

“Ciudadanía digital y alfabetización mediática: usos y percepciones en niños, niñas, jóvenes y adolescentes entre los 10 y 18 años en Colombia”

Elaborado por: Grupo de Investigación Ceinfes

julio de 2025

Resumen

El estudio analiza el comportamiento digital, usos y percepciones de las tecnologías y redes sociales de 1.010 niños, niñas, jóvenes y adolescentes (NNJA) de 35 instituciones educativas en 14 departamentos de Colombia. Utilizando un cuestionario en línea estructurado en 64 preguntas y cuatro secciones principales, se recopilaron datos sobre identidad digital, alfabetización mediática, uso de inteligencia artificial y violencia en línea. Entre los hallazgos destacan: el desconocimiento generalizado del concepto de huella digital; la naturalización del posteo de contenido privado en redes sociales; el uso intensivo de redes como WhatsApp, TikTok e Instagram, con diferencias de género en sus fines (consumo vs. producción); y la existencia de riesgos asociados a la naturalización del contacto con desconocidos en plataformas en línea. Los resultados subrayan la urgencia de fortalecer la educación digital desde edades tempranas con enfoque en pensamiento crítico, seguridad en línea y consumo responsable de la tecnología, remarcando la necesidad de promover una educación digital preventiva, crítica y holística.

Palabras clave: ciudadanía digital, alfabetización mediática, entornos digitales, contexto educativo, redes sociales, dispositivos electrónicos, educación en Colombia, inteligencia artificial, violencia en línea.

Introducción

En los entornos escolares actuales, así como en el contexto general más amplio de la sociedad colombiana, la ciudadanía digital y la alfabetización mediática han emergido como temas fundamentales en la preocupación en torno al uso ético de la tecnología y las redes sociales. Si bien las generaciones más jóvenes están expuestas a un ecosistema digital diverso que ofrece oportunidades para el aprendizaje, la comunicación y la participación social sin precedentes en la historia, también se ven con más frecuencia enfrentadas a riesgos asociados a su uso e influencia, como la desinformación, el ciberacoso, las afectaciones a la privacidad, los estereotipos sociales, los problemas de salud mental y emocional, entre otros.

Estas problemáticas son especialmente relevantes para niños, niñas, jóvenes y adolescentes (NNJA) entre los 10 y 18 años, quienes se encuentran en una etapa crucial de su desarrollo cognitivo, emocional y social. Esta población es, además,

usuaria primaria de las tecnologías emergentes y de las redes sociales. Según el estudio *Jóvenes en línea: ciudadanía digital en niños, niñas y jóvenes de la generación Z en Colombia* de CIVIX Colombia y Uniminuto (2024), en promedio, los NNJA en Colombia permanecen conectados 10 horas al día a las plataformas digitales entre las que destacan principalmente WhatsApp y TikTok.

Este contexto evidencia la centralidad de las redes sociales y del uso de dispositivos como teléfonos inteligentes, tablets, computadores, entre otros, en la experiencia digital de los NNJA del país. Si bien las tecnologías en sí pueden acarrear usos y potencialidades entrelazadas con propósitos educativos, de formación y fomento de habilidades en los estudiantes, el impacto en otros ámbitos merece una atención especial. Los espacios digitales son escenarios que interconectan las diferentes capas sociales, grupos de intereses y comunidades en los planos locales, nacionales e incluso internacionales. De ahí que la participación de cada individuo en estos escenarios traiga consigo deberes y responsabilidades que asociamos a un tipo de ciudadanía digital. Los dilemas éticos asociados al uso de tecnologías y a la información proveniente de internet requieren una especial atención en función de los riesgos mencionados.

Contexto colombiano

El contexto digital colombiano refleja una dualidad: mientras que el acceso a la tecnología ha aumentado considerablemente en los últimos años, en parte gracias a esfuerzos tanto públicos como privados por expandir la cobertura y calidad de los servicios digitales, existe una carencia de formación adecuada en competencias digitales críticas, lo que comúnmente asociamos como formación cívica digital y habilidades de alfabetización mediática e informacional (Unesco, 2018).

Entre el año 2011 y el 2020, el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia (MinTIC) ha llevado a cabo estrategias de formación en ciudadanía digital que han resultado en la formación de 1.128.673 personas de 1.123 municipios del país (MinTIC, 2020). Adicionalmente, el Gobierno Nacional ha desplegado la Estrategia Nacional Digital de Colombia 2023-2026, que le apunta al fortalecimiento y generación de confianza y seguridad en el uso de las tecnologías por medio del fomento de habilidades como la resiliencia y el pensamiento crítico para identificar posibles riesgos y amenazas de seguridad personal (Gobierno de Colombia, 2023).

A pesar de los esfuerzos realizados por el Gobierno y diversas organizaciones para promover programas de alfabetización digital, persisten brechas significativas en el acceso y uso responsable de las tecnologías, como demostró el estudio de CIVIX Colombia y Uniminuto (2024). Estas brechas no solo están relacionadas con factores económicos y sociales, sino también con la falta de formación en

habilidades críticas para evaluar la calidad y veracidad de la información, gestionar la huella digital y participar de manera constructiva en el ámbito digital (Pérez-Escoda *et al.*, 2024). En este sentido, estudiar los desafíos específicos que enfrentan los estudiantes colombianos resulta esencial para comprender las dinámicas locales y proponer estrategias efectivas de intervención.

El presente estudio da cuenta de los hallazgos en materia de los retos y oportunidades identificados en los usos y percepciones que los NNJA tienen frente a las tecnologías digitales, las redes sociales y los entornos mediados por internet y la conectividad.

Objetivo general

- Analizar los usos y percepciones de la tecnología y las redes sociales por parte de NNJA entre los 10 y los 18 años en Colombia.

Objetivos específicos

1. Describir los usos más frecuentes que NNJA en Colombia hacen de la tecnología y las redes sociales en su diario vivir.
2. Proveer una radiografía de los tipos de interacciones que NNJA en Colombia realizan a través de las redes sociales.
3. Rastrear las tendencias en aumento frente a los usos que NNJA en Colombia hacen de la tecnología y las redes sociales, identificando los retos y riesgos asociados.

Metodología

El presente estudio tomó como base el desarrollo de un instrumento de análisis sobre los usos y alcances de la tecnología digital y las redes sociales en población en edad escolar (10-18 años), elaborado por CIVIX Colombia y Uniminuto. En el estudio elaborado por estas organizaciones, se trazó una muestra de 6.070 estudiantes encuestados, pertenecientes a 111 instituciones educativas públicas y privadas repartidas en 19 departamentos del país.

Para los propósitos descritos en las secciones de Objetivos y Contexto colombiano, este estudio adaptó el instrumento mencionado a un cuestionario en línea dirigido a NNJA de la franja etaria especificada (10-18 años). El cuestionario se compone de 64 preguntas cualitativas de percepción e interpretación textual y visual clasificadas en seis secciones (Política de tratamiento de datos, Cuestionario sociodemográfico, Identidad digital, Alfabetización mediática, Inteligencia artificial, y Violencia en línea). Tanto el instrumento elaborado por CIVIX Colombia y Uniminuto como el cuestionario adaptado apuntan a muestras significativas de estudiantes de todo el país y de instituciones educativas públicas y privadas. Las principales variaciones tienen que ver con la ampliación de algunas

opciones de respuestas en preguntas específicas y a la clasificación de las preguntas en las secciones mencionadas.

La muestra del presente estudio se compone de 1.010 estudiantes pertenecientes a 35 instituciones educativas del país, específicamente de los departamentos de: Amazonas, Atlántico, Bogotá, Bolívar, Boyacá, Casanare, Cauca, Cundinamarca, Meta, Nariño, Putumayo, Santander, Sucre y Valle del Cauca. El muestreo se realizó entre los meses de noviembre de 2024 y marzo de 2025. El tiempo de respuesta promedio por encuestado fue de 24 minutos y 55 segundos.

Del total de preguntas que hacen parte del instrumento, la mayoría (82,8%) son preguntas cerradas de opción múltiple, mientras que un 6,3% son preguntas abiertas de respuesta corta, un 4,7% son escalas de clasificación de preferencias, un 3,1% son escalas de frecuencia de 0 a 10, y el restante 3,1% son escalas tipo Likert.

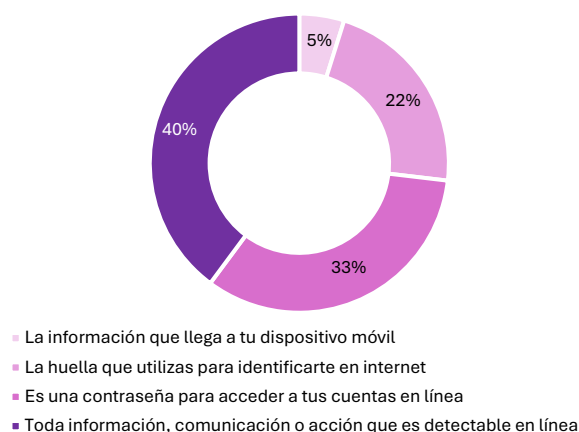
Frente a la naturaleza de la información recogida por las preguntas, el 45,3% recopilan información sobre hábitos y frecuencias de uso y consumo de los encuestados. Por otra parte, un 23,4% de las preguntas son de percepción y cognición, es decir, miden los posicionamientos, ideas, posturas y conocimientos de los encuestados frente a escenarios abstractos o postulados generales sobre la tecnología, la información y las redes sociales, entre otros. Un 17,2% de las preguntas del cuestionario apuntan a la caracterización sociodemográfica de la población, mientras un 14,1% restante tienen como objetivo medir el grado de desarrollo de habilidades críticas de la alfabetización mediática y la ciudadanía digital de los encuestados a partir de la interpretación textual y visual de situaciones reales o hipotéticas.

Resultados

Los resultados del estudio se dividen en cuatro segmentos temáticos: Identidad digital, Alfabetización mediática, Inteligencia artificial, y Violencia en línea. Las respuestas recopiladas por el instrumento proveen un acercamiento inicial pero riguroso a los usos y percepciones que los NNJA en Colombia tienen respecto a los dispositivos y las redes sociales.

1. Identidad digital

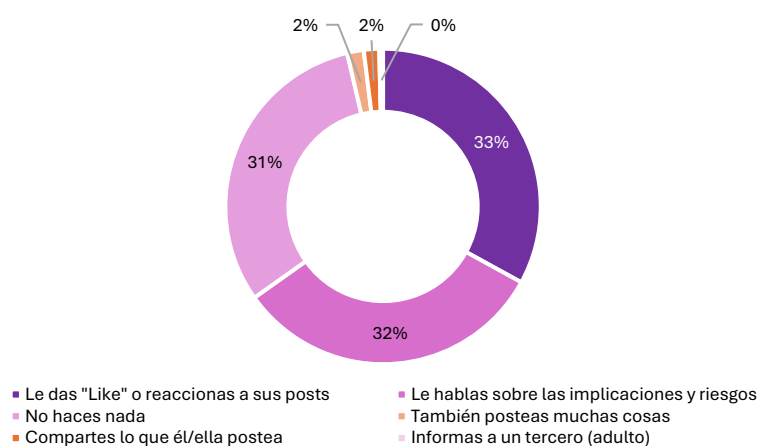
¿Qué es la huella o rastro digital?



Gráfica 1. Huella o rastro digital. *Elaboración propia.*

Se preguntó a los encuestados sobre su opinión o conocimiento respecto al concepto de *huella o rastro digital*. La mayoría de los NNJA respondieron que creían que la huella o rastro digital es “toda información, comunicación o acción que es detectable en línea”, respuesta que es acertada de acuerdo con el diseño del cuestionario de CIVIX Colombia y Uniminuto (2024). Este concepto hace referencia a las trazas o rastros que pueden identificar a un usuario de plataformas, *apps* o páginas en línea a partir de su uso. El desconocimiento de este concepto por parte del 60% de los encuestados supone un riesgo latente en tanto que la mayoría puede desconocer o estar inatento a los peligros inherentes al rastro de su identidad personal que permanece en los entornos digitales una vez navegados.

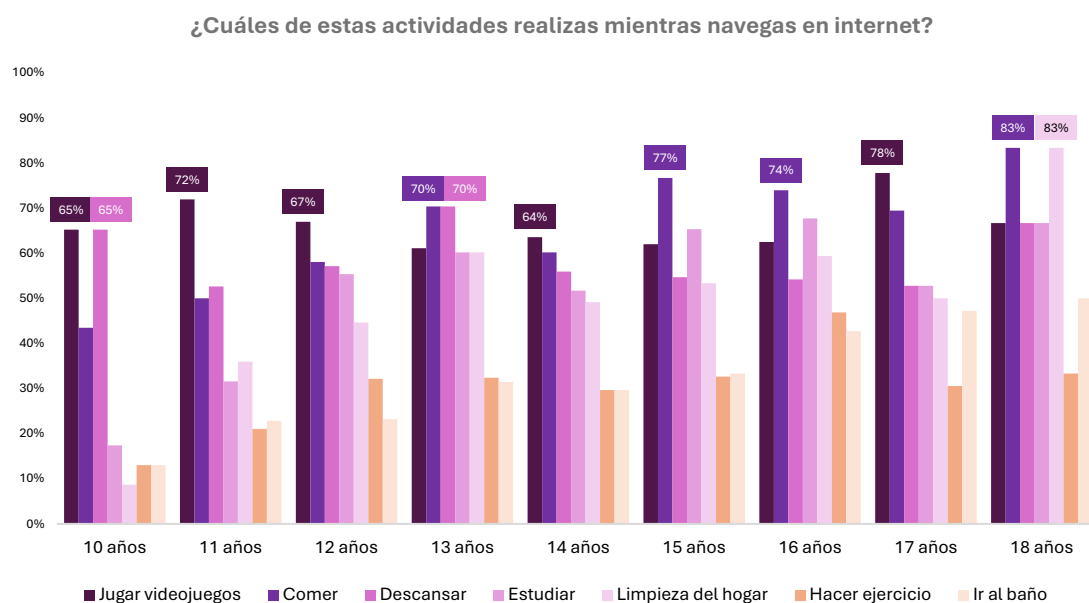
Si ves que algún compañero publica muchas cosas de su vida privada, ¿qué haces?



Gráfica 2. Reacción frente al posteo de contenido personal. *Elaboración propia.*

Se preguntó puntualmente a los estudiantes lo siguiente: “Si ves que algún compañero publica muchas cosas de su vida privada, ¿qué haces?”. Los resultados evidencian un peso equitativo en cuanto a las respuestas, lo cual da cuenta de los distintos comportamientos asociados a esta práctica común en

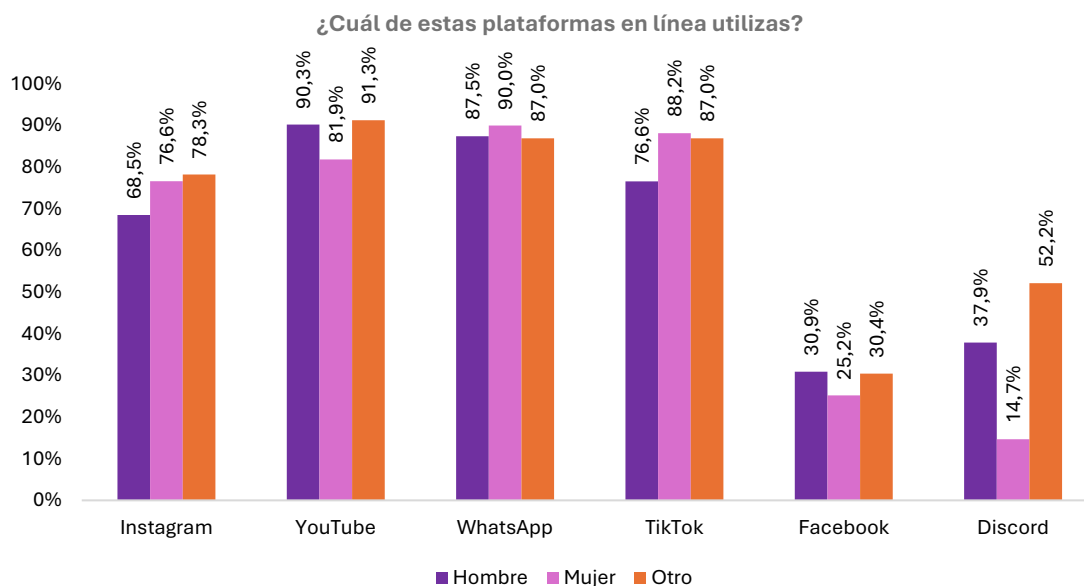
NNJA y la falta de consenso sobre lo que debería hacerse. El 33% respondió que le “da like” o reacciona al post, lo cual se relaciona con una aceptación tácita al hecho de ver y publicar contenido de esta índole. Por otra parte, un 32% reconoce que es necesario tomar una acción de tipo preventivo y/o correctivo frente a su par, para lo cual ve necesario hablarle sobre las implicaciones y riesgos de estos comportamientos. Otro 31% de los encuestados reconoció que, en esas situaciones, no hace nada o ignora la publicación, comportamiento que evidencia una ligera inclinación hacia la aceptación tácita del contenido publicado. Otras respuestas se relacionan con la aceptación directa (“también posteas muchas cosas”; “compartes lo que él/ella postea”) y menos del 1% ve conveniente informar a un adulto.



Gráfica 3. Actividades realizadas mientras se navega en internet, según edades. Elaboración propia.

La gráfica 3 evidencia que los NNJA realizan actividades de variada naturaleza mientras navegan en internet. Más aún, hay una tendencia creciente en el uso de dispositivos mientras se va al baño a medida que aumenta la edad. Por otro lado, el uso de estos dispositivos mientras se descansa oscila entre el 53% y el 70%. Actividades como comer o hacer ejercicio también marcan un alto porcentaje mientras se frecuenta la navegación en internet.

De acuerdo con estudios de la Universidad de Costa Rica (Cordero, 2020), pueden existir afectaciones en la salud física y mental por el uso de dispositivos durante el desarrollo de actividades que no los requieren mientras se ejecutan, como ir al baño, comer y descansar.

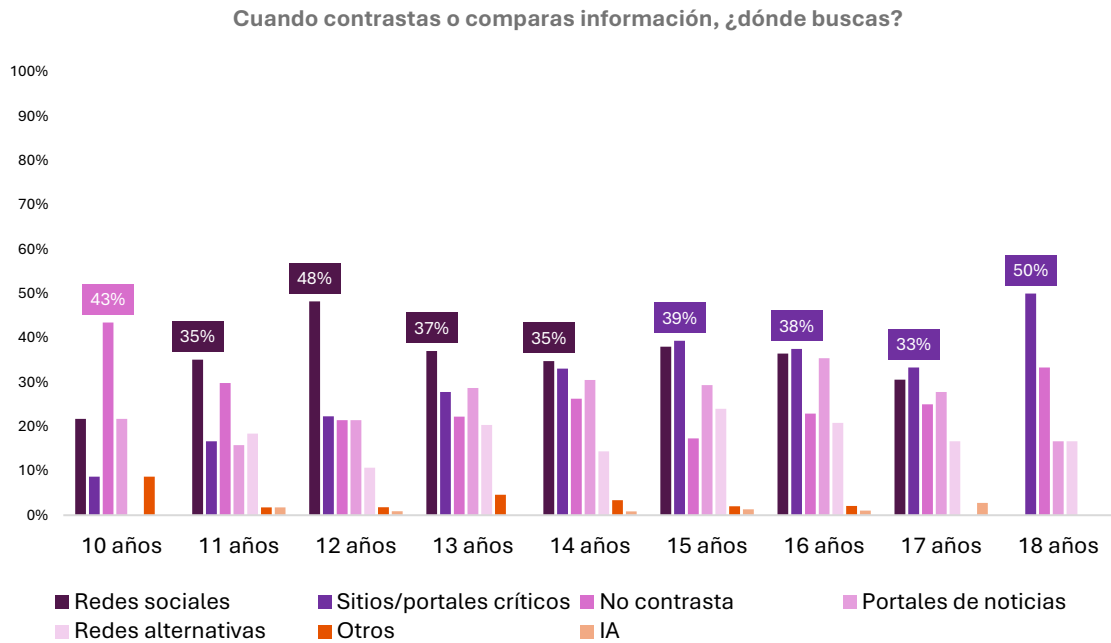


Gráfica 4. Plataformas y redes sociales más usadas, según género. Elaboración propia.

Los resultados exhibidos en la gráfica 4 muestran que la población masculina supera a la femenina en el uso de plataformas como YouTube y Discord, en las que la creación de contenido es, comúnmente, la funcionalidad menos empleada frente a la visualización de contenido hecho por otras personas. En cambio, entre las mujeres predominan plataformas de mensajería como WhatsApp y de creación y visualización de contenido como Instagram y TikTok.

Lo anterior, en resumidas cuentas, permite concluir que hay una tendencia diferenciada por género entre los NNJA: las niñas y las jóvenes se inclinan más hacia la producción de contenido mientras que los niños y los jóvenes tienden a ser más espectadores que creadores. En cuanto a las plataformas más usadas por ambos grupos, en orden se encuentran: WhatsApp (88,1%), YouTube (87,8%), TikTok (83,9%) e Instagram (74,5%). Redes sociales como Facebook, que se asocian más a públicos de mayores edades (Ozimek y Bierhoff, 2016), se encuentran por debajo del 30%.

2. Alfabetización mediática

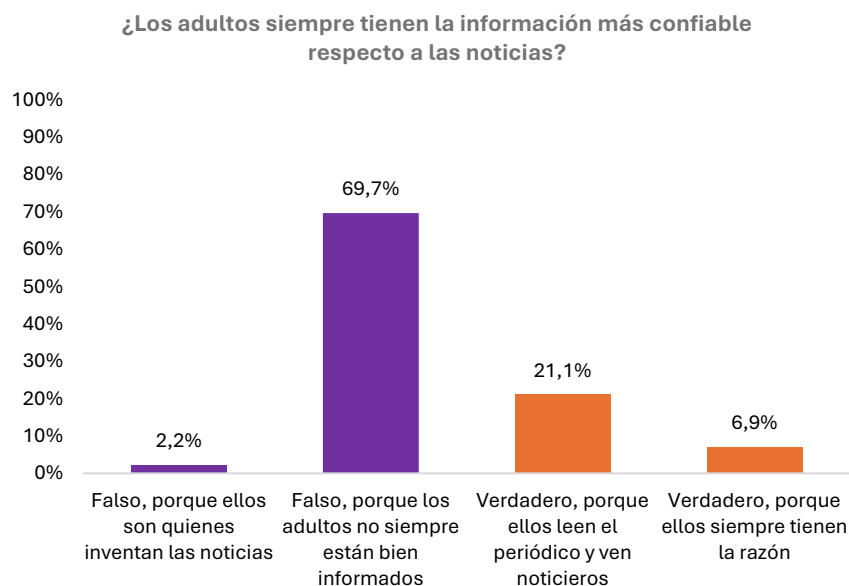


Gráfica 5. Fuentes de información según edad. Elaboración propia.

Al preguntarle a los encuestados sobre las fuentes que emplean para buscar o contrastar información, se obtienen resultados interesantes por grupo etario. Entre las tendencias más destacadas, se observa que los NNJA de 10 años, en su mayoría (43%), no contrastan información; los NNJA entre los 11 y los 14 años suelen recurrir con más frecuencia (38,8% en promedio) a las redes sociales; mientras que los NNJA entre los 15 y los 18 años afirmaron que su principal fuente de información son los sitios y portales críticos (32,5% en promedio).

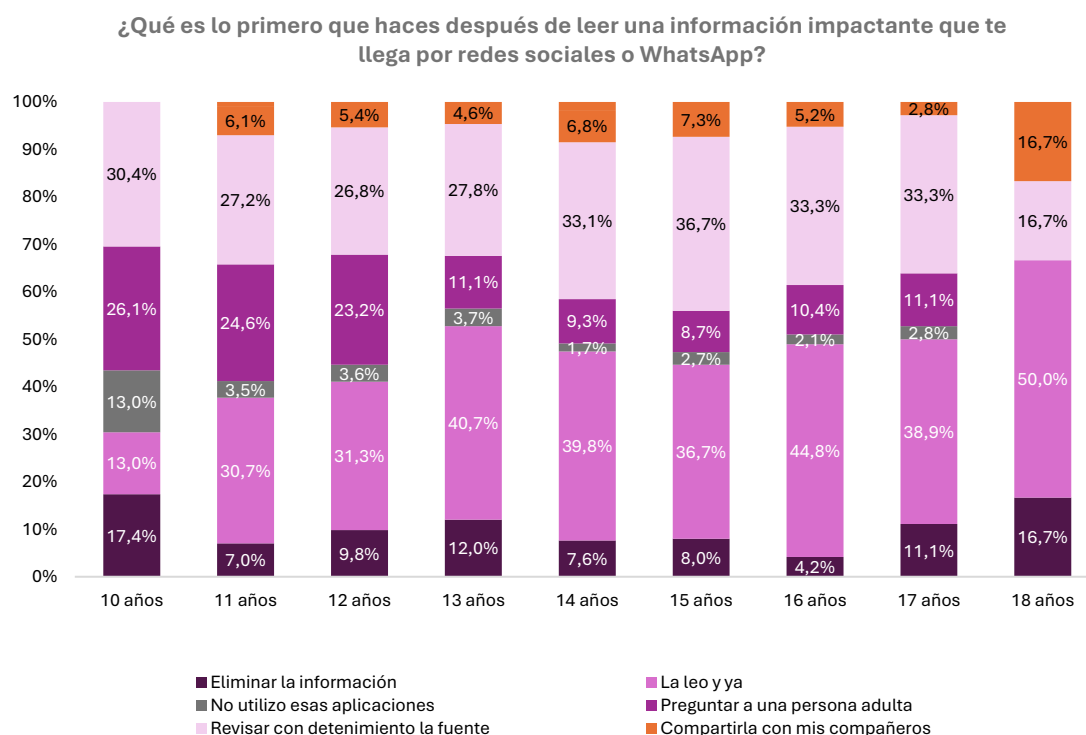
Frente a los resultados, se pueden formular preguntas indagatorias como:

- ¿Qué se considera, entre los NNJA, un sitio o portal *crítico* y qué caracteriza una fuente de este tipo?
- ¿Qué factor puede ser determinante en el peso que los NNJA entre los 11 y los 14 años le otorgan a las redes sociales como fuentes de información?
- ¿En qué medida las Inteligencias Artificiales empiezan a cobrar mayor fuerza como fuentes de información que son legitimadas por los NNJA?



Gráfica 6. Percepción sobre la confiabilidad de la información en adultos. *Elaboración propia.*

Frente a la pregunta “¿Los adultos siempre tienen la información más confiable respecto a las noticias?”, 7 de cada 10 encuestados respondieron de manera contundente que la afirmación era falsa en tanto que los adultos no siempre están bien informados, respuesta que resulta acertada en el contexto de la pregunta y las demás opciones de respuesta. Un estudio global (Maertens *et al.*, 2024) reveló que una cuarta parte de los adultos no supera la tasa mínima de aciertos al pedirles que distingan entre noticias reales y falsas, de acuerdo con un test aplicado a cerca de 66.000 personas. En otras palabras, aunque la mayoría de adultos pueden discernir correctamente entre noticias reales y falsas, una proporción significativa (alrededor del 25%) presenta reiteradamente dificultades para hacerlo, lo que los hace una población especialmente susceptible a la desinformación. Esta percepción se plasma directamente en las respuestas dadas por NNJA en Colombia respecto a los adultos, lo que evidencia la necesidad de dirigir nuevos estudios y miradas al nivel de alfabetización digital en la población adulta.



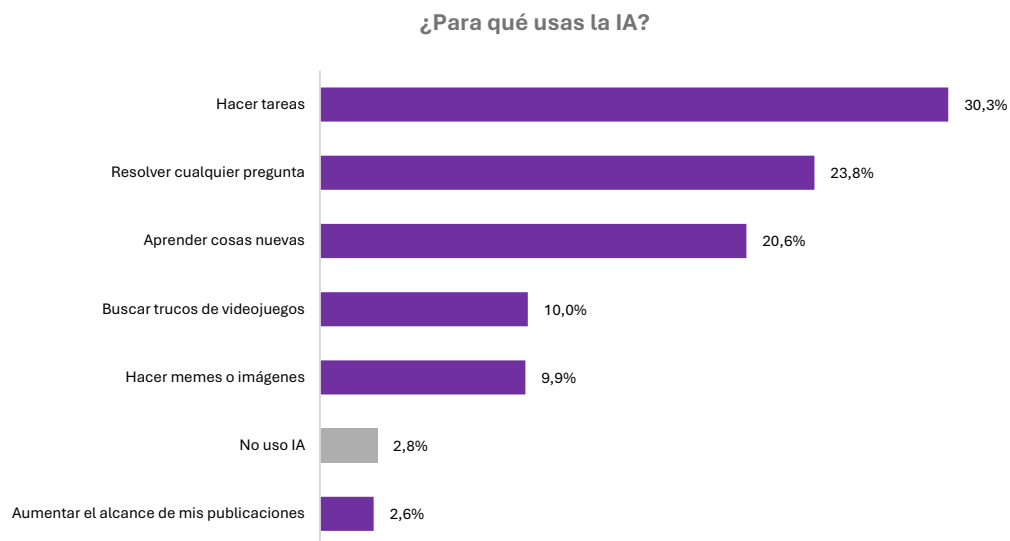
Gráfica 7. Comportamientos al recibir información impactante, según edad. *Elaboración propia.*

Frente a la pregunta “¿Qué es lo primero que haces después de leer una información impactante que te llega por redes sociales o WhatsApp?”, que tenía la intención de medir el potencial de distanciamiento crítico frente a información falsa o malintencionada, se perciben comportamientos variados según la edad. Destaca que entre los jóvenes de 18 años existe la mayor probabilidad de que la información sea compartida entre compañeros (16,7%), sin distanciamiento crítico frente al contenido que les llega. Los jóvenes de 15 años, por otra parte, son el grupo etario más inclinado a revisar con detenimiento la fuente (36,7%).

Entre los NNJA de 10 años, más que en las otras edades, aparece la opción de preguntar a una persona adulta, lo cual se relaciona con la mayor cercanía y dependencia que tienen los NNJA frente a los adultos en el uso de dispositivos y redes en esta edad. Así mismo, son los NNJA de 10 años los más dados a eliminar la información que les llega, probablemente como forma de prevención ante posibles amenazas, una actitud que es usualmente promovida por padres y madres.

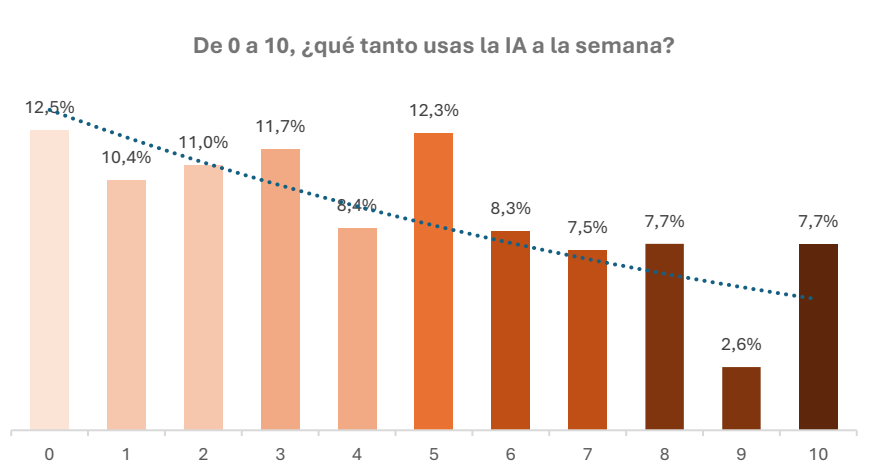
Finalmente, la opción más marcada en promedio por todos los grupos etarios, especialmente en los de 18 años (50%), fue “la leo y ya”, una acción que denota una actitud pasiva frente a los posibles riesgos de alfabetización mediática, puesto que el individuo no es capaz de discernir o decide no tomar postura frente a la información que le llega. El promedio para esta opción se ubicó, entre todos los encuestados, en 36,2%.

3. Inteligencia Artificial



Gráfica 8. Usos de la inteligencia artificial. Elaboración propia.

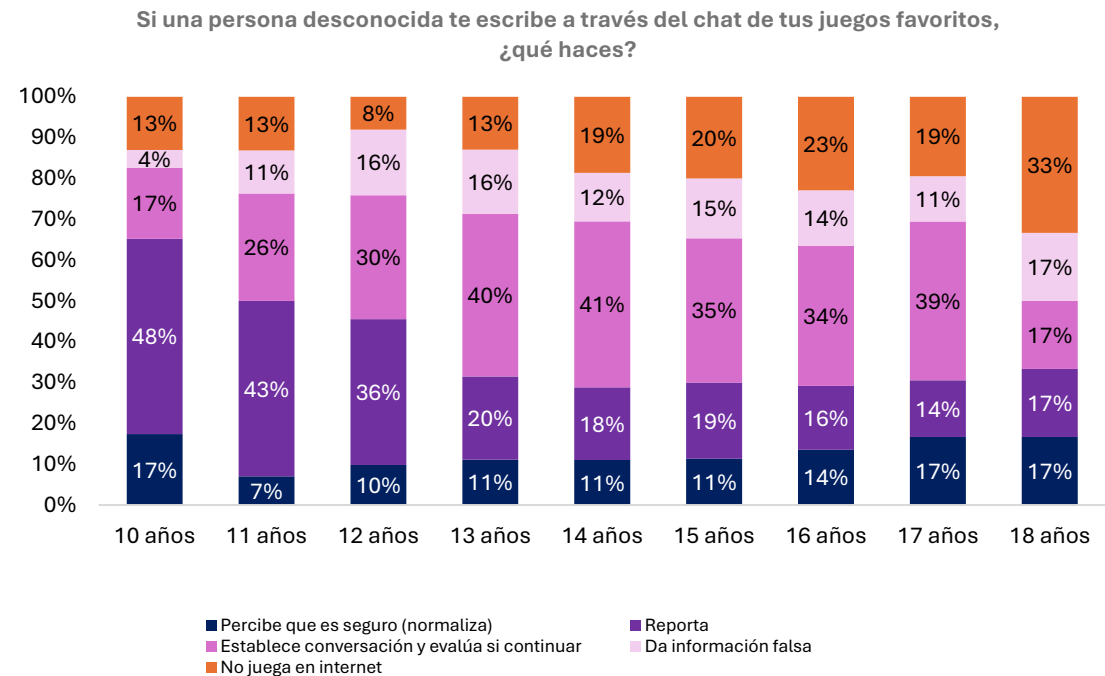
3 de cada 10 NNJA en Colombia manifiesta que utiliza las herramientas potenciadas con inteligencia artificial para hacer tareas. En esta misma muestra, se encontró que el 23,8% también acude a los *chatbots* de inteligencia artificial para resolver cualquier pregunta, y 20,6% lo hace para aprender cosas nuevas, aspectos que se relacionan con la búsqueda de fuentes (alfabetización mediática) y la cada vez mayor relevancia que adquiere la IA como fuente de información validada por los usuarios de internet. Esta cifra resulta llamativa, teniendo en cuenta que los *chatbots* son motores de entrenamiento que requieren de interacciones constantes con los usuarios para generar respuestas verosímiles, que pueden o no aportar información o datos reales o validados sobre lo que se consulta. Por otra parte, es llamativo que solo el 2,8% no ha utilizado o se abstiene de utilizar la IA.



Gráfica 9. Frecuencia de uso semanal de la inteligencia artificial. Elaboración propia.

Los NNJA respondieron que, en promedio, consideran que su uso semanal de la IA es medio-bajo, ubicándose entre 2 y 5 en una escala para la cual 0 indica que no la usan, y 10 indica que la usan con muy alta frecuencia. A la luz de los resultados de la gráfica 8, se sobreentiende que el uso de la IA, entre los encuestados, no es excesivo, ubicándose en el segundo cuartil. No obstante, puede plantearse un interrogante sobre la percepción de lo que se considera un uso “excesivo” y un uso “moderado” en la población, puesto que pueden ser categorías subjetivas a partir de la interacción con estas herramientas. También subyace el interrogante sobre si los NNJA son conscientes de qué tecnologías de su uso cotidiano operan mediante inteligencia artificial, consideración que pudo impactar en las opciones de respuesta mediante un sesgo de subestimación.

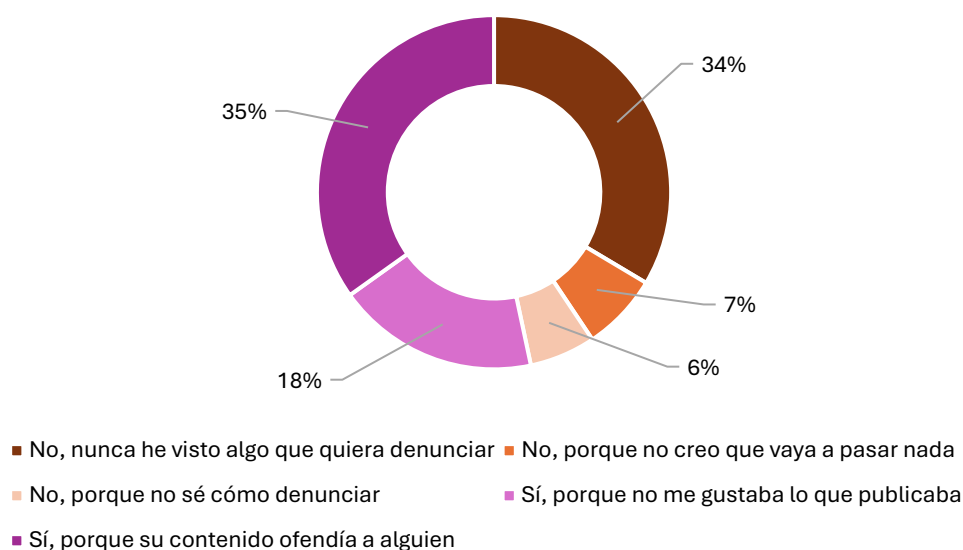
4. Violencia en línea



Gráfica 10. Comportamiento al ser contactados por desconocidos a través de videojuegos, según edad.
Elaboración propia.

A la pregunta “Si una persona desconocida te escribe a través del *chat* de tus juegos favoritos, ¿qué haces?”, destaca que existe una alta normalización de los riesgos asociados a ser contactados por extraños a través de plataformas de videojuegos, especialmente entre los NNJA de 10 años y entre los 17 y 18 años: aproximadamente 1 de cada 5 NNJA percibe que es normal que una persona desconocida le contacte por estos medios. De otra parte, también se observa un alto porcentaje de NNJA de 10 años que reportan o denuncian cuentas desconocidas, comportamiento que va reduciéndose a medida que avanza la edad, siendo el porcentaje más bajo en los encuestados de 17 años.

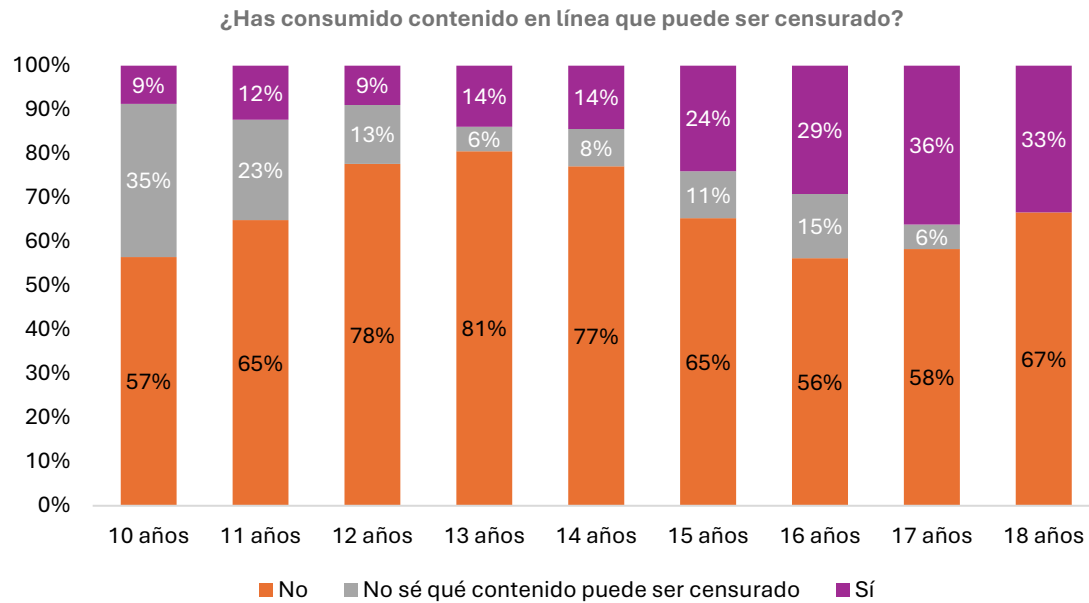
¿Has denunciado alguna vez una publicación o un perfil en redes sociales?



Gráfica 11. Denuncias a publicaciones o perfiles de redes sociales. Elaboración propia.

Resulta notorio que el 53% de los NNJA ha reportado alguna vez una cuenta o perfil en redes sociales por considerarla peligrosa, ofensiva o incómoda, cifra que es mayor en las mujeres (32%) que en los hombres (19%). Para el 34% de los encuestados, en su experiencia navegando por redes sociales no se han encontrado con contenidos o cuentas que consideren reportables, mientras que un 7% se ha abstenido de reportar porque considera que es un mecanismo intrascendente.

Por otra parte, como lo muestra la gráfica 12, se aprecia un alto porcentaje de NNJA que no saben qué puede ser considerado contenido inapropiado o censurable, especialmente entre las edades más jóvenes. Esto puede explicarse por un desconocimiento sobre el contenido apropiado en las primeras edades que interactúan con las redes sociales y el internet, como sugiere un informe de la OCDE (2021).



Gráfica 12. Consumo de contenido censurable, según edad. Elaboración propia.

Así mismo, la gráfica 12 muestra que, a medida que aumenta la edad, hay mayor aceptación entre los NNJA a consumir contenido que puede ser considerado censurable. Esto es especialmente notorio entre los 16 y los 18 años, edades en las que 3 de cada 10 jóvenes afirman haber consumido alguna vez contenido de esta índole. Las edades de mayor reticencia al consumo o a la aceptación del consumo de esta clase de contenido se ubican entre los 12 y los 14 años, con un promedio de 78,7%.

Conclusiones

El presente estudio tuvo como objetivo analizar los usos y percepciones de la tecnología y las redes sociales por parte de NNJA entre los 10 y los 18 años en Colombia. Los resultados del instrumento aplicado revelan un panorama complejo sobre el uso de la tecnología y las redes sociales en la población estudiada, pues a pesar de su familiaridad con los escenarios digitales y la inmersión prácticamente constante a la que son sometidos en los contextos sociales de su entorno, los NNJA presentan un uso funcional pero limitado en términos críticos y reflexivos. Prácticas y conductas clave amarradas a conceptos como huella digital, confiabilidad de la información o límites del comportamiento en línea, no son del todo claros para una proporción significativa de esta población. Esto sugiere que el acceso temprano a dispositivos y plataformas digitales no se traduce automáticamente en una ciudadanía digital responsable ni en una alfabetización mediática sólida, como fue abordado en la sección de resultados.

El análisis también muestra que las prácticas digitales están marcadas por patrones de género y etarios diferenciados: mientras que los niños y los jóvenes

tienden a consumir contenidos de plataformas como YouTube y Discord, en las que prima la visualización/consumo de contenidos elaborados por terceros, las niñas y las jóvenes se inclinan más hacia la creación y socialización en redes como Instagram, WhatsApp y TikTok. Por otra parte, de acuerdo con la edad, se profundiza o agudiza la naturalización de prácticas riesgosas como el contacto con desconocidos en juegos en línea o el consumo de contenido que puede ser inapropiado o censurable. La escasa disposición a verificar información impactante (especialmente entre los 10 y los 14 años) y la percepción de que los adultos tampoco son referentes confiables en estos temas, refuerzan la urgencia de reconfigurar el enfoque educativo actual frente a lo digital.

Al anterior llamado a repensar los horizontes de la educación se suma un uso creciente de herramientas basadas en inteligencia artificial en los últimos tiempos que, en el contexto de la muestra estudiada, evidencia un uso llamativo para resolver tareas escolares o buscar información, aunque con bajo reconocimiento sobre su funcionamiento y límites, lo que puede fomentar una relación superficial y acrítica con estas tecnologías emergentes.

En este contexto, se hace imperativo promover una educación digital preventiva, crítica y holística, que no solo dote a los NNJA de habilidades técnicas, sino que fortalezca sus capacidades éticas, cognitivas y sociales para desenvolverse con seguridad y conciencia en el ecosistema digital, especialmente atendiendo a las distintas circunstancias que los involucran socialmente con sus pares en estos medios no físicos (Saleh, 2024). Este enfoque debe integrar de forma transversal los principios de alfabetización mediática (entendida como la capacidad de analizar y evaluar información, así como de crear contenidos de manera crítica y consciente) y de ciudadanía digital (que alude al ejercicio responsable, informado y participativo en entornos virtuales). Ambas dimensiones son clave para enfrentar los retos de la desinformación, la violencia en línea y la exposición a contenidos inapropiados, y para formar generaciones que no solo usen la tecnología, sino que la comprendan, la cuestionen y la transformen con responsabilidad.

Referencias

CIVIX Colombia y Uniminuto (2024). Jóvenes en línea: ciudadanía digital en niños, niñas y jóvenes de la generación Z en Colombia. CIVIX Colombia.

Cordero, M. (2020, 14 de octubre). Uso excesivo de dispositivos electrónicos puede provocar dependencia, falta de sueño y estrés, señala experto de la UCR. Instituto de Investigaciones Psicológicas. <https://www.iip.ucr.ac.cr/es/noticias/uso-excesivo-de-dispositivos-electronicos-puede-provocar-dependencia-falta-de-sueno-y>

- Gobierno de Colombia (2023). Estrategia Nacional Digital de Colombia 2023-2026. https://www.mintic.gov.co/portal/715/articles-334120_recurso_1.pdf
- Maertens, R., Götz, F. M., Golino, H. F., Roozenbeek, J., Schneider, C. R., Kyrychenko, Y., Kerr, J. R., Stieger, S., McClanahan, W. P., Drabot, K., He, J., y van der Linden, S. (2024). The Misinformation Susceptibility Test (MIST): A psychometrically validated measure of news veracity discernment. *Behavior Research Methods*, 56(5), 1863–1899. <https://doi.org/10.3758/s13428-023-02124-2>
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones [MinTIC] (2020). Ciudadanía digital. <https://colombiatic.mintic.gov.co/679/w3-propertyvalue-36666.html>
- Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos [OCDE] (2021). Children in the Digital Environment. Revised Typology of Risks. *OECD Digital Economy Papers*, No. 302. https://www.oecd.org/content/dam/oecd/en/publications/reports/2021/01/children-in-the-digital-environment_9d454872/9b8f222e-en.pdf
- Ozimek, P., y Bierhoff, H.W. (2016). Facebook use depending on age: The influence of social comparisons. *Computers in Human Behavior*, 61, 271-279. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.034>
- Pérez-Escoda, A., Barrios-Rubio, A., Pedrero-Esteban, L. M., y Ávalos, C. (2024). Taking on Social Media as New Gatekeepers among Young People: A Call upon Digital Literacy. *Information*, 15(4), 180. <https://doi.org/10.3390/info15040180>
- Saleh, E. (2024). Adolescent Socialization in the DigitalAge: The Role of Internet Usage and Social Networks. *Recent Research Advances in Arts and Social Studies*, 8, 66-97. <https://doi.org/10.9734/bpi/rraass/v8/6181A>
- Unesco (2018). A Global Framework of Reference on Digital Literacy Skills for Indicator 4.4.2. UNESCO Institute for Statistics.