 1. Confianza en las instituciones

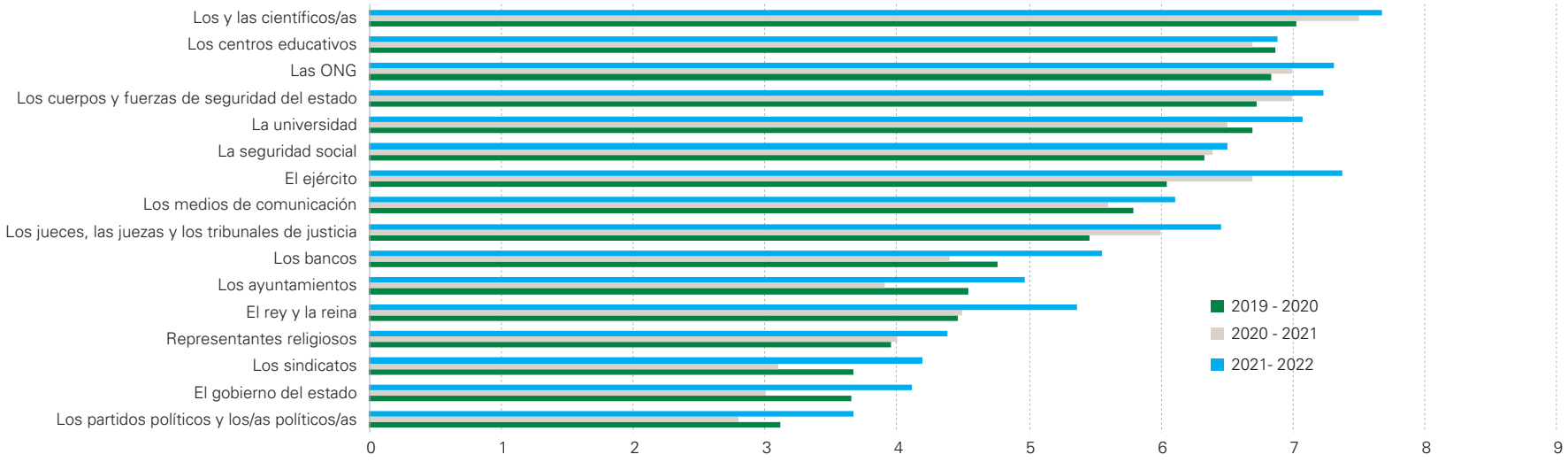
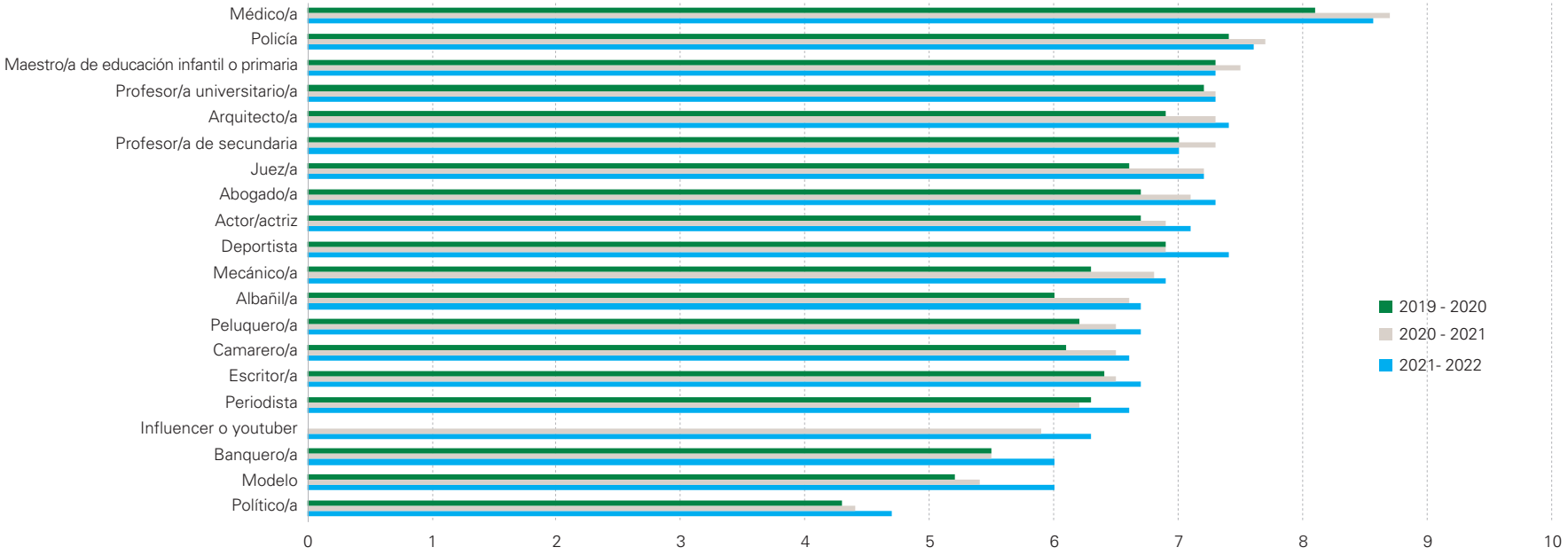


GRÁFICO 2. Valoración de las profesiones



2.3. SU COMPROMISO CÍVICO E IMPLICACIÓN CIUDADANA

2.3.1. Expectativas de participación en asuntos sociales y políticos

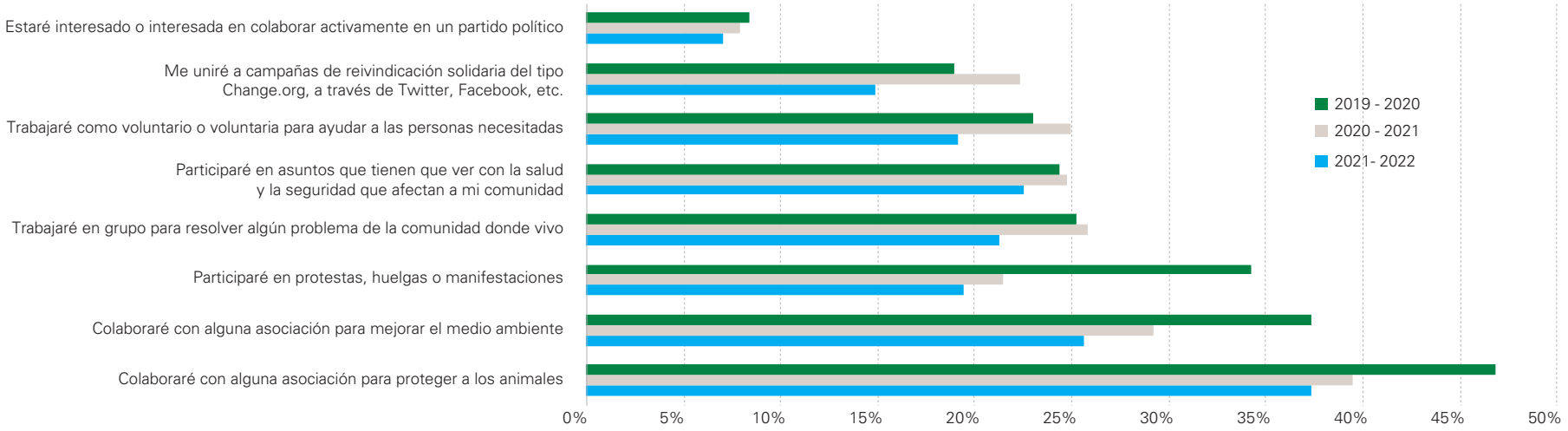
• Si bien en las tres ediciones, niños, niñas y adolescentes priorizan su colaboración futura a asociaciones para la protección de animales o del medio ambiente, en todas las categorías existe una disminución de su interés en colaborar. La posible colaboración futura en un partido político es, en las tres ediciones, la que mantiene un interés más bajo. **Ver gráfico 3**.

2.3.2. Frecuencia en la que se habla o se informan sobre asuntos sociales y políticos o sobre la actualidad del mundo

Si bien entre la primera y segunda edición, se muestra un incremento en el porcentaje de niños y niñas que habla o se informa sobre la actualidad en el mundo, en la presente edición todas las categorías muestran un descenso. En todo caso, desde 2019 hasta la actualidad, muestran mayor interés en hablar con su familia, más que con las amistades de aspectos de actualidad mundial. En las tres ediciones, conforme aumenta la edad, los chicos y las chicas se sienten más interesados en hablar sobre temas políticos con sus familias y amistades; por ejemplo, en el caso de esta tercera edición, solo el 17,6% de niños y niñas de 11 a 12 años manifiesta su interés en hablar con su familia sobre asuntos sociales y políticos, pasando al 40,4% en el caso de 17 y 18 años.

Por otro lado, los niños y niñas de nivel adquisitivo bajo, manifiestan que les gustaría hablar mucho más de estos asuntos con sus profesores (16,8%) y a través de redes sociales (9,2%) en comparación con los niños y niñas de nivel adquisitivo alto (con un 15,3 % y 8,8%, respectivamente).

GRÁFICO 3. Expectativas de participación (bastante o muy probable)



A nivel de los medios de comunicación utilizados para informarse, si bien desciende el porcentaje de niños, niñas y adolescentes que utilizan tanto televisión, como periódico, como redes sociales, en la presente edición el uso de internet es para los y las consultados, el medio más utilizado para informarse. **Ver gráfico 4**.

2.4. SU BIENESTAR, SATISFACCIÓN VITAL Y FELICIDAD

Si bien la media de satisfacción vital de los niños, niñas y adolescentes es elevada, en el caso de las chicas, de las personas nacidas fuera de España o con nivel adquisitivo bajo, sus niveles de tristeza son más significativos.

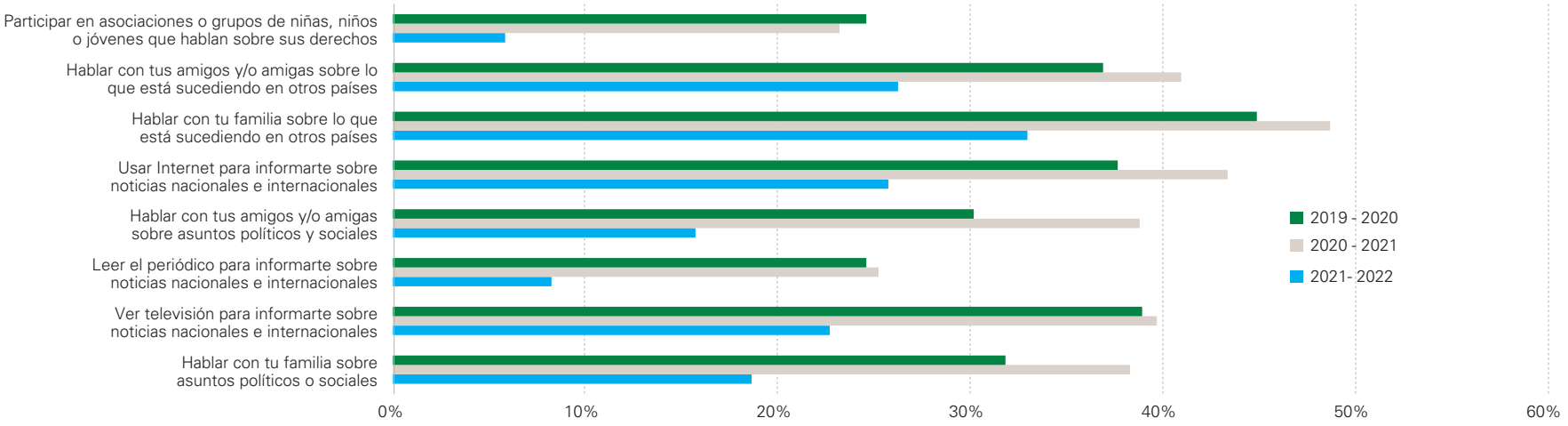
2.4.1. Bienestar emocional

Si bien en la edición 2019 los niveles de bienestar presentan los índices más altos y sufren un descenso en la siguiente, coincidiendo con los momentos más intensos de la pandemia de la COVID-19, en la edición actual son sensiblemente más altos. No obstante, es en la presente edición donde el porcentaje de niños, niñas y adolescentes que manifiestan sentirse solos presenta el porcentaje más alto (39,8%).

En cuanto al género, se mantiene una misma tendencia en las tres ediciones: las chicas manifiestan sentirse peor en todas las categorías; por ejemplo, el 6,5% de las chicas manifiestan sentirse solas siempre, mientras en el caso de los chicos es el 4,2; el 8,6% de las chicas manifiesta sentirse siempre triste, mientras que en el caso de los chicos, el 3,5% manifiesta sentirse siempre así.

Por otro lado, el 8,5% de niños y niñas con nivel adquisitivo bajo declara estar siempre triste, mientras que este porcentaje decae en 5,6% en el caso de los niños y niñas de nivel adquisitivo alto. En el caso de las personas nacidas fuera de Es-

GRÁFICO 4. Frecuencia con la que se informan o hablan de asuntos políticos y sociales (al menos semanalmente)



paña, el indicador de tristeza es del 8,8%, en comparación con el 6% de los niños y niñas nacidos en España que declaran sentirse siempre tristes. **Ver gráfico 5**.

2.4.2. Satisfacción vital y felicidad

En general, se mantiene la tendencia desde 2019 en cuanto a los indicadores de satisfacción y felicidad, siendo las relaciones de pareja la que presenta mayor descenso (de 8,63 en la edición pasada al 5,69 actual); otro elemento de satisfacción que se ha incorporado en la presente edición ha sido las mascotas, teniendo un 8,53 de puntuación media. Las relaciones con la familia y con las amistades se mantienen como algo altamente satisfactorio. **Ver gráfico 6**, en la página siguiente.

En el caso de los niños y niñas de 11 a 12 años, en la mayoría de las categorías planteadas, se recibe mayor puntuación que en el caso de los grupos de mayor edad, tanto en las relaciones con la familia, con las amistades, mascotas, su aspecto físico, tener cosas materiales, entre otros.

En el caso de las chicas, únicamente estar con amigos/as y sus mascotas son las categorías que muestran mayor nivel satisfacción vital que los chicos; en el caso de religión y espiritualidad, no hay diferencias perceptibles por género (5,73 chicas y 5,72 chicos).

Las personas no nacidas en España y las personas con bajo nivel adquisitivo familiar muestran mayor satisfacción con la relación de pareja; no obstante, en el resto de categorías muestran menor satisfacción vital.

GRÁFICO 5. Componentes del bienestar emocional (porcentajes agrupados por respuestas: bastante, mucho, muchísimo)

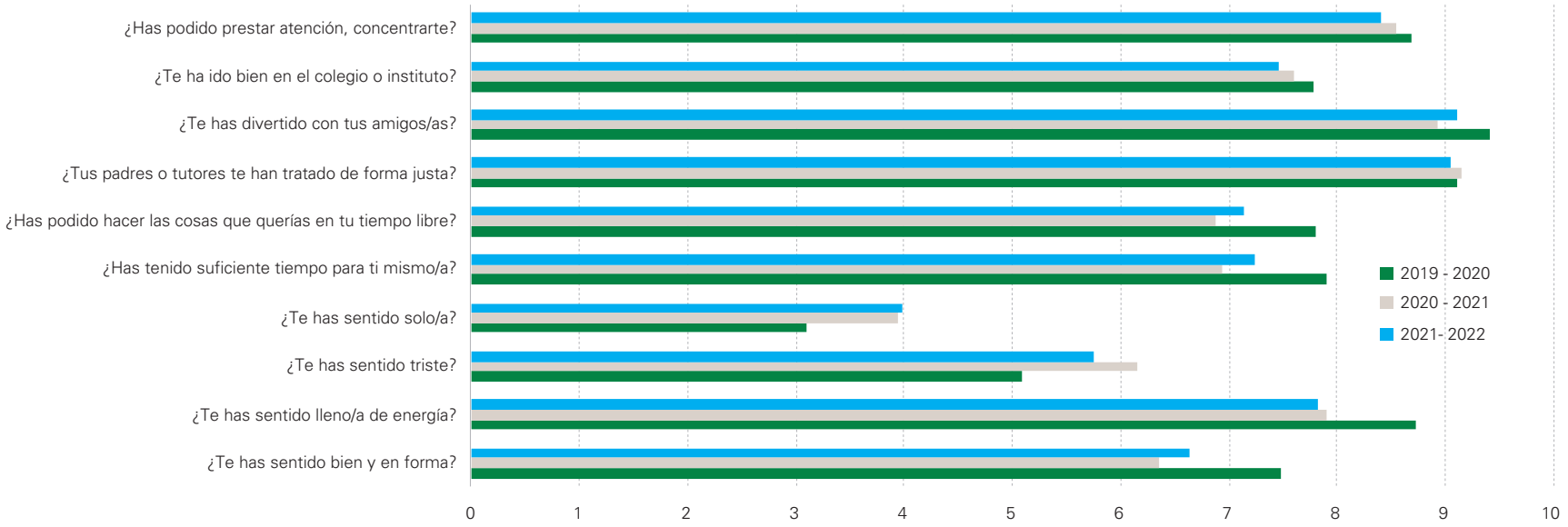
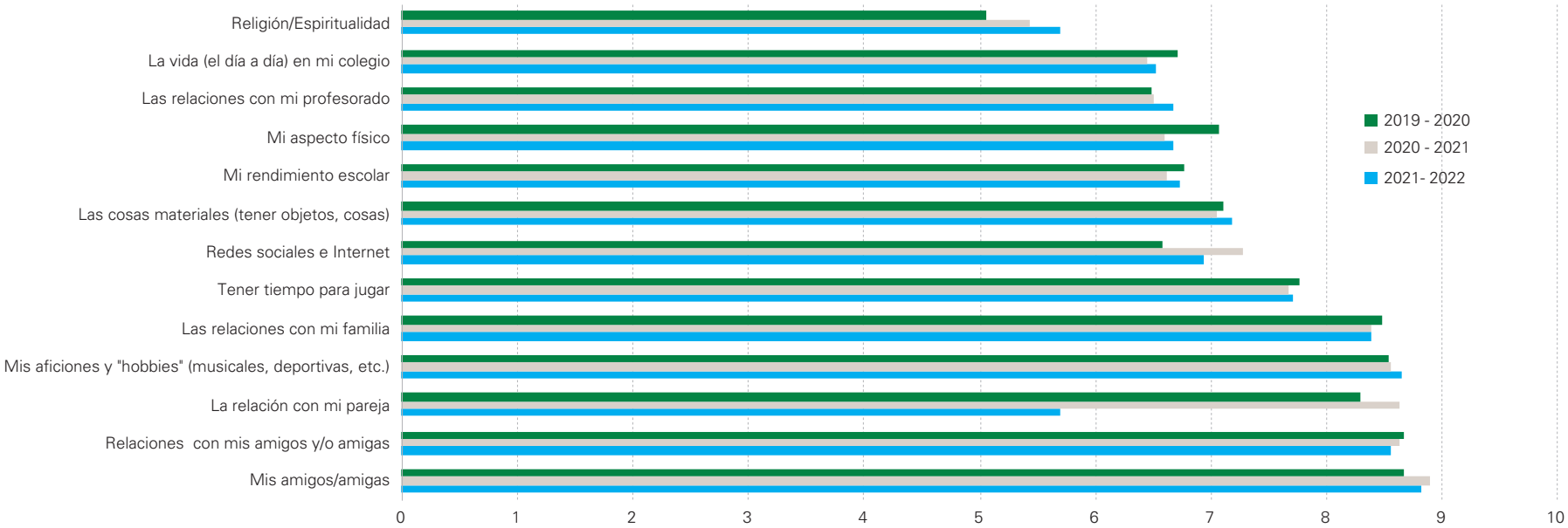


GRÁFICO 6. Cuánto feliz te hace…



2.5. ESTEREOTIPOS DE GÉNERO

En la presente edición, se ha incluido una sección sobre lo roles de género percibidos por niños, niñas y adolescentes en relación con diferentes profesiones y características de personalidad.

2.5.1. Los estereotipos de género en relación con las profesiones

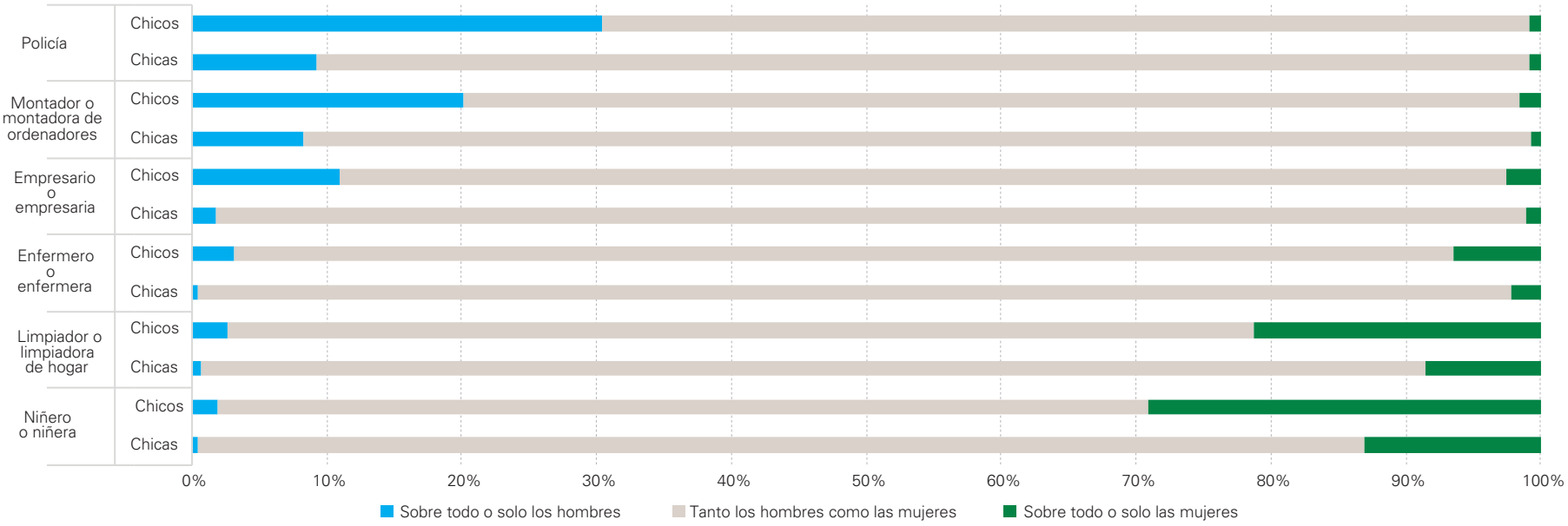
En general, niños, niñas y adolescentes piensan que los trabajos pueden realizarlos tanto hombres como mujeres. Destacan dos profesiones por mostrar estereotipos de género más marcados, como son policía y cuidar niños o niñas. El 19,6% considera que policía es un trabajo que deberían hacer solo o sobre todo los hombres.

Otras profesiones claramente percibidas como masculinas son las relacionadas con montar ordenadores, seguida de ser empresario. El 20,9% de la muestra considera que el trabajo de cuidar niños y niñas debería ser hecho "solo o sobre todo" por mujeres. El trabajo de limpieza es percibido por casi el 15% de la muestra como una tarea de mujeres, así como el relacionado con la enfermería.

Los chicos muestran mayores niveles de respuestas vinculadas a los estereotipos de género (tanto masculinización de la profesión de policía, montador de ordenadores y empresario como la feminización de las profesiones relacionadas con cuidar niños y niñas, limpiar y ejercer la enfermería). Mientras el 11% de los chicos consideran que ser empresario es un trabajo de hombres, esto solo sucede en el 1,7% de las mujeres. **Ver gráfico 7**, en la página siguiente.

Respecto a la edad, no se encuentran apenas diferencias respecto a estos estereotipos de género asociados a las profesiones clásicamente entendidas de mujeres. Se observa cierta tendencia a disminuir con la edad los estereotipos asociados a la masculinización de profesiones relacionadas con montar ordenadores y trabajar como empresario o empresaria. Así, mientras el 7,8% de los niños y niñas de 11-12 años consideran que ser empresario es una profesión masculina, esto solo sucede en el 3,9% de los adolescentes de 17-18 años.

GRÁFICO 7. Estereotipos de género en relación con las profesiones según el género



Por otro lado, con la muestra nacida fuera de España hay algo más de tendencia a percibir la profesión de cuidar niños y niñas como más asociada a las mujeres y montar ordenadores como más asociada a los hombres.

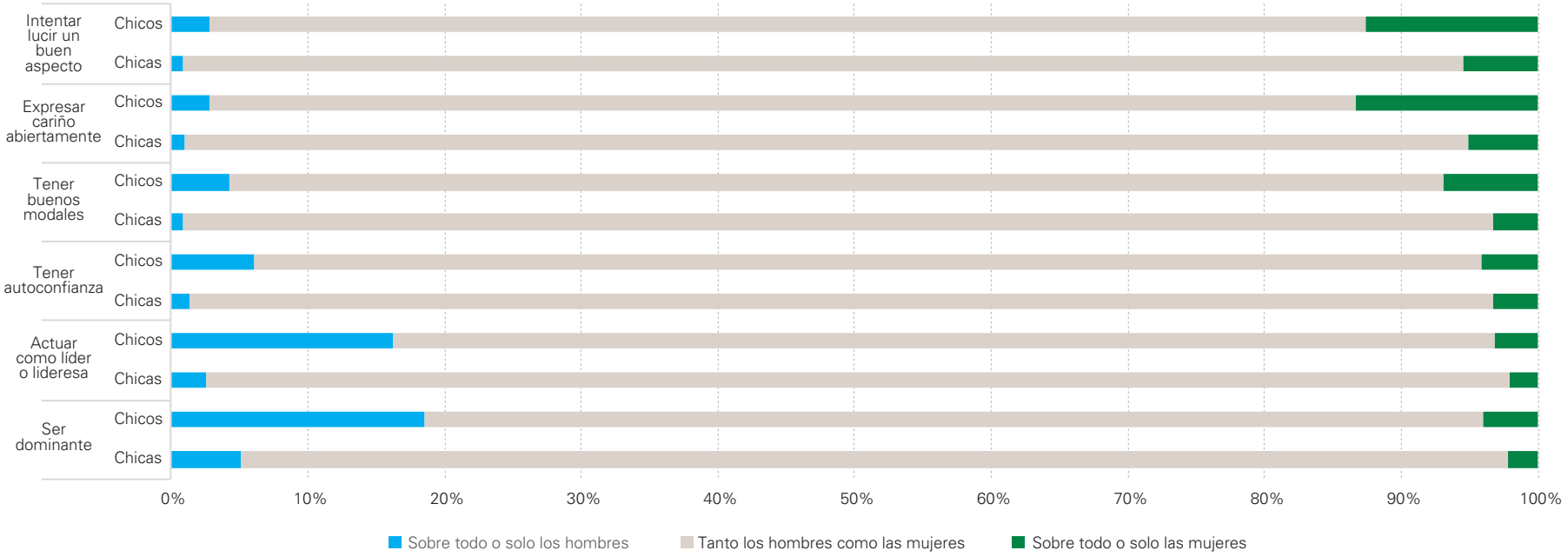
2.5.2. Los estereotipos de género en relación con diferentes características de personalidad para los propios niños, niñas y adolescentes

9 de cada 10 niños, niñas y adolescentes consideran que tener autoconfianza o buenos modales es independiente al género; no obstante, un 12% piensa que el hecho de ser dominante "solo o sobre todo" debe suceder en hombres y un 9,5% considera que solo o sobre todo hombres son los que deberían actuar como líderes. Casi 1 de cada 10 niños, niñas y adolescentes están de acuerdo en que expresar cariño abiertamente o intentar lucir un buen aspecto deberían encontrarse solo o sobre todo en mujeres.

Son los chicos quienes presentan más estereotipos de género en relación con todas las características de personalidad; el hecho de actuar como líder es percibido como una cuestión masculina por seis veces más entre los chicos que en las chicas, y el hecho de ser dominante es percibido como un comportamiento masculino por más del triple de chicos que de chicas. **Ver gráfico 8**, en la página siguiente.

Respecto a las diferencias por edad, se aprecia una cierta disminución con la edad, especialmente al final de la adolescencia, en la percepción de características clásicamente femeninas como propias de las mujeres. Así, por ejemplo, la percepción de tener buenos modales, como algo que se debe encontrar "solo o sobre todo" en mujeres, pasa desde el 6,5% a los 11-12 años hasta el 1,7% a los

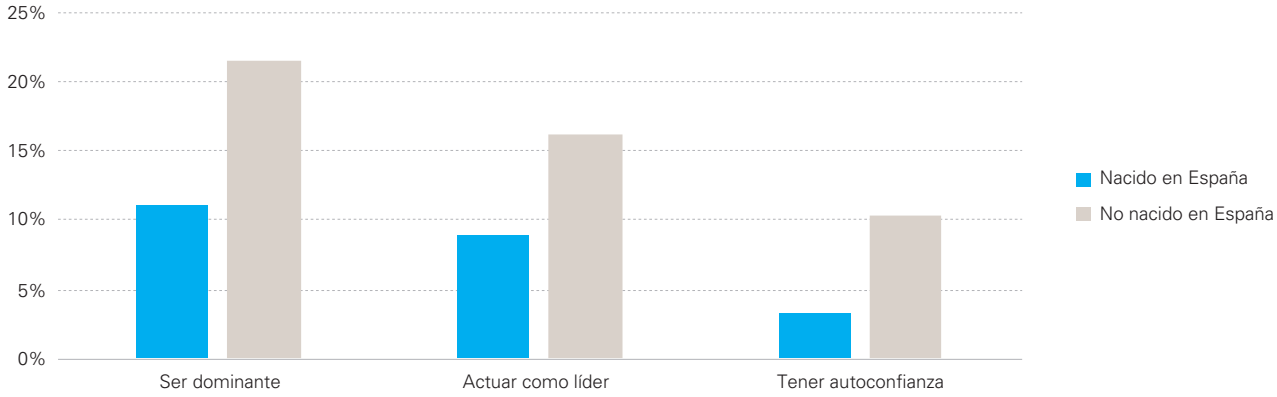
GRÁFICO 8. Estereotipos de género en relación con diferentes características de personalidad en función del género



17-18 años. Ahora bien, las características de personalidad asignadas clásicamente más masculinas, como ser dominante o actuar como un líder, no muestran diferencias con la edad.

Más del triple de chicos y chicas que han nacido fuera de España perciben que tener autoconfianza es algo solo o sobre todo de hombres en comparación con quienes han nacido en España. Asimismo, más del doble de los chicos y chicas no nacidos en España perciben que, ser dominante, es un comportamiento propio "solo o sobre todo" de hombres comparado con quienes han nacido en España. **Ver gráfico 9**.

GRÁFICO 9. Estereotipos de género solo o sobretodo de hombres en relación con diferentes características de personalidad, en función del lugar de nacimiento.



RECOMENDACIONES

Tras estas tres primeras ediciones del barómetro, se hace imprescindible recalcar la importancia del compromiso cívico adolescente. Se observa un descenso en las últimas ediciones de la participación sociopolítica en algunos de los indicadores, sobre todo los relacionados con cuestiones políticas. Las ediciones previas mostraron que una mayoría de niños, niñas y adolescentes no se sienten capaces para participar en política cuando sean adultos o no entienden asuntos que tienen que ver con la política. Estos resultados dan muestras de un descontento y desconfianza en el sistema político que puede promover la disminución de las expectativas de participación social futura. Gracias a este cuestionario se pueden obtener nociones sobre aspectos claves en los que poder incidir para promover que niños, niñas y adolescentes desarrollen una participación política y social activa, que los prepare para ejercer una ciudadanía presente y futura, comprometida con la sociedad democrática de la que forman parte, fortaleciendo su sentimiento de unidad con los otros y su competencia social para hacer frente a los retos de la ciudadanía actual.

En base a los resultados de la presente edición del Barómetro de opinión de infancia y adolescencia, UNICEF España recomienda:

• Consolidar y ampliar un sistema periódico y sostenible de recogida de las opiniones de niños, niñas y adolescentes, que permita el análisis comparativo de sus percepciones vinculadas a ciudadanía y bienestar y que posibilite, posteriormente, incorporar esos resultados de los procesos de consulta a las políticas públicas acorde a las necesidades de la infancia y adolescencia.

• Incorporar la visión y participación activa de niños, niñas y adolescentes en todo el ciclo de desarrollo normativo, planes y legislación (diseño, ejecución y evaluación) que les afecte directamente y considerando sus temas de interés, potenciando la escucha activa a nivel local, autonómico y estatal.

• Fortalecer la participación infantil y adolescente en escala local, autonómica y estatal potenciando las estructuras y mecanismos necesarios para fomentar el intercambio e interacción entre chicos y chicas, así como velar por la inclusión a estas estructuras de aquellos colectivos más vulnerables.

• Acercar la actividad política a niños, niñas y adolescentes adaptando los mensajes y programas electorales en lenguaje amigable y generando espacios de intercambio donde los niños y niñas puedan compartir sus opiniones y faciliten la rendición de cuentas por parte de los responsables políticos, tanto a nivel estatal como autonómico y local.

• Profundizar en las preocupaciones señaladas por los propios niños, niñas y adolescentes en el marco de este informe, tales como la desafección política, la salud mental, la desigualdad y la violencia de género, etc., estableciendo mecanismos que generen un proceso de construcción de los relatos que permitan conocer los desafíos y las posibles actuaciones de mejora en dichas cuestiones.

• Explorar las razones que llevan a los niños, niñas y adolescentes a mostrar ese descontento y desconfianza en el sistema político, así como indagar los mecanismos o las actuaciones que podrían promover una mayor implicación y participación en la vida política.

• Potenciar, en los centros educativos y en los entornos donde residen niños, niñas y adolescentes, el desarrollo de las competencias necesarias para una adecuada participación e implicación social, estableciendo mecanismos para dar coherencia a este aprendizaje y fomentar una cultura escolar y local participativa, pudiendo ofrecerse estos resultados como herramientas de discusión y debate sobre su percepción de las preocupaciones y opiniones sociales y políticas.

• Propiciar la participación activa de niños, niñas y adolescentes en situación de vulnerabilidad, dando respuesta concreta a sus necesidades en las políticas públicas.

Edita:
UNICEF España
c/Mauricio Legendre, 36.
28046 Madrid

Autores
Francisco Rivera
Sara Luna
Pilar Ramos
M. Carmen Moreno
Vanesa Salado
Concepción Moreno-Maldonado
Carmen Paniagua
Esther Ciria-Barreiro
Eva Leal-López
Ana Mª Villafuerte-Díaz
Sheila Velo

Coordinación
Sílvia Casanovas
Área de políticas locales y participación
Dirección de Sensibilización y Políticas de Infancia
UNICEF España

Diciembre 2022

unicef
para cada infancia

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE DERECHOS SOCIALES Y AGENDA 2030
POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL