

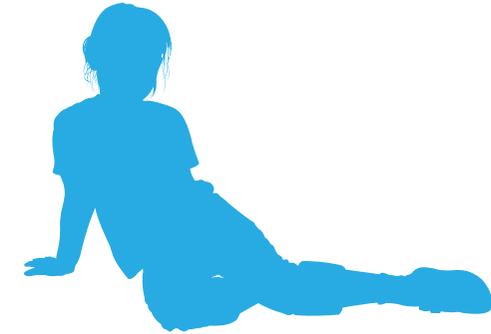


unicef 
para cada infancia

¿ CÓMO HAN CAMBIADO LAS OPINIONES DE LOS NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES TRAS LA PANDEMIA DE LA COVID-19?

1

INTRODUCCIÓN



El **Barómetro de Opinión de la Infancia y Adolescencia** es una herramienta para conocer las opiniones y preocupaciones sociales y políticas en niños, niñas y adolescentes. Este estudio está financiado por UNICEF España, coordinado por el Área de Políticas Locales y Participación y es llevado a cabo por la Fundación de Investigación de la Universidad de Sevilla. En el año 2019, y una vez diseñado y testado el cuestionario destinado a niños, niñas y adolescentes de entre 11 y 18 años, se implementó esta herramienta **con la participación de 8.598 personas de 133 centros educativos, obteniendo la primera edición del Barómetro**.

En el año 2020, se inicia el mismo proceso metodológico para obtener la segunda edición del Barómetro. El proyecto se vio interrumpido por la crisis sanitaria provocada por la pandemia debida al COVID-19 y las medidas impuestas por

los gobiernos para controlar su expansión, tales como el cierre de los centros educativos o el confinamiento. De esta forma, en otoño de 2020 se comenzó de nuevo el proceso de recogida de datos, realizando distintas adaptaciones sobre el cuestionario. En concreto, se incluyeron algunas preguntas específicas para evaluar el impacto de la pandemia en la población adolescente. Además, se adaptó el procedimiento de recogida de datos, de modo que, aunque inicialmente preveía la cumplimentación del cuestionario en los propios centros educativos bajo la supervisión del profesorado, se actualizó la versión del mismo para que pudiese también ser completado desde casa.

La segunda edición del estudio, llevada a cabo entre septiembre de 2020 y abril de 2021, cuenta con la información obtenida de 109 centros educativos y 8.648 niños, niñas y adolescentes. En este re-

sumen se describen los principales resultados obtenidos de forma comparativa entre ambas ediciones.

El objetivo de esta consulta es doble, ya que por un lado se pretende conocer las preocupaciones y opiniones sociales y políticas de niños, niñas y adolescentes, así como la visión del mundo en el que viven y su bienestar, y, por otro, dar a conocer estas percepciones como base para la toma de decisión en las políticas de infancia. Además, se incluye el análisis de las relaciones que los y las adolescentes establecen con sus entornos más inmediatos, y que permite analizar las desigualdades existentes en función del género, el estatus socioeconómico, o el hecho de haber nacido o no en España. El equipo de investigación y UNICEF tienen como objetivo último que el barómetro se consolide institucionalmente como instrumento de valoración periódica del estado de opinión de la infancia y la adolescencia.

2

PRINCIPALES RESULTADOS

2.1. Preocupaciones sociales

2.1.1. Los principales problemas de la actualidad en España

La COVID-19 y la crisis sanitaria y económica originada por la pandemia es el problema que los niños, niñas y adolescentes identifican mayoritariamente y claramente como el más importante para el conjunto de la sociedad en España y para ellos mismos. A diferencia de la edición anterior, la política, el dinero y la economía, ocupan los primeros lugares en las preocupaciones de la sociedad española, según los niños y niñas encuestados.

- Con respecto al 2019, además de la entrada de la COVID-19 como la primera preocupación, el resto

de las preocupaciones tienden a mantenerse en su posición relativa con respecto a la primera edición. No obstante, se observan algunas diferencias, por ejemplo, la preocupación por el rendimiento escolar se transforma en la segunda edición en una preocupación más global acerca del sistema educativo en su conjunto. La economía pasa de estar en la séptima posición a la segunda, mientras la preocupación por el medioambiente pasa de ser la segunda preocupación, a estar relegada a la octava posición. (Ver Tabla 1).

- Con respecto a la edad, la franja de 11-12 años presenta mayores porcentajes en la preocupación por el medioambiente y la pandemia de la COVID-

19 (que desciende hasta un 10% con respecto a la franja de edad justo superior, 13-14 años), mientras que los grupos de mayor edad presentan progresivamente porcentajes algo superiores, identificando como su principal preocupación cuestiones como la economía, el desempleo, la política y la desigualdad, preocupaciones que se reflejaron en la primera edición.

- Al preguntar cuánto les preocupan determinadas cuestiones sociales en concreto, destacan con una mayor preocupación situaciones como los abusos sexuales a niños y niñas, vivir una pandemia, el acoso y ciberacoso escolar, y el hambre y la pobreza extrema en el

TABLA 1.
Principales preocupaciones.

2021		2019	
A la sociedad	A ti	A la sociedad	A ti
COVID-19 57,6%	COVID-19 40,3%	Política 17,10%	Escuela-formación 23,7%
Economía 12,2%	Economía 7,2%	Contaminación-medio ambiente 12,6%	Contaminación-medio ambiente 11%
Política 6,4%	Educación 4,6%	Dinero-Economía 12%	Trabajo y perspectiva de futuro 6,55%

mundo. En cambio, en la edición del 2019, las desigualdades de género, el machismo y la violencia machista, el hambre y la pobreza extrema en el mundo eran las más señaladas.

- En ambas ediciones, a medida que chicos y chicas son mayores tienden a mostrar una mayor

preocupación por cuestiones políticas, como serían la corrupción o la poca capacidad de los políticos y las políticas para resolver los problemas de la sociedad.

- Los desahucios son una de las preocupaciones señaladas por los niños y niñas en ambas

ediciones. En el 2021, se refleja que cuanto menor es el nivel adquisitivo de sus familias, mayor preocupación muestran chicos y chicas por los desahucios, encontrándose hasta medio punto de diferencia entre los que presentan bajo nivel adquisitivo (3,2 sobre 4), frente a los de alto nivel adquisitivo (2,7 sobre 4).

2.2. Preocupaciones sociales

Los niños, niñas y adolescentes muestran mayores grados de confianza en las instituciones científicas, en la policía y los docentes y en menor grado los políticos. Son muy críticos con la situación política- económica del país.

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

- En ambas ediciones, 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.
- Tanto la percepción de la situación política como de la económica a nivel municipal han empeorado

desde la edición de 2019 del Barómetro (desde un 36% y un 43,7% que la calificaban como buena o muy buena, respectivamente, a un 26,9% que califican ahora así de manera conjunta).

2.2.2. Su confianza en las instituciones

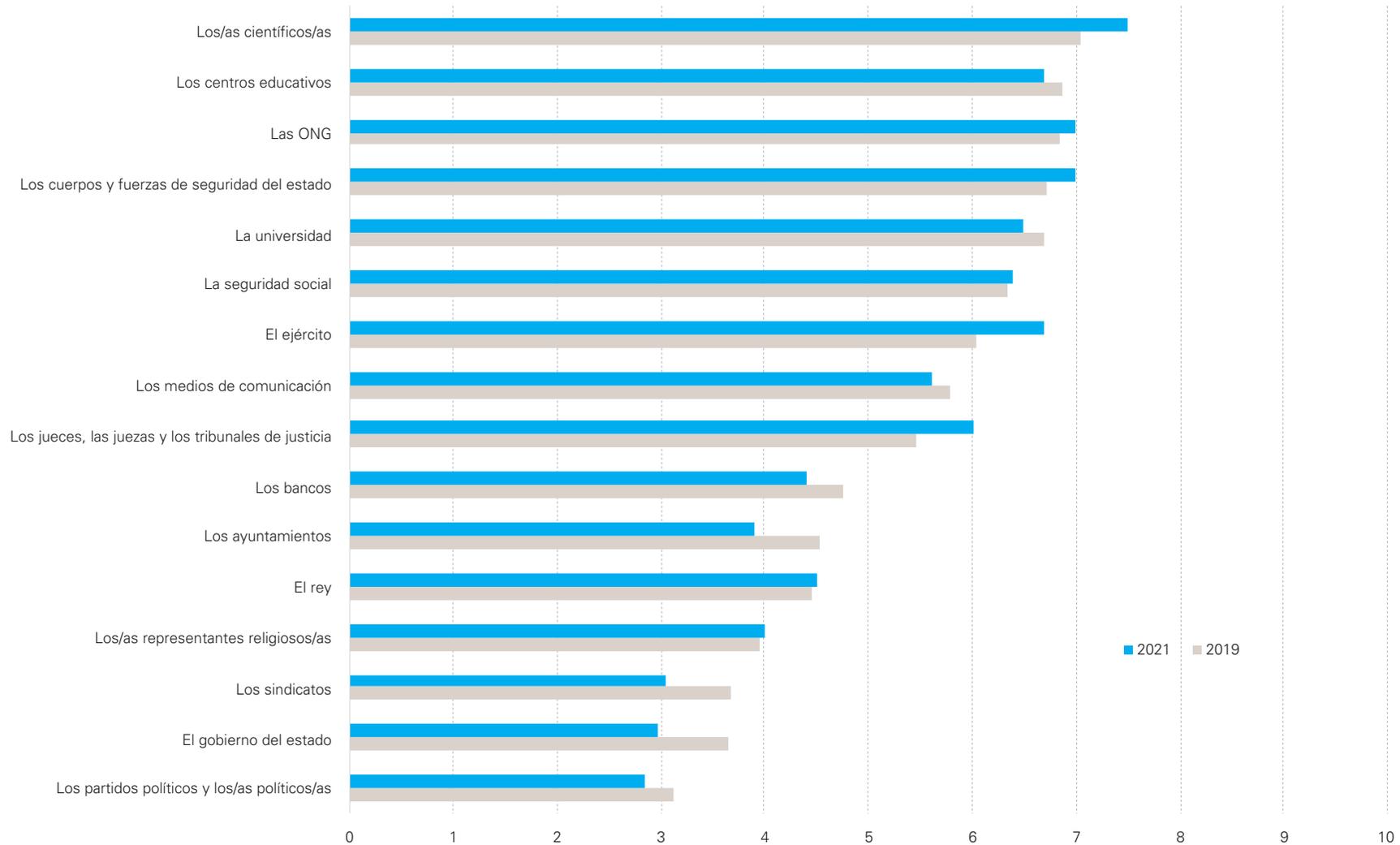
- En cuanto a las diferencias con respecto a la primera edición, son muy sutiles. Cabe destacar la subida de los científicos y científicas (que conservan su primera posición, pero sube medio punto su valoración) y la bajada relativa de los centros educativos (que pasa de la segunda a la cuarta posición, aunque con una disminución de dos puntos). Las ONG y las fuerzas de seguridad siguen ocupando los primeros lugares. Igualmente, no ha habido cambios sustanciales en las

instituciones peor valoradas con respecto a la edición anterior. Las tres instituciones peor valoradas en 2019, al igual que en la presente edición, son los partidos políticos, el gobierno y los sindicatos, que lejos de mejorar sus respectivas puntuaciones (3,1, 3,7 y 3,7, respectivamente) las han empeorado (2,8, 3,0 y 3,1, respectivamente). (Ver Gráfico 1, en página siguiente).

2.2.3. Su valoración de las profesiones

- Con respecto a la primera edición, la valoración de las diferentes profesiones se ha mantenido muy estable de una edición a otra. En este sentido, las profesiones de médicos o médicas, policías y docentes se mantienen en ambas ediciones en las primeras posiciones, mientras que políticos o

GRÁFICO 1.
Confianza en las instituciones.

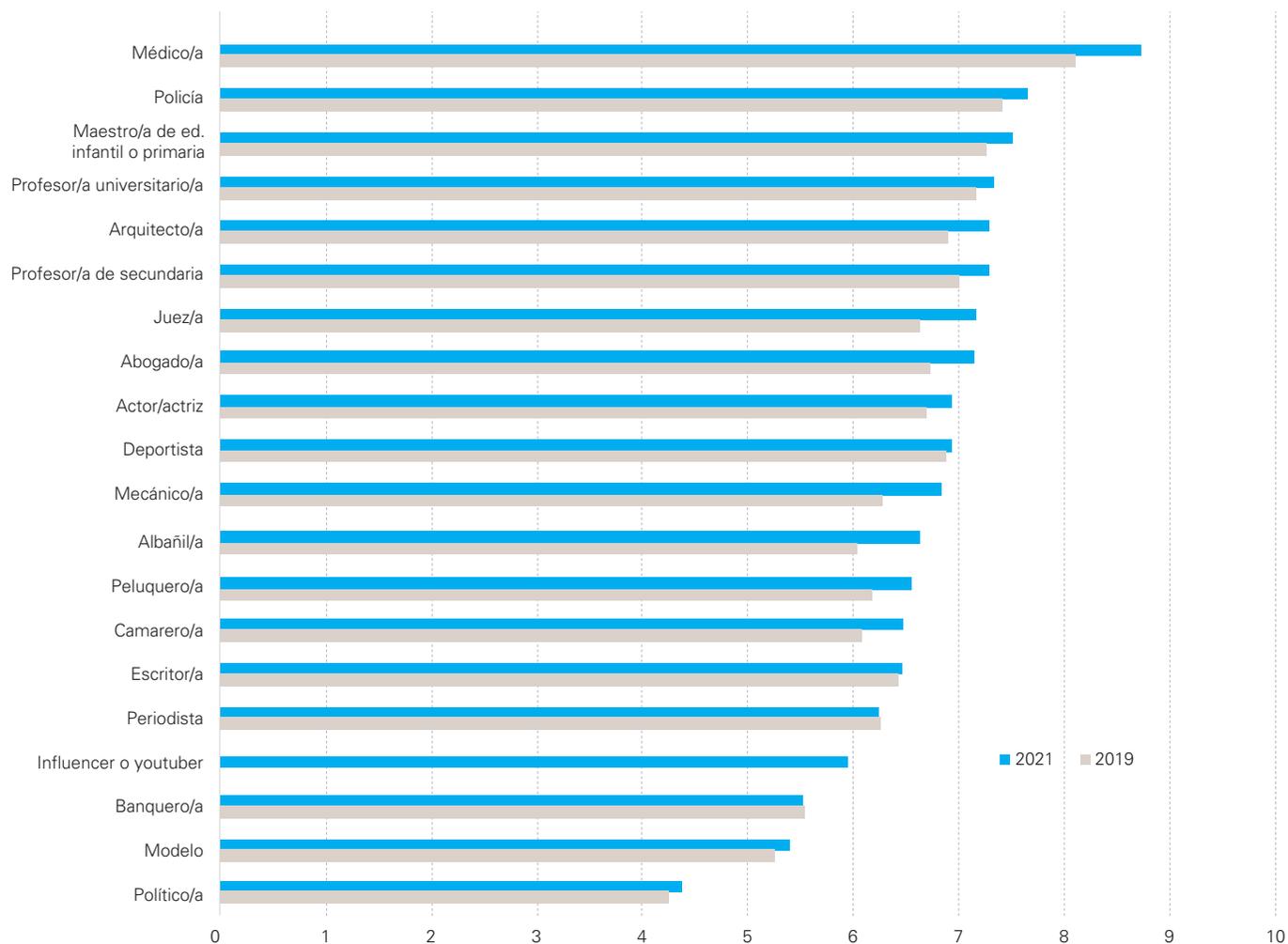


políticas, modelos y banqueros repiten en las últimas posiciones, sin apenas observarse variación en el listado de profesiones. Lo que sí se observa es una leve subida en la valoración general de las profesiones, sobre todo en las mejor valoradas, donde los médicos y las médicas pasan de un 8,1 en 2019 a un 8,7 en la presente edición. (Ver Gráfico 2).

- Al preguntarles por la profesión a la que quieren dedicarse cuando sean mayores, destacan las siguientes: trabajos relacionados con Pedagogía o Docencia, Medicina, Cuerpos de Seguridad, Informática y Psicología o Sociología. Al comparar esto con la edición anterior, es llamativo el aumento en la preferencia por la Medicina, Psicología o Sociología.



GRÁFICO 2.
Valoración de las profesiones.



2.3. Su compromiso cívico e implicación ciudadana

Los niños, niñas y adolescentes se informan y hablan de temas sociales y políticos y muestran interés en el asociacionismo. Sin embargo, manifiestan una escasa participación para resolver los problemas de su barrio. Tienen un alto grado de pertenencia a su centro educativo, a su barrio, comunidad y país, en menor medida a Europa.

2.3.1. Expectativas de participación en asuntos sociales y políticos

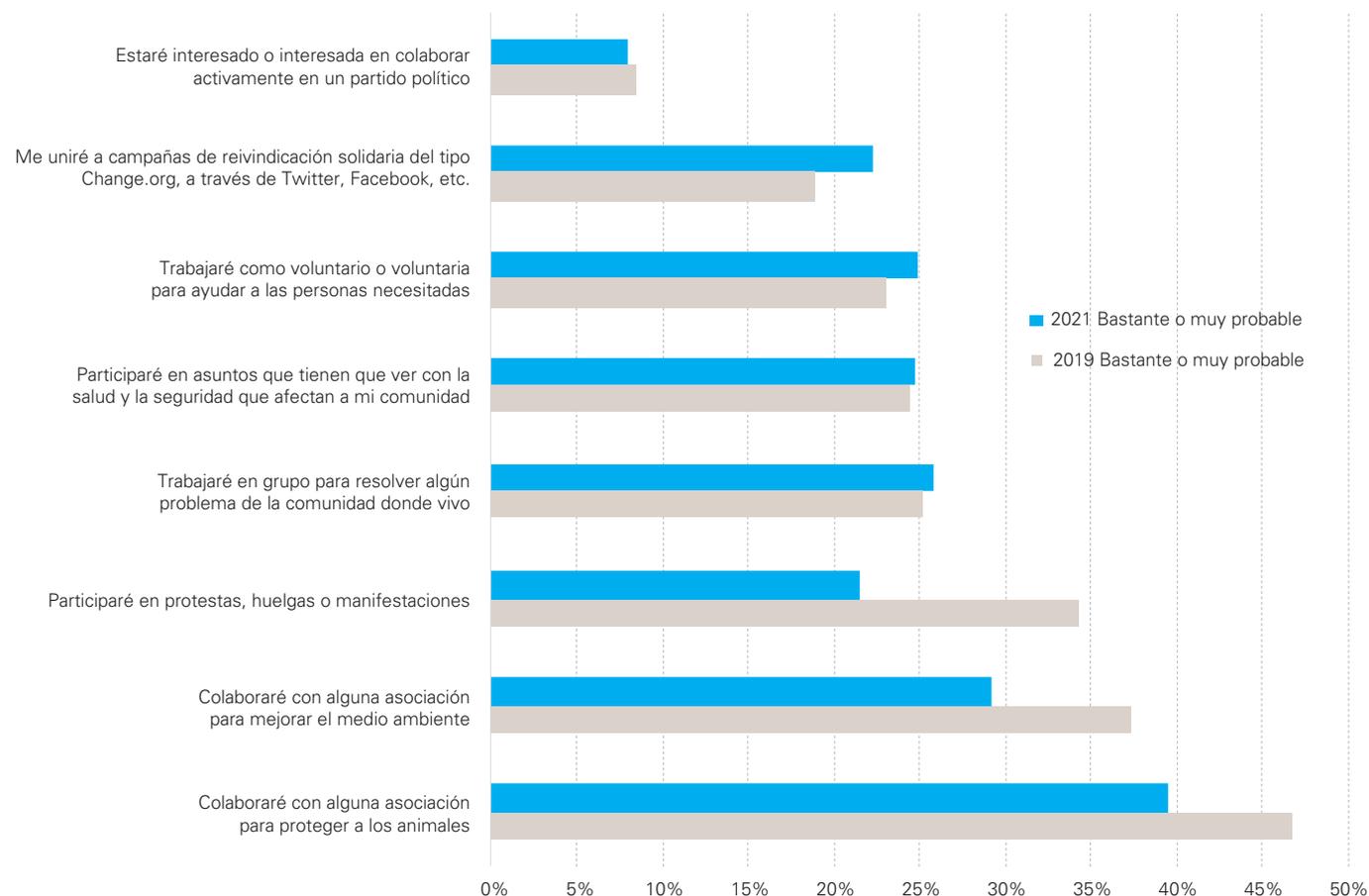
- Los resultados de ambas ediciones muestran que más del 30% de los niños, niñas y adolescentes creen probable participar en un futuro en actividades de asociacionismo, ya sea en protección de los animales o del medioambiente. Por el contrario, la política es la forma de participación social menos elegida, siendo atractiva para menos del 10% de los niños, niñas y adolescentes consultados. (Ver gráfico 3).

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

- Los resultados muestran un incremento en el porcentaje de niños y niñas que habla con su familia al menos semanalmente sobre asuntos

GRÁFICO 3.

Expectativas de participación (bastante o muy probable).



políticos o sociales (del 31% en el 2019 al 38,3% en el 2021). En la edición actual, el porcentaje aumenta al 53,7% cuando se trata de hablar sobre lo que ocurre en otros países.(Ver Gráfico 4).

- Este interés en charlar sobre estos temas es más bajo cuando mantienen conversaciones con sus amistades, aunque ha aumentado en comparación con la edición anterior del 23,7% en 2019 al 31,6% en 2021, quienes hablan al menos semanalmente con sus amistades sobre política y asuntos sociales y 35,3% sobre lo que está sucediendo en otros países.

- En ambas ediciones, conforme aumenta la edad, los chicos y las chicas se sienten más interesados en hablar sobre temas políticos con sus familias y amistades, pasando del 29,6% (a los 11-12 años) al 41,4% (17-18 años) de los adolescentes que hablan al menos semanalmente sobre temas sociales y políticos, según datos 2021.

- Las diferencias de nivel adquisitivo también son evidentes en lo relativo a interés de hablar al menos semanalmente sobre temas sociales y políticos en familia, siendo el 24% en el 2019 y 30,1% en el 2021 del nivel adquisitivo bajo, en

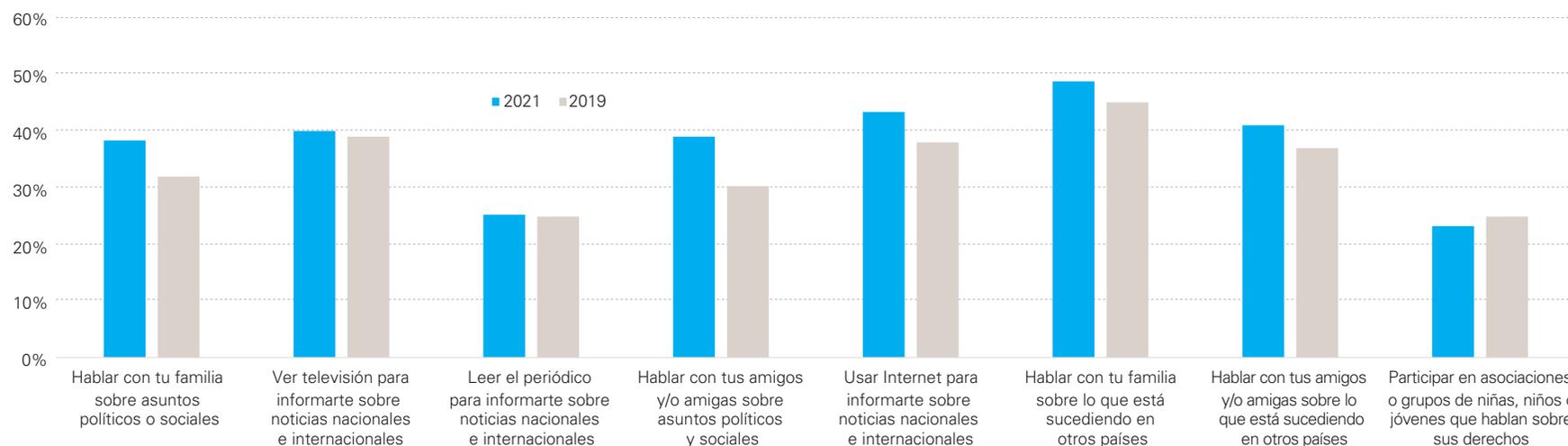
contraste con el 36,4% en el 2019 y 46,3% en el 2021 en las familias con nivel adquisitivo alto.

2.3.3. Medio de comunicación usado para informarse

- En ambas ediciones, la televisión es el medio habitual por el que niños, niñas y adolescentes se informan de las noticias, viéndola a diario casi 1 de cada 2 niños y niñas. Internet sería el segundo medio, con 1 de cada 4 niños y niñas que lo usan a diario con ese fin, aunque esa proporción se

GRÁFICO 4.

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



duplica si comparamos el grupo de edad de 11-12 años frente al de 17-18 años, en el que el acceso a internet en general es más evidente.

- Como en la edición del 2019, las diferencias derivadas del nivel adquisitivo y lugar de nacimiento también están presentes en este indicador, mostrando un 10% más de uso de la televisión a diario para informarse de la actualidad en el caso de chicos y chicas con alta capacidad adquisitiva en comparación de quienes tienen baja capacidad adquisitiva. A nivel de inmigración, la diferencia en ese mismo indicador aún es mayor, siendo una distancia del 20% los que han nacido en España (un 48,4% usan la televisión a diario para estar informados de la actualidad) frente a los que no han nacido en España (28,7% declaran ver la televisión a diario con dicho fin).

2.3.4. Participación y sentimiento de pertenencia al barrio

- La mayoría de los niños, niñas y adolescentes no participan de forma activa en la resolución de los problemas de su barrio, aunque sí manifiestan conocer cuáles son esos problemas.

2.3.5. Participación y sentimiento de pertenencia al centro educativo

- Según los datos del 2021, la mayor parte de los niños, niñas y adolescentes sienten que forman parte de sus centros educativos, que sus opiniones son tenidas en cuenta y se sienten seguros allí, aunque la participación y el sentimiento de pertenencia al centro educativo empieza a decaer, de forma progresiva, a partir de los 13 años. Con respecto a la edición 2019, se observan resultados muy similares, sin apenas cambios perceptibles en su sentimiento de pertenencia y su participación, pese a las especiales circunstancias de los centros educativos en este último curso.

2.3.6. Sentimientos identitarios referentes al pueblo o ciudad, comunidad autónoma, España y Europa.

- Según los datos del 2021, en torno a 82% de los encuestados se sienten de su pueblo, ciudad, comunidad autónoma o España. Sin embargo, el sentirse europeo o europea muestra una puntuación algo menor, en concreto, 75,6 sobre 100. Este sentimiento de pertenencia disminuye en los niños y niñas nacidos fuera de España. (Ver Gráficos 5 y 6).

GRÁFICO 5.
Sentimientos identitarios. En qué medida te sientes...

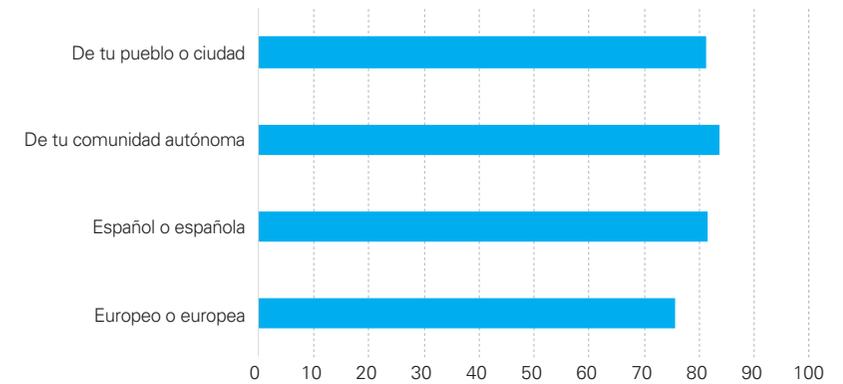
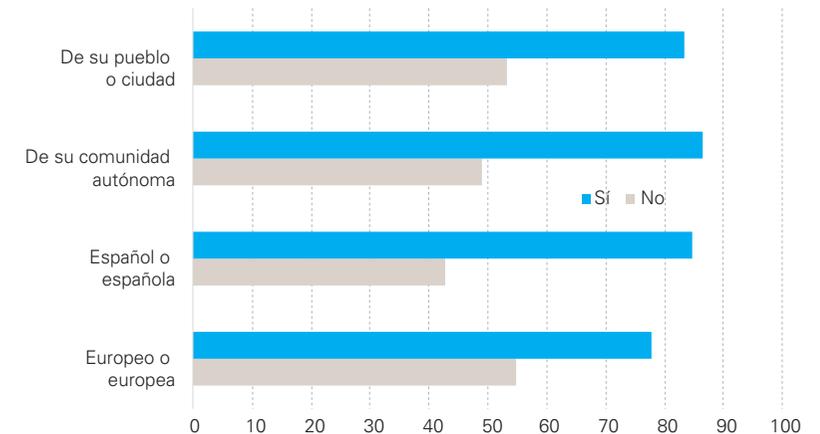


GRÁFICO 6.
Valoración de la identidad de pertenencia según si has nacido en España o no.



2.4. Su bienestar, satisfacción vital y felicidad

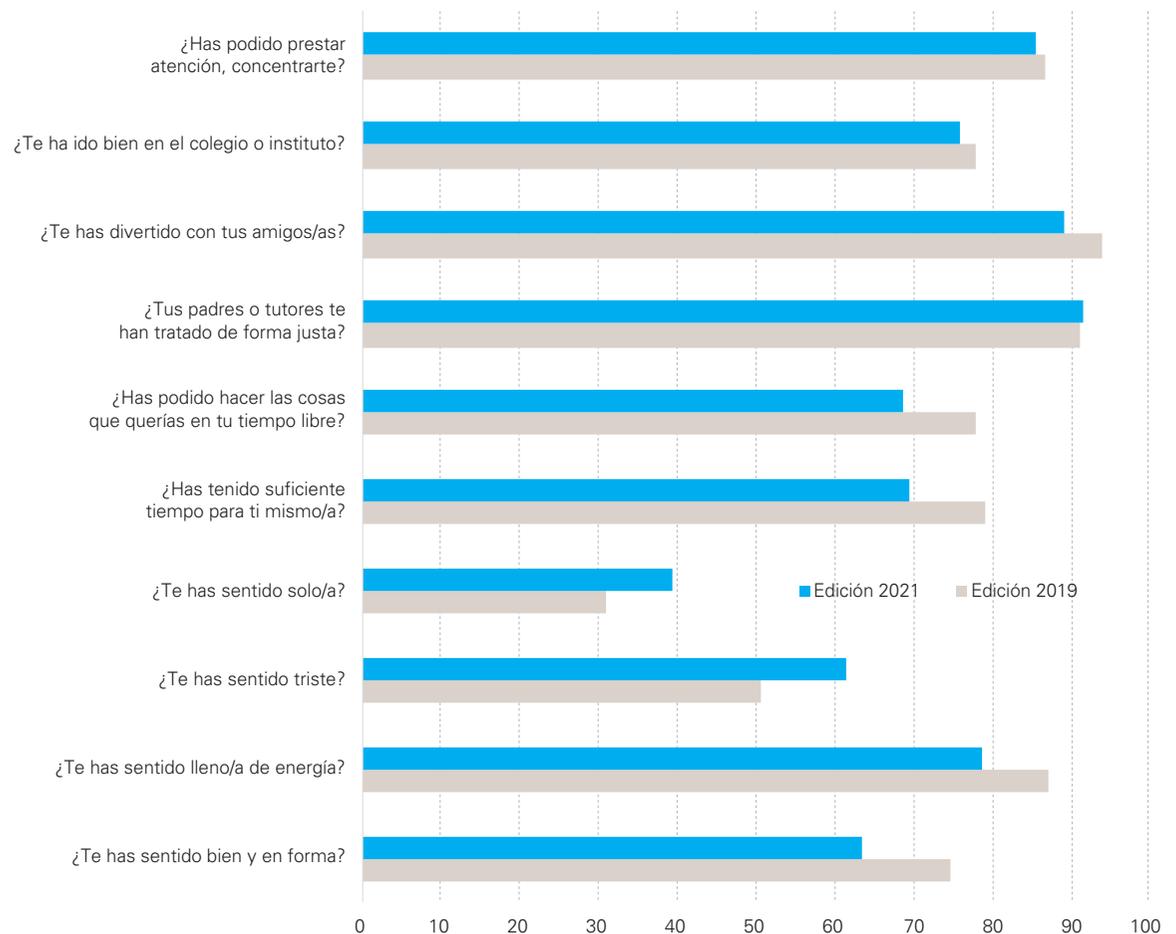
La pandemia de la COVID-19 ha generado una disminución en la percepción de bienestar, especialmente en los adolescentes y en el grupo de bajo poder adquisitivo. Sin embargo, las relaciones sociales como son las amistades, la pareja y la familia; así como las aficiones y los hobbies siguen siendo los aspectos que más felicidad les reporta.

2.4.1. Bienestar emocional

- Aunque a nivel global el bienestar emocional de niños, niñas y adolescentes presenta niveles medio-altos, se observa una ligera disminución en la presente edición (3,47) en comparación con la edición en 2019 (3,70 en una escala del 1 al 5). Algunos indicadores específicos ligados al tiempo libre, el bienestar puramente físico y el divertirse con los amigos y las amigas parecen haber lastrado el indicador de bienestar durante la pandemia.
- En cuanto al bienestar psicológico, el número de niños y niñas que manifestaron sentirse solos ha aumentado en 8 puntos porcentuales (se sitúa en el 39,4%, frente al 31% de la anterior edición) y los que sienten bastante, mucha o muchísima tristeza se han incrementado en 10 puntos (del 50,8% en 2019 al 61% en 2021). (Ver Gráfico 7).

GRÁFICO 7.

Componentes del bienestar emocional en función de la edición del estudio (bastante, mucho, muchísimo).



- En cuanto al género y la edad, en ambas ediciones, los chicos puntúan algo más alto que las chicas, mientras que los del rango de menor edad (11-12 años) presentan niveles más altos al resto (en ambos casos, puntuaciones ligeramente superiores a 0,30 puntos).

- Los chicos y chicas que no nacieron en España o que pertenecen a un nivel adquisitivo bajo presentan unos niveles ligeramente inferiores, en 0,20 puntos, con respecto al resto de niños, niñas y adolescentes, según datos del 2021.

2.4.2. Satisfacción vital y felicidad

- Los resultados muestran, en general, un nivel medio-alto de satisfacción vital, ya que la puntuación media ha sido la del 7, pero menor que en el 2019 (7,6 puntos).

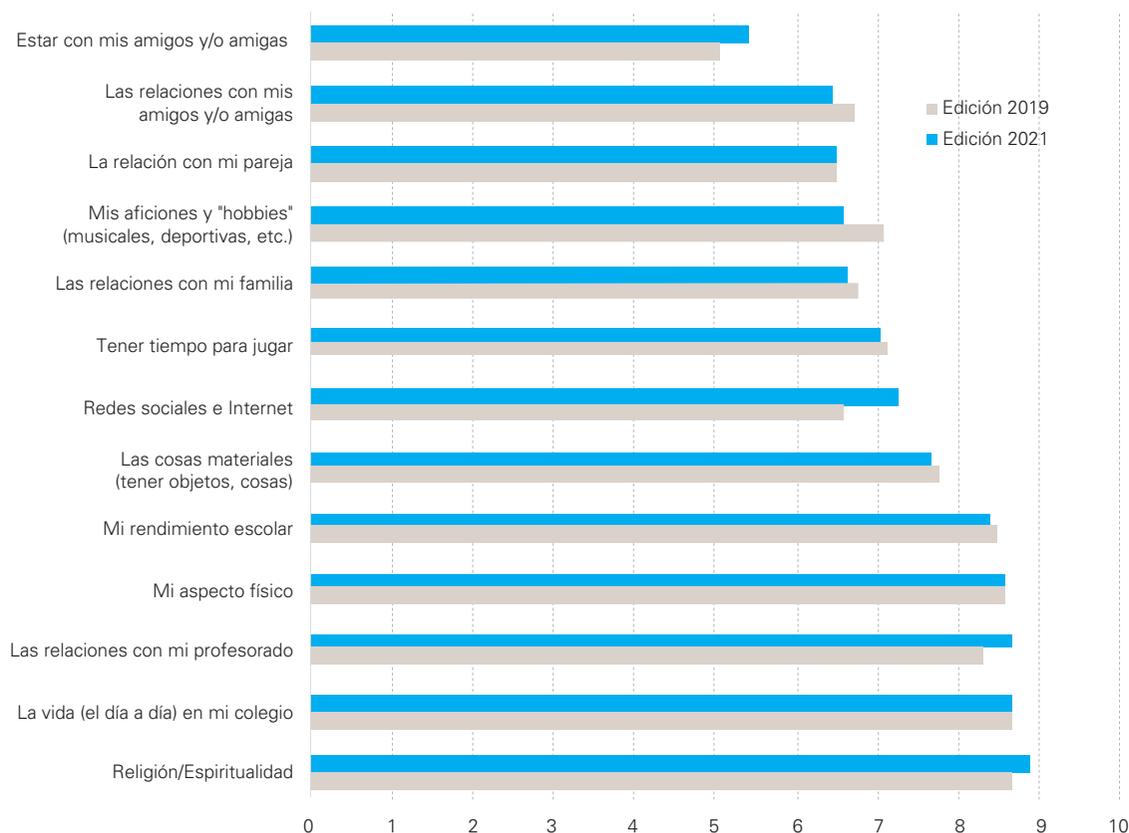
- Uno de cada cuatro niños, niñas y adolescentes encuestados pondría a su vida un “sobresaliente”, pero hay un 12% que consideran que su vida estaría a nivel de suspenso. Igual que en el 2019, los datos señalan un nivel de satisfacción vital más bajo en las chicas, en los grupos de edad mayores, en los niveles adquisitivos más bajos y en los niños y niñas inmigrantes.

- No se observan cambios con respecto a la edición 2019 en lo que se refiere a las principales fuentes de

felicidad (las amistades y la familia) aunque sí se observa que las redes sociales e internet han adquirido un mayor protagonismo como fuente de felicidad en la presente edición, escalando varias

posiciones y pasando de un 6,6 a un 7,3 (en una escala de 0 a 10). Asimismo, se observa cierta disminución de la importancia que se le da al aspecto físico como fuente de felicidad. (Ver Gráfico 8).

GRÁFICO 8.
Cuánto de feliz te hace...



2.5. Sus contextos de desarrollo

La familia y los amigos y amigas son las principales fuentes de apoyo social para los niños, niñas y adolescentes, especialmente en los grupos de mayor poder adquisitivo.

2.5.1. Bienestar emocional

• A pesar que los niveles de apoyo de la familia y amigos sigue siendo elevado, la edición actual muestra una reducción en ambos casos. La valoración de los niños, niñas y adolescentes que sienten un nivel alto de apoyo por su familia era del 9 en el 2019 y 8,06 en el 2021 (en una escala de 1 a 10), y de sus amigos y amigas de 8,5 en el 2019 y 8,04 en 2021.

• Con respecto a la edición de 2019 se observa principalmente una disminución en el apoyo percibido por parte de los compañeros y las compañeras de clase (un descenso de aproximadamente medio punto) y un aumento en el apoyo percibido del profesorado (con un incremento de 0,7 puntos). En esa línea, en 2019 los compañeros y compañeras se situaban en tercera posición como fuente de apoyo y en 2021 han sido superados por el profesorado. (Ver Gráfico 9).

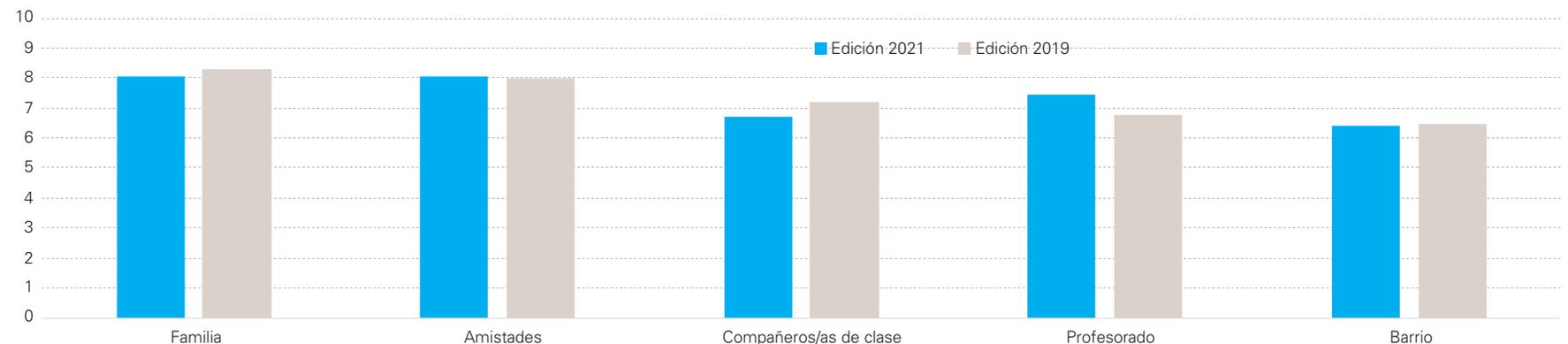
• En función de la edad, sí se encuentran diferencias en el apoyo social percibido por parte de los compañeros de clase y el profesorado, que disminuye a partir de los 13 años (coincidiendo con el comienzo de la educación secundaria), al igual que en la familia, aunque esto sucede con menor intensidad.

• Por otro lado, las diferencias socioeconómicas se manifiestan en todos los contextos de desarrollo, pero son más evidentes en el apoyo familiar, de las amistades y del barrio. En todos esos casos, los chicos y chicas de familias de nivel adquisitivo bajo perciben menos apoyo frente a quienes tienen un nivel adquisitivo alto. En el contexto escolar las diferencias son más sutiles.

• Asimismo, se han encontrado diferencias en el caso de los y las adolescentes nacidos fuera de España. Los chicos y las chicas que han nacido en España perciben más apoyo que sus iguales inmigrantes en todos los contextos, destacando una mayor diferencia en el apoyo de la familia y de los amigos y amigas.

GRÁFICO 9.

Percepción de apoyo social de diferentes contextos.



2.6. Su valoración de la pandemia

El impacto por la COVID-19 ha sido patente, afectando más a los segmentos poblacionales más vulnerables.

2.6.1. Impacto directo de la COVID-19 en sus vidas y en las de sus familias

- Las consecuencias de la COVID-19 a nivel de perder el empleo o haber tenido que cerrar la empresa, es mayor en los niños y niñas de familias con capacidad adquisitiva baja (aproximadamente el doble) y en los chicos y las chicas nacidos fuera de España (con un 15% de mayor incidencia). (Ver Gráfico 10).

- Para el 24% de los encuestados la pandemia ha empeorado su vida a diferencia del 33% que dice haber mejorado. Esta mejora se refleja en la relaciones familiares (32%) y en haber mejorado las relaciones con sus amistades (40%). (Ver Gráficos 11 y 12).

- Sin embargo, los chicos y las chicas de familias con nivel adquisitivo bajo que han informado de una mejora en sus relaciones familiares y de amistades por la COVID-19 son claramente inferiores (un 25% en el caso de las relaciones familiares y un 35% con los/as amigos/as) que los chicos y las chicas de nivel adquisitivo alto (con un porcentaje cercano al 35% en las relaciones con las familias y un 42,9% con los/as amigos/as).

GRÁFICO 10.

Alguien en mi familia ha perdido su empleo o ha cerrado su negocio por la COVID-19.

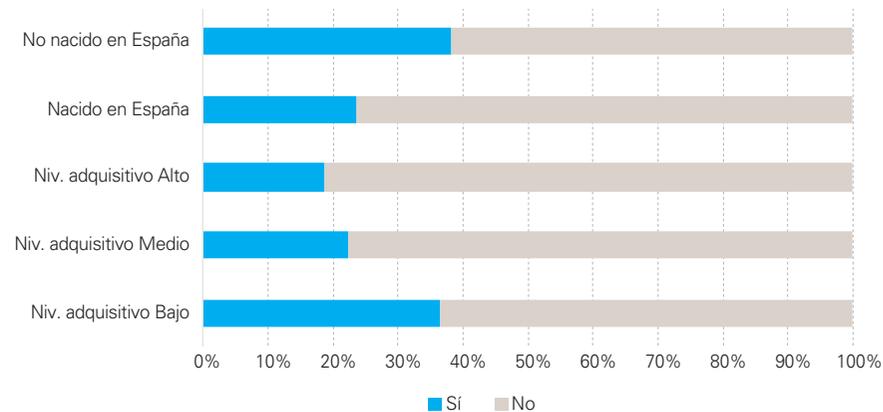


GRÁFICO 11.

¿Cómo ha influido la epidemia por el coronavirus en sus vidas?

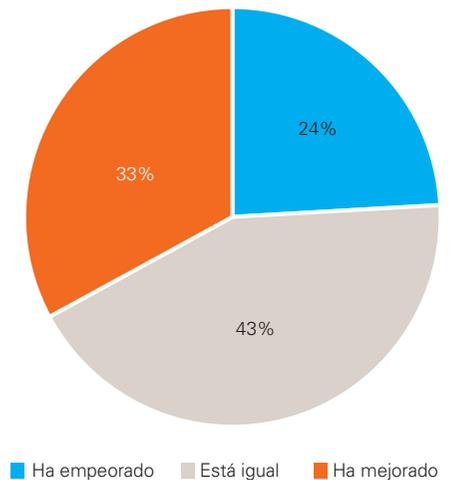
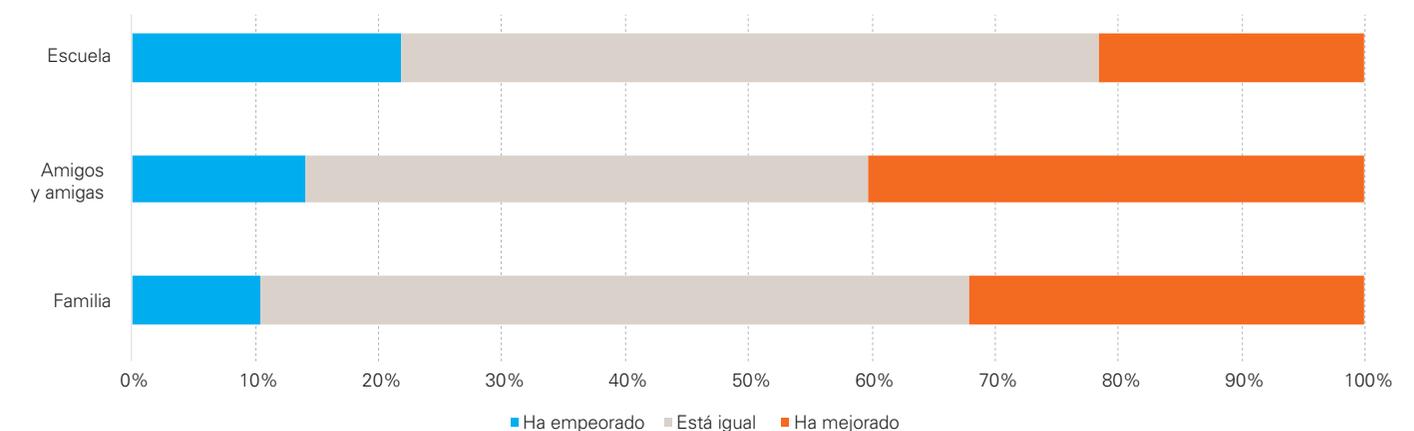


GRÁFICO 12.

¿Cómo ha influido la epidemia por el coronavirus en las relaciones de los chicos y las chicas?



3. RECOMENDACIONES

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

- **Establecer mecanismos que permitan incorporar los resultados de los procesos de consulta en las políticas públicas.**

Sustentar el diseño y aplicación de políticas públicas en base a los resultados obtenidos de las encuestas destinadas a niños, niñas y adolescentes para conseguir políticas eficaces acorde a las necesidades de la infancia y adolescencia, sin dejar a ningún niño o niña atrás.

- **Dar continuidad y ampliar las consultas a niños, niñas y adolescentes de forma periódica y sostenida.**

Si bien la aplicación del barómetro de opinión de infancia y adolescencia permite contar con la visión de más de 8.600 niños y niñas de 11 a 18 años, sería clave ampliar la muestra por edades, representación territorial y teniendo en cuenta la diversidad; ampliar los temas de análisis, establecer consultas periódicas, siguiendo los parámetros estadísticos adecuados, permite mostrar resultados comparativos a lo largo del tiempo.

- **Establecer las herramientas adecuadas y adaptadas de devolución de resultados a las personas encuestadas.**

Una vez finalizado el proceso de sistematización de resultados, adoptar herramientas amigables para que los resultados obtenidos lleguen de forma adecuada a los niños, niñas y adolescentes encuestados, respetando los criterios de anonimato y confidencialidad. En el caso del barómetro de opinión de infancia y adolescencia, se remite un informe de resultados (en formato infografía) a cada centro educativo participante.



- **Fortalecer el derecho a la participación en la infancia y adolescencia en todos los ámbitos.**

Potenciando la escucha activa a nivel local, autonómico y estatal, teniendo en cuenta además sus ámbitos de actuación diaria, como los hogares, centros educativos, espacios de ocio, etc.

- **Atender las preocupaciones mostradas por niños, niñas y adolescentes, teniendo en cuenta las diferencias según género, nivel socioeconómico, etc.**

De una lista de 32 cuestiones, las principales preocupaciones mostradas por niños, niñas y adolescentes son los abusos sexuales a niños y niñas, seguido de vivir en pandemia, el acoso y ciberacoso y el hambre en el mundo. Por otro lado, las chicas muestran menores niveles de satisfacción vital que los chicos, y el 50,8% considera que la situación política y económica en España es "muy mala". Desde los diferentes ámbitos, se debe brindar una respuesta acorde a las preocupaciones de la infancia y adolescencia considerando la diversidad y los niveles de vulnerabilidad.

- **Priorizar las actuaciones en clave de equidad para la reconstrucción social y económica de la pandemia.**

Niños, niñas y adolescentes con bajo nivel adquisitivo, muestran como las consecuencias de la covid-19 han tenido mayor impacto tanto en su bienestar como en su situación socioeconómica.



Edita:

UNICEF España
c/Mauricio Legendre, 36. 28046 Madrid

**Autores del informe del Barómetro de
opinión de infancia y adolescencia 2021
(Universidad de Sevilla):**

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

**Elaboración de este informe y coordinación
del Barómetro de Opinión de infancia y adolescencia 2021
(UNICEF España):**

Lucía Losoviz
Silvia Casanovas

Agradecimiento a Gasol Foundation

por su colaboración en el módulo sobre vida saludable y a todos los 8.648 niños, niñas y adolescentes de 109 centros educativos que han participado en la encuesta

Diseño gráfico: Rex Media SL

unicef 

para cada infancia

La maquetación de este documento se ha financiado gracias a la subvención correspondiente al Apoyo al Tercer Sector de Acción social con cargo al 0,7 del Impuesto de Sociedades 2020.

