



## **NOTA DE PRENSA**

# **EL 34% DE LOS JÓVENES RECONOCE QUE ACUDE AL PSICÓLOGO**

**El 85% de las Familias están preocupadas por la economía**

## **XI Barómetro de las Familias en España**

**Madrid, 10 de enero de 2022.** Se publica el XI Barómetro de las Familias en España, realizado, por la empresa de investigación GAD3, mediante una encuesta telefónica a 601 hogares de todo el país, incluidas las Ciudades Autónomas de Ceuta y Melilla.

En el estudio se abordan distintas cuestiones que afectan a las Familias, como la economía, el empleo, la actual pandemia, o cuestiones educacionales, como el uso de Internet. Así, en lo que respecta a la economía, dos años después del comienzo de la pandemia las perspectivas económicas en los hogares españoles han cambiado bastante. Si bien, existe un cierto cambio en la perspectiva económica del país, (7%, el doble que en el barómetro anterior) aunque la valoración positiva de la situación económica familiar ha bajado del 43% al 35%. Además de cara al año que viene, las previsiones de evolución en la situación económica del país como en los hogares son más positivas que en la pasada edición, pero siguen estando alejadas de las cifras del 2018.

Formar una Familia, y por tanto las ayudas que a estas pudieran llegar, siguen siendo la gran asignatura pendiente, ocho de cada diez entrevistados piensan que existen dificultades a la hora de formar una familia respecto a generaciones anteriores y tan solo la mitad de los encuestados afirman que el hecho de formar una familia está bien valorado a nivel social y laboral, especialmente entre los mayores de 45 años. Para esta franja de edad, viajar, prosperar a nivel laboral e incluso formarse académicamente, son aspectos más prioritarios en la vida de los españoles que formar una familia, aunque se ha duplicado respecto a la edición anterior del Barómetro, especialmente entre los menores de 45 años, pasando de un 26% a un 46%. Este aumento puede deberse a la percepción de que estamos mejor que cuando estuvimos confinados.

Para María José Olesti, directora general de la Fundación The Family Watch: “La natalidad sigue siendo un gran problema en nuestro país. Si no ofrecemos a los jóvenes oportunidades y les facilitamos poder formar una Familia, e incluso emanciparse, difícilmente se plantearán tener hijos”.

El ámbito digital y cómo las Familias se enfrentan a esta parte tan importante en sus vidas, son otras de las cuestiones que más preocupan a las Familias y que desde hace algunos años se ha venido preguntando en este Barómetro. Así, sobre el uso de los teléfonos móviles, el 35% de los entrevistados con hijos menores de edad afirman haber comprado un móvil a sus hijos y la edad media para hacerlo es a los 12 años. Aún así, una cuarta parte lo hicieron antes de que sus hijos cumplieran los 12 años, y tan sólo un 1% lo hizo cuando sus hijos habían pasado los 15 años. Unas cifras que no invitan precisamente al optimismo, puesto que como bien dicen numerosos expertos, el móvil es un elemento que implica gran responsabilidad en su uso.

Las redes sociales están estrechamente ligadas al uso de teléfonos móviles, especialmente entre adolescentes. Sus padres reconocen grandes riesgos en el uso excesivo de redes sociales, destacando la

exposición de su imagen y la exposición ante insultos e injurias (cyberbullying), seguido de la incapacidad para filtrar contenidos inapropiados y los posibles cambios en la autoestima derivados de la idealización percibida en perfiles de influencers. Los padres de adolescentes se reconocen como los principales responsables en el impacto que las redes sociales pueden tener en sus hijos (69%).

Sobre las consecuencias de un excesivo e inadecuado uso de Internet, una vez más, se ha preguntado a las Familias. El 85% de los entrevistados ve con buenos ojos aumentar la regularización sobre la publicidad con menores. En España preocupa mucho la imagen que se da de los menores en televisión y redes y la influencia que esto puede tener en nuevas generaciones. Cerca del 80% de los entrevistados cree también que la publicidad muestra a preadolescentes con actitudes adultas y el 72% cree que se da una imagen sexualizada de los preadolescentes.

Un medida clave para el 77% de las Familias encuestadas sería que cuando se contrate una línea de Internet, esta venga, por defecto, con limitación de acceso a determinados contenidos, (pornografía, juegos online, etc), algo que desde The Family Watch se viene solicitando tanto a operadores como partidos políticos desde hace años “La pasada Ley de Infancia y Adolescencia que se aprobó en el Congreso de los Diputados, ya incluyó este aspecto, para que, de una manera rápida y sin tener un conocimiento elevado de Internet, las madres y los padres, puedan proteger a sus hijos y evitar que accedan a contenidos que en nada ayudan a su desarrollo como personas. En países como Francia e Italia ya se ha implementado y España debería seguir el mismo camino, por eso consideramos que es el momento de que las operadoras se impliquen”.

Por otro lado, un año después de la pandemia podemos observar importantes cambios de hábitos en España relacionados con la salud, tanto física como mental. 3 de cada 4 entrevistados afirma haber sentido preocupación por su situación y cerca del 65% se han sentido más angustiados e irritables en el último año. Además, seis de cada diez entrevistados han sufrido alteraciones del sueño y uno de cada cinco reconoce haber necesitado ayuda psicológica/psiquiátrica y haber consumido ansiolíticos por primera vez. Por franjas de edad, son los jóvenes los que reconocen con mayor facilidad que acceden a los servicios psicológicos, así, un 34% de los jóvenes entre 18 y 24 años, habla de ello sin tapujos.

Sobre Fundación The Family Watch: es un Instituto de estudios para la familia, un think-tank, que a partir del análisis de la realidad social de la familia, y desde una perspectiva interdisciplinar, se dedica a la elaboración de estudios, propuestas e iniciativas, para que la familia sea mejor conocida, y reciba el tratamiento y la atención adecuados a las funciones que desarrolla en la sociedad.

Alejandro Gordon  
Director de Comunicación y RRII  
Tel. +34 699813192  
[agordon@thefamilywatch.org](mailto:agordon@thefamilywatch.org)