



Actitudes hacia la inmigración y percepción de los procesos migratorios en la adolescencia: un estudio exploratorio en la Comunidad Valenciana

Con la financiación de



**GENERALITAT
VALENCIANA**

Conselleria de Participación,
Transparencia, Cooperación
y Calidad Democràtica

En colaboración con



Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante

Informe de Ayuda en Acción



Equipo de trabajo:

Coordinación:

Noelia Serrano Diaz.
Pilar Lara Ruiz-Granados.
Elena Rúa Arruñada.
Miriam Carmona Domínguez.
Marta Vidal García.

Informe elaborado por

Autores:

Carla Rodríguez Sánchez¹.
Franco Manuel Sancho Esper¹.
Liudmila Ostrovskaya Fedorova¹.

¹ Departamento de Marketing, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Alicante.

Con la financiación de



En colaboración con



1 Introducción	4
2 Contexto del estudio	7
<hr/>	
La percepción de la juventud española sobre la inmigración	9
Fuentes de información y discursos de odio sobre la inmigración	12
Percepción de roles de género sobre la inmigración	14
<hr/>	
3 Resumen metodológico	17
4 Resultados y discusión	20
<hr/>	
Actitudes hacia la inmigración	21
Fuentes de información	30
Redes sociales y discursos sobre inmigración	39
<hr/>	
5 Conclusiones y recomendaciones	49
Referencias	65
Anexo 1	72
<hr/>	
Cuestionario	72
<hr/>	
Anexo 2	84
<hr/>	
Guión Focus Group	84

1 Introducción



El debate sobre la inmigración se ha vuelto uno de los más decisivos en la esfera pública de muchos países. Cada vez con más frecuencia, se usa con fines políticos, lo que da lugar a narrativas muy distintas: desde aquellas que valoran las contribuciones de las personas migrantes hasta otras que generan miedo y las presentan como una amenaza. Este tratamiento tan polarizado ayuda a que se refuercen estereotipos y prejuicios ya existentes (Leurs et al., 2020). En este contexto, la Comunidad Valenciana (CV) destaca como una de las regiones con mayor proporción de población inmigrante en España, situándose entre las cinco primeras comunidades autónomas (INE, 2024). Esta realidad sociodemográfica refuerza la importancia de analizar cómo se configuran las percepciones y actitudes hacia la inmigración, especialmente entre la población joven, que se encuentra en un momento clave de socialización política y cultural.

Aunque muchos estudios hablan en general de “juventud”, en este informe vamos a centrarnos específicamente en la adolescencia¹. Creemos que esta etapa tiene características propias que vale la pena mirar de cerca, sin dejar de tener en cuenta lo que se dice sobre la juventud en general. Durante la adolescencia, se configuran muchas de las actitudes sociales que acompañarán a las personas en su vida adulta (van Zalk y Kerr, 2014). Este proceso de socialización ocurre en un contexto marcado por la influencia de discursos mediáticos, redes sociales, entornos educativos y familiares, así como por la exposición directa o indirecta a la diversidad cultural (García-Ordóñez et al., 2024). En este sentido, resulta fundamental estudiar cómo las y los adolescentes interpretan la inmigración, qué emociones les despierta, qué estereotipos manejan y qué grado de apertura o rechazo muestran hacia quienes perciben como “diferentes”. Además, en los últimos años, algunos partidos políticos en España, y en otros países europeos, han intensificado discursos de carácter excluyente que asocian la inmigración con inseguridad, competencia por recursos o desestabilización cultural (Osorio García de Oteyza y Catela Marcos, 2023; Serafis et al., 2023). Estos mensajes han tenido cierta acogida entre algunos sectores de la población juvenil, especialmente entre los varones adolescentes, contribuyendo a la formación de marcos ideológicos polarizados (Villena, 2025). Por ello, es necesario comprender cómo se articulan estas narrativas entre los y las jóvenes, qué peso tienen en su construcción de opinión, y en qué medida existen también discursos alternativos, basados en la empatía, el respeto y la convivencia.

El presente informe responde a esta necesidad mediante un estudio exploratorio llevado a cabo en un centro educativo (n = 195) de la provincia de Alicante y complementado con un grupo focal (*focus group*) en la ciudad de Alicante. A través de un enfoque mixto, que combina datos cuantitativos y

¹ La adolescencia se define como una etapa del desarrollo que comprende, aproximadamente, entre los 10 y los 19 años de edad, según la definición propuesta por la Organización Mundial de la Salud (OMS, s.f.).

cualitativos, se analizan las actitudes hacia la inmigración, las fuentes informativas que influyen en dichas actitudes, y la manera en que las y los adolescentes interactúan con discursos sobre inmigración en redes sociales. Asimismo, se incorpora de forma expresa la perspectiva de género, clave para comprender cómo se distribuyen las percepciones y estereotipos según el sexo y cómo se construyen expectativas diferenciadas sobre el rol de las personas migrantes en la sociedad.

Este trabajo forma parte de las acciones desarrolladas por Ayuda en Acción, en colaboración con la Universidad de Alicante y con el apoyo de la Generalitat Valenciana, en el marco del proyecto #YouthInMotion. Jóvenes, migración forzada y derecho a una vida digna. La iniciativa refleja un firme compromiso con la educación inclusiva, la justicia social y el fortalecimiento de una ciudadanía activa y crítica. A través del análisis que aquí se presenta, se espera contribuir al diseño de intervenciones educativas y comunicativas más eficaces, capaces de promover valores de igualdad, respeto y convivencia en contextos marcados por la diversidad cultural.

2 Contexto del estudio



Según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2024), la población nacida en el extranjero ha sido un factor clave en el crecimiento demográfico reciente, siendo los colectivos de jóvenes que provienen de Marruecos, Colombia y Venezuela los más numerosos (INE, 2024). Por otra parte, la CV es una de las comunidades autónomas que presenta el mayor número de jóvenes inmigrantes (238.179 personas), junto a Cataluña (471.627) y Madrid (370.901). Además la CV cuenta con aproximadamente 750.000 personas extranjeras empadronadas, lo que equivale al 14% de su población total, situándola como la tercera región con mayor presencia de inmigrantes, tanto en números absolutos como relativos (Andújar et al., 2022).

Desde una perspectiva sociocultural, el fenómeno migratorio en España se caracteriza por su diversidad y complejidad. Factores como la procedencia, el origen étnico y cultural, y la clase social de las personas migrantes influyen significativamente en cómo son percibidas tanto por la juventud como por la sociedad en general. Sin embargo, elementos como la irregularidad administrativa, el origen étnico y la religión suelen convertirse en estigmas que fomentan la discriminación y la exclusión social. Incluso aquellos que han adquirido la nacionalidad española pueden seguir siendo considerados como inmigrantes, lo que perpetúa procesos de diferenciación y segregación (Mut-Montalva et al., 2020).

Con el apoyo de algunos partidos políticos, en los últimos años ha aumentado la difusión de discursos de odio dirigidos a colectivos minoritarios, exacerbada por la amplia propagación en redes sociales, lo cual también está afectando la percepción de la juventud española sobre la inmigración (Escartín, 2024). Se ha observado que estos discursos no solo perjudican la cohesión social, sino también impactan negativamente en los entornos educativos, donde se reproducen actitudes discriminatorias hacia estudiantes de origen extranjero (Zafra, 2025). Aunque existen marcos legales para sancionar estos comportamientos, cada vez más expertos abogan por promover una educación en valores que fomente el respeto a la diversidad, integrando perspectivas interculturales y de derechos humanos en los centros educativos (Andújar et al., 2022). En este contexto, medir y comprender la percepción de las y los adolescentes hacia la inmigración y los discursos de odio aporta una base para diseñar estrategias educativas inclusivas pertinentes, permitiendo normalizar la heterogeneidad en las aulas, y ayuda promover una convivencia basada en la tolerancia y el respeto mutuo (Junquera et al, 2024).

La percepción de la juventud española sobre la inmigración

Estudios recientes confirman que, en términos generales, la percepción de las y los jóvenes españoles sobre la inmigración es más bien positiva y pacífica, especialmente cuando existe un contacto cotidiano con las personas inmigrantes en espacios como el vecindario o centros de estudio (Iglesias y Ares, 2021; Herzog, 2023). Por ejemplo, una investigación reciente revela que el 76,5% de jóvenes españoles acepta sin inconvenientes tener vecinos inmigrantes, el 73% no tendría problema con una pareja inmigrante, y el 69,7% vería favorable que sus hijos compartieran aula con niños o adolescentes extranjeros (Fundación Alternativas, 2022). Además, la juventud española, valora positivamente el impacto cultural y demográfico de la inmigración. Así, se indica que el 31,7% de las y los encuestados considera el enriquecimiento cultural como uno de los principales beneficios, y un 15,5% menciona el incremento de la natalidad como un efecto positivo (Fundación Alternativas, 2022).

No obstante, al mismo tiempo, se observa una tendencia hacia el aumento de las opiniones radicales y poco tolerantes hacia la inmigración, sobre todo entre los adolescentes. Así, parte de las y los jóvenes, especialmente chicos en edad escolar (entre 12 y 18 años), muestra estereotipos que encasillan a las personas migrantes en tipologías y comportamientos negativos (Ávila Muñoz y Segura Lores, 2024; Rocu Gómez et al, 2024). El artículo de Zafra (2025) publicado recientemente en *El País* refleja esta realidad, relatando cómo algunos adolescentes en España adoptan discursos machistas y xenófobos, influenciados por contenidos en redes sociales. En la misma línea están los resultados de otros estudios que analizan las percepciones de la juventud española sobre la inmigración y cuyos hallazgos también muestran una notable discrepancia entre la experiencia personal y las percepciones subjetivas sobre este fenómeno (40dB, 2024; Buraschi y Godenau, 2020). Así, según los datos del estudio realizado por la agencia de investigación 40dB (2024), el 57,2% de las personas encuestadas considera que hay "demasiados" inmigrantes en España, estimando que representan el 30,2% de la población, cuando en realidad este porcentaje alcanza 13,5%. Además, 3 de cada 4 participantes relaciona la inmigración con conceptos como inseguridad (29,5%), sobrecarga de servicios públicos (27,2%), conflictividad social (21,2%) y criminalidad (19,2%), mientras las experiencias personales de estos respondientes en contextos cotidianos como el vecindario o el lugar de trabajo o estudio suele ser positivo (40dB, 2024; Junquera et al, 2024). Finalmente, se sugiere que, aunque la inmigración no es percibida por la juventud como el principal problema del país, su relevancia ha aumentado 16 puntos en el último año y medio, alcanzando el 41% (40dB, 2024). Investigadores y personas expertas en el ámbito sociocultural coinciden en que

esta percepción puede ser un reflejo de la influencia de narrativas sociales y mediáticas que contribuyen a moldear opiniones más críticas y preocupadas sobre la inmigración, destacando los discursos políticos de partidos como Vox y Se Acabó La Fiesta (SALF), que influyen especialmente en varones jóvenes y adolescentes (Nicolás, 2024; González-Enríquez y Rincken, 2021; Zafra, 2025).

La mayoría de los estudios analizados que abordan la percepción de la juventud española sobre la inmigración se centra en las y los jóvenes mayores de 18 años, mientras que las investigaciones que abordan las actitudes y percepciones de adolescentes menores de edad son escasos, a pesar de ser necesarios (Ávila Muñoz y Segura Lores, 2024; Rocu Gómez et al, 2024). Así, durante el curso académico 2021/22, el sistema educativo español no universitario registró 845.766 estudiantes de origen inmigrante, que ha representado el 10% del total del alumnado y se espera que este porcentaje aumente en los próximos años (Mahía Casado y Medina Moral, 2022). Uno de los estudios recientes que aborda el tema de las percepciones y actitudes sobre la inmigración de la juventud española incluye también los datos sobre la generación Z (las personas nacidas entre 1997 y 2012), confirmando que este grupo de edad tiende a mostrar actitudes más inclusivas hacia inmigrantes que generaciones más adultas (40dB, 2024). Esta conclusión está en línea con otro estudio donde se examinan las percepciones, actitudes y comportamientos racistas y xenófobos a base de una muestra de 1.200 jóvenes de entre 15 y 29 años (Andújar et al., 2022). Ambos estudios identifican que, en su mayoría, los y las jóvenes españoles y en especial adolescentes rechazan al racismo, aunque también existe un núcleo minoritario con posturas ambiguas o contrarias a la inclusión. Andújar y sus coautores (2022) explican que los factores como el contexto social, la discriminación sufrida y la diversidad en los círculos sociales influyen significativamente en las actitudes observadas. Además, las percepciones y actitudes hacia la inmigración de las personas jóvenes están influidas por factores emocionales y culturales. En términos emocionales, se ha observado que los sentimientos predominantes hacia las personas inmigrantes incluyen empatía (43,5%), simpatía (34,4%) y pena (33%), lo que sugiere una disposición favorable hacia este colectivo, aunque también se han identificado, en menor medida, las emociones negativas, como rechazo o amenaza (Fundación Alternativas, 2022). Estas emociones se intensifican al hablar de refugiados, para quienes los sentimientos de empatía y pena son aún más frecuentes, con un 44,2% y 53,7%, respectivamente (Fundación Alternativas, 2022).

De esta manera, aunque la mayoría de las personas jóvenes y adolescentes rechaza el racismo y aboga por la inclusión, algunos muestran actitudes ambiguas o contrarias, especialmente hacia ciertos grupos de inmigrantes (Andújar et al., 2022; Rocu Gómez et al, 2024). Estas actitudes no son uniformes y varían según el género, preferencias políticas, la experiencia personal y el origen de las personas migrantes (Torres et al, 2018; Rocu Gómez et al, 2024). Así, los colectivos provenientes del Magreb y África Subsahariana enfrentan mayores niveles de rechazo y estereotipos negativos

entre la juventud y adolescentes españoles (Andújar et al., 2022; Buraschi y Godenau, 2020). Por ejemplo, se ha observado que los varones jóvenes y adolescentes asocian más la inmigración con problemas como la delincuencia o la dependencia de ayudas sociales (40dB, 2024). En el artículo de Zafra (2025), que aborda el tema de la inmigración en el contexto de la radicalización ideológica entre adolescentes en España, se menciona que incluso en familias que valoran la diversidad, los hijos adolescentes han adoptado discursos "muy machistas y de rechazo a los inmigrantes", expresando que "hay muchos moros, muchos latinos, muchos gitanos".

Finalmente, igual que a nivel nacional, a nivel de CV la juventud muestra percepciones positivas hacia la inmigración en términos generales, aunque también se erigen algunas preocupaciones entre las y los jóvenes debido a diferencias culturales. Los pocos estudios que analizan el tema de la inmigración en contexto valenciano describen una "convivencia pacífica pero distante" en la ciudad de Valencia, que está marcada por "la indiferencia cortés y la no injerencia" con interacciones mínimas entre la población nativa y las personas inmigrantes (Mut-Montalva et al., 2020). Así, el estudio de Francisco Torres y sus coautores (Torres et al., 2018) proporciona un análisis más detallado sobre las percepciones de la juventud valenciana respecto a la inmigración, indicando que existe una tendencia a valorar la diversidad y que la convivencia con personas de orígenes diferentes es percibida como una oportunidad para el enriquecimiento cultural mutuo. Cuando se trata de identificar colectivos migrantes, los y las jóvenes valencianos reconocen principalmente a grupos como rumanos, colombianos y musulmanes, aunque estas identificaciones también vienen acompañadas de estereotipos variados (Torres et al, 2018; Mut-Montalva et al., 2020). Un ejemplo de ello se cita en el estudio de Torres: **"Los que son ortodoxos como los rumanos no hay ningún problema, los colombianos son muy testigos de Jehová... sin embargo los que sí que hay un conflicto es con los musulmanes"** (Torres et al, 2018: GD1-I4 en la p. 208). Asimismo, las personas musulmanas y las rumanas de etnia gitana son colectivos étnicos que suelen asociarse con percepciones negativas y estereotipadas, especialmente entre los jóvenes varones valencianos (Torres et al., 2019). Por otro lado, la comunidad china provoca opiniones ambivalentes, combinando sentimientos de recelo con el reconocimiento de su éxito económico (Torres et al, 2018). De manera general, la juventud valenciana considera que una convivencia multicultural es beneficiosa, reconociendo la importancia de trabajar para superar prejuicios y desigualdades estructurales.

Por último, los estudios consultados coinciden en que la crisis económica y los discursos en redes sociales y algunos medios de comunicación han exacerbado actitudes xenófobas entre la juventud española (Mut-Montalva et al., 2020; Herzog, 2023), lo que enfatiza la necesidad de fomentar políticas inclusivas y programas de educación intercultural que fortalezcan la cohesión social entre personas jóvenes nativas e inmigrantes (Torres et al., 2019; Zafra, 2025).

Fuentes de información y discursos de odio sobre la inmigración

Últimamente, el auge de las plataformas digitales ha impulsado la difusión del conocimiento, pero también ha facilitado la expansión de discursos de odio de todo tipo, principalmente de carácter racista, xenófobo o machista (OBERAXE, 2024). La Organización para la Seguridad y Cooperación en Europa (OSCE) describe los discursos de odio como “...todas las formas de expresión que propagan incitan, promueven o justifican el odio racial, la xenofobia, el antisemitismo y otras formas de odio basadas en la intolerancia...”, marcando además que estos discursos no solo representan una expresión aislada, sino son una parte de un entramado que incide en la cohesión social (Asamblea de Cooperación por la Paz (ACPP), 2024: p. 13). El Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE) advierte sobre el creciente protagonismo de mensajes negativos dirigidos a la inmigración y los flujos migratorios, indicando que se trata de una tendencia que particularmente afecta a las personas jóvenes debido al rol que juegan las redes sociales en su vida y en su desarrollo personal (Herzog, 2023; OBERAXE, 2024). Asimismo, Zafra (2025) habla del creciente fenómeno de la radicalización ideológica entre adolescentes en España, destacando cómo las redes sociales influyen en la adopción de discursos antifeministas y nostálgicos del franquismo. En este contexto, las y los docentes reconocen la dificultad de contrarrestar estas tendencias mediante el diálogo y la educación crítica en el aula, ya que deben competir con la avalancha de contenidos que los y las jóvenes consumen en plataformas digitales (Zafra, 2025; Ávila Muñoz y Segura Lores, 2024).

De acuerdo con un estudio reciente de Andújar et al. (2022), los principales factores que refuerzan la difusión de estos discursos, desde el punto de vista de las y los jóvenes españoles, son la representación de la inmigración en ciertos medios de comunicación (60,4%) y las propuestas xenófobas de partidos de extrema derecha (49,7%). También, aunque en menor medida, la juventud encuestada nombra la falta de adaptación de las personas inmigrantes (40,3%) como un factor relevante, responsabilizando así a la propia población migrante (Andújar et al., 2022). Este tipo de ideas muestran que muchos y muchas adolescentes siguen viendo la integración como un proceso en el que las personas migrantes deben adaptarse completamente a las costumbres del país receptor, en lugar de promover un intercambio mutuo o una convivencia en igualdad. Además, esta visión se potencia a base de bulos y opiniones radicales distribuidos principalmente a través de medios digitales y redes sociales, y que contribuyen a la polarización de opiniones de la juventud española en torno a la inmigración (OBERAXE, 2024; Buraschi y Godenau, 2020).

Asimismo, esta dinámica, aunque se observa también en la vida real, se agrava en el contexto digital, donde la inmediatez y la viralización de contenidos potencian la difusión de narrativas

negativas y discursos de odio hacia la inmigración. Según la Asociación de Cooperación por la Paz (ACPP, 2024), el 95% de los y las españoles pertenecientes a la generación Z (entre 16 y 24 años) pasa un promedio de 6 horas diarias en Internet y dedica al menos 90 minutos a las redes sociales. Además, un 54% de estos jóvenes cita a las redes sociales como su principal fuente de información sobre la inmigración, evidenciando así la importancia que tienen en la formación de sus opiniones (Fundación Alternativas, 2022). Dicho grupo etario muestra una mayor susceptibilidad a la exposición de mensajes discriminatorios y a la posterior adopción de narrativas simplificadas y polarizadas (40dB, 2024). De esta manera, los hábitos de consumo de información de estos jóvenes les hacen más vulnerables a la desinformación y a las *fake news*, elementos que han sido identificados como catalizadores de actitudes xenófobas (Nicolás, 2024; Junquera et al., 2024). Además, en el contexto digital, la asociación de palabras e imágenes con la inmigración se ha convertido en un mecanismo recurrente para reforzar estereotipos y prejuicios en redes sociales (OBERAXE, 2024). Esta asociación se produce a través de narrativas que combinan elementos visuales y textuales, generando una imagen simplificada y distorsionada del fenómeno migratorio. Por ejemplo, la vinculación de conceptos negativos como “inseguridad”, “delincuencia” o “abuso de ayudas sociales” a la figura del inmigrante se ha observado de forma sistemática en comentarios publicados por algunos políticos o medios digitales (Junquera et al., 2024; Nicolás, 2024). Así, las personas jóvenes que consumen contenidos en estos medios sin un enfoque crítico tienen una mayor probabilidad de reproducir las actitudes negativas frente a la inmigración (Andújar et al., 2022; ACPP, 2024).

No obstante, el análisis de los discursos de jóvenes en redes sociales revela una coexistencia de narrativas positivas y negativas entre la juventud española. Por un lado, se observan mensajes de apoyo a la diversidad cultural y de reconocimiento a la contribución de los inmigrantes en la sociedad (Fundación Alternativas, 2022; Andujar et al, 2022), por otro, se evidencian discursos que normalizan actitudes negativas y que refuerzan prejuicios (40dB, 2024; Junquera et al., 2024). La normalización de discursos negativos hacia la inmigración se manifiesta a través de la aceptación tácita y reiterada de ideas discriminatorias, que con el tiempo terminan por constituir una parte integral del imaginario social. Por ejemplo, los resultados publicados por el Observatorio Español de Racismo y Xenofobia (OBERAXE, 2024; Fernández et al, 2019) ponen de manifiesto que gran parte de los contenidos de odio presentes en las redes sociales se dirigen contra personas de origen extranjero o con rasgos asociables a la inmigración (especialmente del norte de África), empleando con frecuencia un lenguaje agresivo y de menosprecio. Se observa también un alarmante crecimiento de los discursos que vinculan a las personas jóvenes inmigrantes con la inseguridad ciudadana y un 45,5% de los ataques contra la infancia y juventud migrante no

acompañada se basa en presentarla como una amenaza social, perpetuando estereotipos negativos y fomentando actitudes discriminatorias (OBERAXE, 2024).

En este contexto, la recepción y reproducción de discursos de odio por jóvenes y adolescentes se ve influenciada no solo por la exposición directa a mensajes negativos en el entorno mediático sino sobre todo por su entorno familiar. Así, según el informe de la Fundación Alternativas (2022), las actitudes de los familiares influyen de forma importante en las percepciones de las y los jóvenes, transmitiéndoles tanto ideas solidarias como prejuicios. Por ejemplo, las decisiones familiares sobre la elección de centros educativos y la convivencia con alumnado inmigrante están cargadas de narrativas que afectan directamente las actitudes de las y los adolescentes, ya que, en ocasiones, algunas familias optan por colegios concertados o privados debido a sus preocupaciones sobre la "mezcla" cultural en los colegios públicos (Rocu Gómez et al, 2024). Al mismo tiempo, se ha observado que la falta de experiencias de convivencia y el desconocimiento sobre la realidad de las personas inmigrantes predispone a la juventud a reproducir estereotipos negativos y refuerza el discurso de odio (GEA21, 2019; ACPP, 2024).

Las y los jóvenes valencianos, al igual que sus pares en otras regiones de España, recurren a las redes sociales como principales fuentes informativas y discuten el tema de inmigración en diversos contextos sociales, entre los que destacan la familia, el grupo de amigos y el entorno escolar (Torres et al., 2018; OBERAXE, 2024). En su informe Torres y coautores (2018) señalan que estos espacios son los principales para la formación de opiniones de la juventud valenciana, y que en contextos informales es donde más se comparten ideas en torno a la inmigración. Además, se observa que la perspectiva de género juega un papel relevante en la interpretación de la inmigración, siendo las jóvenes valencianas particularmente sensibles a la vulnerabilidad de las mujeres migrantes y a las desigualdades que estas enfrentan en contextos de riesgo (Torres et al., 2018).

Percepción de roles de género sobre la inmigración

La percepción de la inmigración por la juventud española también está influenciada por los roles de género y, según estudios sociológicos y educativos, se ve moldeada por factores, como la construcción de las masculinidades, las desigualdades de género y las narrativas predominantes en el discurso social (Boneta-Sabada et al., 2023; Arranz Lozano et al., 2020). Diversos informes recientes evidencian que los estereotipos arraigados no solo se originan en construcciones culturales relacionadas con el sexo, sino que también se entrelazan con el origen nacional y étnico de las personas migrantes (p. ej., OBERAXE, 2024; Rocu Gómez et al, 2024; Iglesias Martínez et al,

2022). En este sentido, se ha observado que la juventud española no solo reproduce estereotipos de corte tradicional, sino, además, aplica dichas percepciones a la población migrante, a menudo bajo el supuesto de que ciertas nacionalidades “sirven” mejor para determinadas labores (Ramos Hidalgo, 2023; Ávila Muñoz y Segura Lores, 2024). Así, las mujeres inmigrantes son percibidas como empleadas en los servicios asistenciales, limpieza y trabajo doméstico, mientras que los hombres inmigrantes son mayormente asignados a sectores como la construcción y la agricultura (Ramos Hidalgo, 2023). Estos estereotipos de género agravan las barreras sociales, dificultando el acceso de las personas inmigrantes a otros empleos, así como su plena integración social (CIDALIA, 2022). Asimismo, desde el Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (IMIO) y el OBERAXE se subraya el hecho de que las mujeres migrantes enfrentan a una combinación de discriminación racista y sexista, conocida como discriminación interseccional, que afecta especialmente a mujeres de ciertos orígenes étnicos (p.ej., Frías, 2022; Rocu Gómez et al, 2024). Por ejemplo, las mujeres africanas y latinoamericanas son especialmente propensas a ser encasilladas en trabajos de baja cualificación y con escasas posibilidades de ascenso (Frías, 2022; Boneta-Sabada et al., 2023). Según Frías (2022), la percepción de las mujeres migrantes como trabajadoras del hogar o cuidadoras refuerza su invisibilización en otros sectores productivos, al tiempo que restringe sus posibilidades de acceso a empleos mejor remunerados y con mayor estabilidad laboral. En la misma línea, varios informes del Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (p. ej., Iglesias Martínez et al, 2022; Herzog, 2023) advierten que la interrelación entre roles de género y origen migrante resulta crucial para explicar la segregación laboral. Tanto los estereotipos tradicionales de mujer-cuidadora y hombre-fuerza como la condición extranjera se ven superpuestos, generando esquemas que perpetúan la desigualdad en la inserción sociolaboral, dichos patrones pueden intensificar la “concepción negativa sistemática” entre la juventud española hacia los colectivos socialmente vulnerables.

En este contexto, los estudios recientes sobre la percepción juvenil de la inmigración revelan posiciones muy polarizadas entre los y las jóvenes y adolescentes en torno a la inmigración, feminismo y la igualdad de género (Boneta-Sabada et al., 2023). Por ejemplo, Zafra (2025) señala que en el ámbito escolar los chicos tienden a adoptar discursos antifeministas y xenófobos, mientras que las chicas suelen identificarse más con posturas feministas y progresistas, indicando que esta divergencia a menudo genera tensiones entre ambos grupos. Según este autor, un porcentaje significativo de jóvenes varones percibe que la promoción de la igualdad de las mujeres ha llegado tan lejos que ahora se sienten discriminados, mostrando una mayor intención de voto hacia partidos de extrema derecha como Vox (Zafra, 2025; González-Enríquez y Rincken, 2021). Estas tendencias se reflejan también en los hallazgos presentados por Ávila Muñoz y Segura Lores (2024) quienes analizan las percepciones de la juventud andaluza de entre 16 y 22 años sobre la inmigración y el

feminismo. Según este estudio, las adolescentes y mujeres jóvenes generalmente tienden a asociar el feminismo con valores positivos (como la libertad o el empoderamiento), mientras algunos adolescentes y varones jóvenes, en cambio, muestran percepciones negativas e incluso utilizan términos peyorativos para referirse a este movimiento (Ávila Muñoz y Segura Lores, 2024). En relación con la inmigración, se ha detectado que las posturas negativas son más frecuentes entre los chicos más jóvenes y con menor nivel educativo. Así, mientras estudiantes universitarios muestran una visión más inclusiva hacia las personas inmigrantes, entre el alumnado con menor formación prevalecen discursos de “rechazo” o “peligro” hacia la inmigración (Ávila Muñoz y Segura Lores, 2024). Además, los autores del estudio indican que el rol social de la madre influye significativamente en las actitudes que la persona joven tiene hacia las cuestiones de género y migración. Por ejemplo, en familias más tradicionales, las percepciones del rol de género tienden a ser más conservadoras, mientras que, en entornos progresistas, las opiniones son más favorables hacia el feminismo y la inmigración.

En la CV, también se ha puesto de manifiesto una creciente polarización entre jóvenes en torno a cuestiones de género, feminismo e inmigración. El trabajo denominado *Estudio y diagnóstico sobre los hombres urbanos de la Comunidad Valenciana con perspectiva de género* (Téllez Infantes y Sanfélix Albelda, 2022) revela que, si bien una mayoría de hombres jóvenes se identifican con valores asociados a la igualdad de género, únicamente el 54 % se considera feminista, observándose también una tendencia entre los varones jóvenes a restar importancia a la violencia de género en comparación con generaciones anteriores. En este contexto, el Consell Valencià de la Joventut ha alertado recientemente sobre la necesidad urgente de combatir los discursos machistas y de odio que se difunden especialmente a través de las redes sociales (Sánchez, 2025). Así, otro estudio reciente sobre la cultura política de la juventud en la CV advierte una clara brecha de género en la percepción de la igualdad: mientras que el 89 % de las jóvenes la consideran importante, solo el 67 % de los jóvenes comparten dicha valoración (Sánchez, 2025; Mansergas, 2025). Por otro lado, la Asociación Por Ti Mujer (CIDALIA, 2022) identifica múltiples barreras que enfrentan las mujeres migrantes en la CV para ejercer plenamente sus derechos. Según el informe, estas dificultades, de carácter social, institucional y administrativo, se ven intensificadas por estereotipos de género que las asocian predominantemente con roles en el trabajo doméstico y de cuidados, limitando su acceso a otros sectores laborales y dificultando su integración plena en la sociedad (CIDALIA, 2022).

3 Resumen metodológico



El presente estudio tiene como finalidad explorar cómo las y los adolescentes de Alicante, como parte de la CV construyen, reproducen e interpretan discursos sobre inmigración a través de sus prácticas digitales y redes sociales, considerando además las diferencias de género y origen. De forma integrada, se abordaron dos grandes bloques de análisis.

El primero se centró en analizar las actitudes, percepciones y estereotipos sociales hacia la inmigración y las personas inmigrantes en España, así como la percepción de su impacto en los planos económico, sociocultural y de convivencia. En este bloque, se plantearon cinco objetivos específicos: 1) examinar las representaciones sociales y asociaciones espontáneas que la ciudadanía manifiesta en relación con la inmigración; 2) identificar los grupos de inmigrantes más presentes en el imaginario colectivo y los estereotipos asociados; 3) captar la percepción subjetiva sobre el volumen de inmigración como indicador de aceptación o preocupación social; 4) evaluar las actitudes hacia el impacto de la inmigración en distintos ámbitos; y 5) detectar dimensiones latentes que permitan identificar perfiles actitudinales o relaciones significativas con otras variables del estudio.

El segundo bloque se orientó al análisis del papel de las redes sociales en la construcción, expresión y circulación de estos discursos entre jóvenes. Los objetivos en este caso fueron: 1) explorar los patrones de uso de plataformas digitales y su relación con la exposición a contenidos sobre inmigración; 2) examinar la frecuencia y tipo de interacción con publicaciones sobre este tema; 3) identificar la predisposición a compartir discursos negativos, valorar la aceptación de mensajes positivos; y 4) analizar la persistencia de estereotipos en situaciones cotidianas vinculadas al género y al origen.

Desde el punto de vista metodológico, se adoptó un diseño mixto de tipo secuencial explicativo (QUAN + Qual), combinando una fase cuantitativa de carácter principal con una fase cualitativa complementaria orientada a explorar e interpretar los resultados obtenidos. Esta estrategia permitió triangular datos y enriquecer la comprensión del fenómeno, combinando análisis estructurados con narrativas y experiencias en primera persona. En la fase cuantitativa, se aplicó una encuesta autoadministrada asistida por ordenador (CASI) a una muestra de 195 estudiantes adolescentes, seleccionados en un centro educativo concertado de un municipio de la provincia de Alicante entre los meses de enero y febrero de 2025. La recogida de datos se realizó en el aula, con la colaboración del profesorado y el consentimiento del centro. El cuestionario utilizado, que incluye todas las preguntas y opciones de respuesta, se encuentra disponible en el Anexo I.

Aunque la intención inicial era obtener una muestra más amplia, las dificultades metodológicas y éticas para acceder a población menor de edad limitaron el estudio a un único centro educativo, lo que implica que los resultados deben interpretarse con cautela y en clave exploratoria. La muestra

estuvo compuesta por estudiantes de entre 14 y 19 años, con una edad media de 16,18 años. El 61,5% se identificó como varón y el 38,5% como mujer, y participaron estudiantes de diversos niveles educativos: tercero y cuarto de ESO, primero y segundo de Bachillerato, ciclos formativos de Grado Medio (Gestión Administrativa, Sistemas Microinformáticos y Redes) y de Grado Superior (Administración y Finanzas). En la fase cualitativa, se organizó un grupo focal con seis adolescentes de entre 15 y 18 años (tres chicas y tres chicos), llevado a cabo en un centro social comunitario de la ciudad de Alicante en marzo de 2025. Los y las participantes eran estudiantes de distintos centros educativos del barrio, y la mayoría provenía de familias de origen inmigrante, aunque nacidos en España. La sesión, moderada por dos investigadores, tuvo una duración aproximada de hora y media, se desarrolló a partir de un guion semiestructurado (ver Anexo II), fue grabada con consentimiento informado, transcrita automáticamente y revisada por el equipo de investigación. La elección de este perfil buscó ampliar la comprensión del fenómeno migratorio desde la perspectiva de jóvenes con vínculos personales o familiares con la inmigración, permitiendo explorar cómo estas experiencias condicionan su interpretación del discurso público y sus vivencias cotidianas.

Ambos estudios (cuantitativo y cualitativo) fueron revisados y contaron con la aprobación del Comité de Ética en Investigación de la Universidad de Alicante, garantizando el cumplimiento de los principios éticos de confidencialidad, consentimiento informado y respeto a las personas participantes.

4 Resultados y discusión



Actitudes hacia la inmigración

Uno de los principales objetivos del estudio fue explorar las actitudes, percepciones y estereotipos que las y los adolescentes manifiestan hacia la inmigración y las personas inmigrantes en España. De forma específica, se indagó en su visión sobre la diversidad cultural y su valoración de los posibles impactos de la inmigración en el ámbito económico, sociocultural y de convivencia. En concreto, este bloque de análisis tiene como propósito examinar en profundidad las actitudes de la adolescencia hacia la inmigración en España, abordando distintos niveles de percepción y representación social.

La primera aproximación se realiza a partir de la pregunta sobre el tipo de sociedad en la que les gustaría vivir (P1), lo que permite identificar el grado de apertura hacia la diversidad cultural y religiosa. A partir de ahí, se profundiza en las asociaciones espontáneas que adolescentes manifiestan al escuchar la palabra “inmigración” (P2), como vía para acceder al imaginario colectivo más inmediato. Posteriormente, se identifican los grupos de personas inmigrantes más presentes en dicho imaginario, así como los estereotipos que podrían estar asociados a ellos (P3). También se recoge la percepción subjetiva sobre el volumen de inmigración en España, entendida como un indicador del nivel de aceptación o preocupación social (P4). Finalmente, se analiza cómo se valoran los efectos de la inmigración en distintos planos (económico, laboral, cultural y de convivencia) y se estudian las dimensiones latentes de estas actitudes, con el fin de detectar perfiles actitudinales diferenciados o establecer relaciones con otras variables del estudio (P5).

Los resultados de la P1 muestran que el 60,5% del alumnado prefiere una sociedad en la que la mayoría de las personas compartan un mismo origen, cultura y religión. Frente a esta visión, el 39,5% expresó su deseo de vivir en una sociedad caracterizada por la diversidad de culturas, orígenes y religiones (ver Cuadro 1). Este hallazgo refleja que, aunque una parte significativa del alumnado valora la diversidad, predomina una orientación hacia modelos sociales percibidos como más homogéneos.

Cuadro 1. Sociedad para vivir

P1. Si pudieras elegir, ¿en qué tipo de sociedad te gustaría vivir?

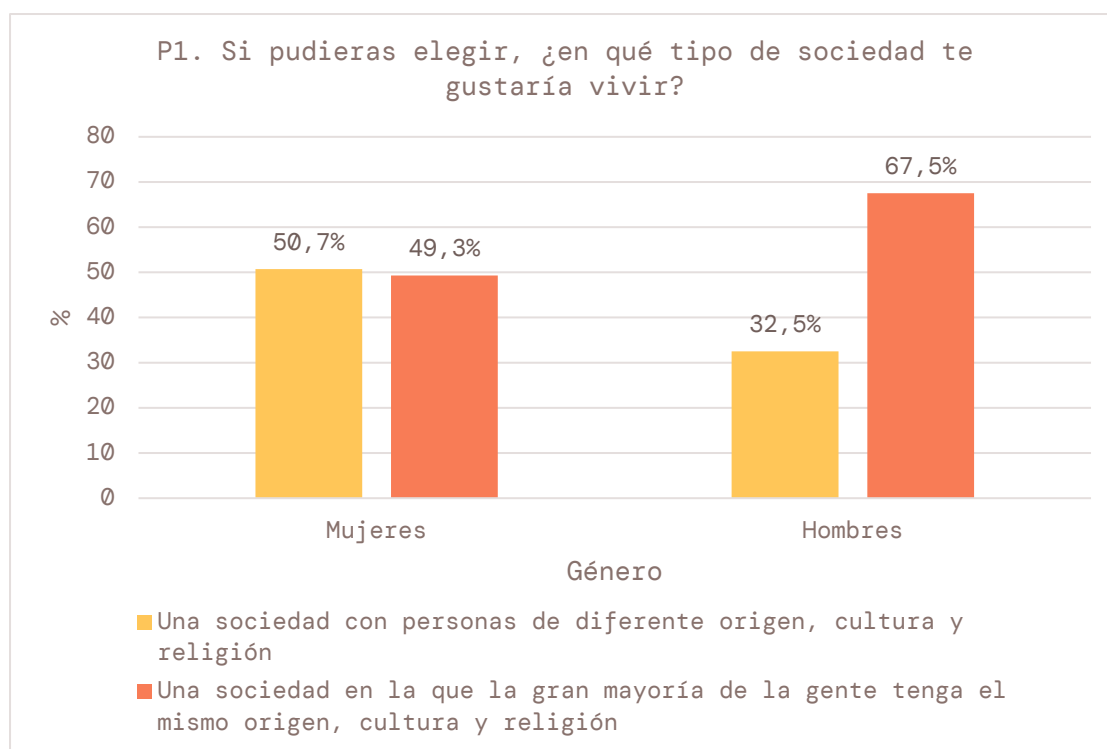
Respuesta	Total (n=195)		Mujeres (n=75)		Hombres (n=120)		Test diferencias	
	n	%	n	%	n	%	Chi2	p valor
Una sociedad con personas de diferente origen, cultura y religión.	77	39,5%	38	50,7%	39	32,5%	5,64**	0,018

Una sociedad en la que la gran mayoría de la gente tenga el mismo origen, cultura y religión.	118	60,5%	37	49,3%	81	67,5%		
---	-----	-------	----	-------	----	-------	--	--

Nota: Estadístico Chi2 con corrección de continuidad. ** p < 0,01, * p < 0,05

Al desagregar los datos por sexo (ver Gráfico 1), se observa una notable diferencia. El 50,7% de las chicas se muestran favorables a una sociedad diversa, mientras que entre los chicos esta cifra desciende al 32,5%. Esta diferencia, estadísticamente significativa, apunta a una mayor receptividad hacia la diversidad cultural entre las adolescentes, lo que coincide con investigaciones previas que han identificado una mayor empatía y apertura hacia personas de orígenes distintos entre mujeres jóvenes (p.ej., Aral et al., 2021).

Gráfico 1. Sociedad para vivir (Mujeres vs. Hombres)



Por otro lado, el análisis exploratorio de las representaciones sociales asociadas a la inmigración revela una tendencia clara hacia asociaciones de carácter problemático o visual (ver Cuadro 2). A partir de una pregunta de evocación espontánea (P2), se solicitó al alumnado que indicara las tres

primeras ideas que les venían a la mente al oír la palabra “inmigración”. La respuesta más frecuente fue “personas extranjeras” (38,5%), seguida de “imagen de las pateras” (29,7%) y “aumento desmedido de inmigrantes” (21%). Estas menciones, fuertemente influenciadas por narrativas mediáticas, apuntan a una percepción de la inmigración como fenómeno desbordado o conflictivo. Asimismo, un 20,5% vinculó la inmigración con la “necesidad de venir a trabajar”, y un 16,9% con “pobreza y desigualdad”, lo que revela cierta conciencia de las causas estructurales del fenómeno migratorio. Sin embargo, también emergen ideas de competencia por recursos, como la percepción de “privilegios frente a los españoles” (12,8%). Las menciones positivas son escasas ya que sólo un 10,3% habló de “empatía o solidaridad” y apenas un 5,1% hizo referencia a la multiculturalidad. Llama la atención que no se mencionaran aspectos como los “efectos positivos sobre la cultura, la economía y el trabajo” o la figura de las personas “refugiadas” o demandantes de asilo.

Desde una perspectiva cualitativa, el *focus group* permite matizar estos resultados. Una participante (chica, 17 años) expresó: “Pues para mí un inmigrante es una persona que enfrenta una nueva vida, no creo que sea fácil”, lo que denota una mirada empática hacia las trayectorias migratorias. Otro participante (chico, 18 años) señaló: “Entre los inmigrantes hay gente mala, hay gente buena, pero como en España”, lo que sugiere una percepción más neutralizada del fenómeno. Estos testimonios indican que, si bien el imaginario colectivo contiene elementos problematizadores, también existen narrativas más humanas e inclusivas, aunque parece que minoritarias.

Cuadro 2. Sugerencias al oír la palabra inmigración

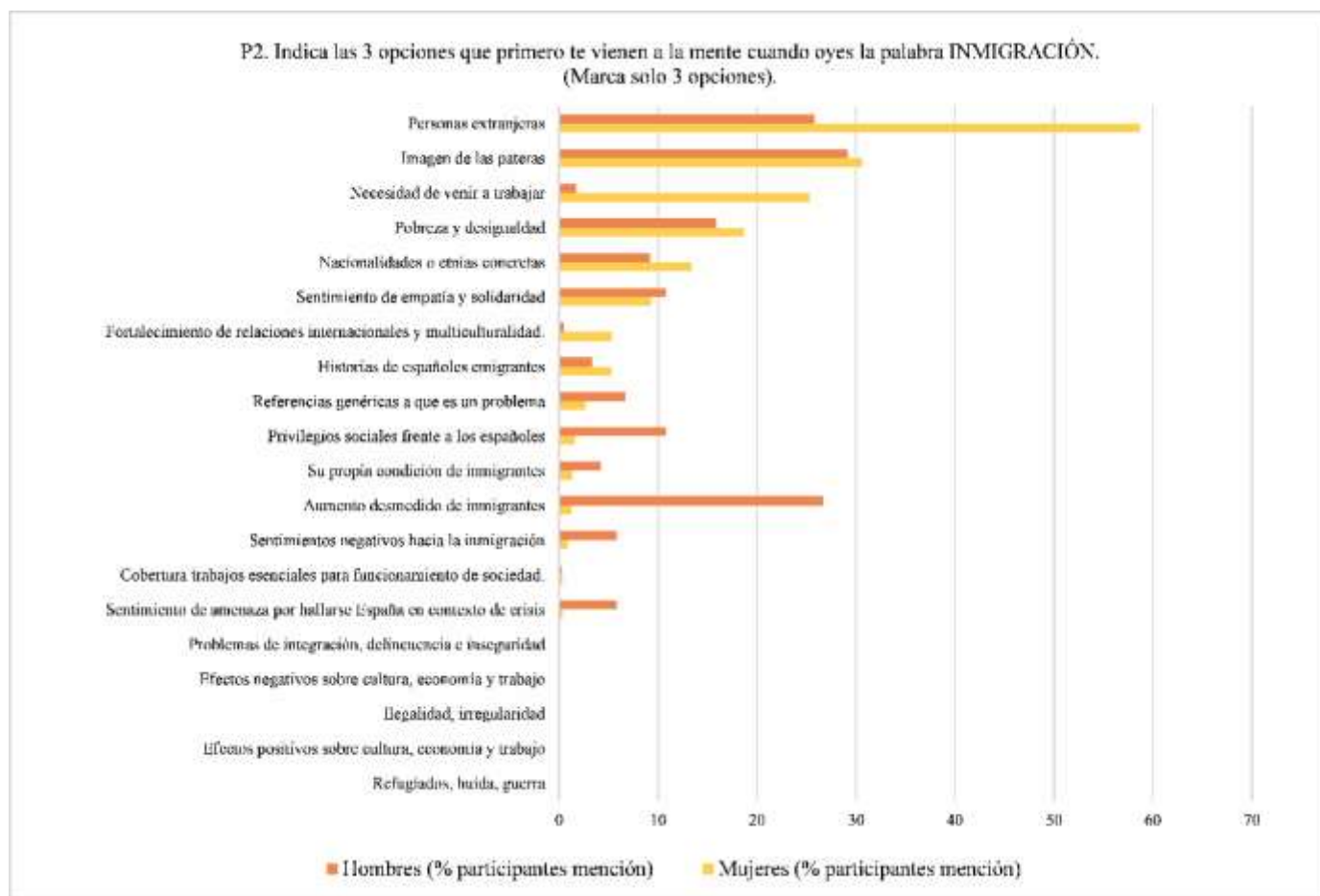
P2. Cuando oyes la palabra inmigración, ¿qué es lo primero que te viene a la mente? ¿Y lo segundo? ¿Y lo tercero?

Categoría	Frecuencia mención	% participantes mención
Personas extranjeras	75	38,5
Imagen de las pateras	58	29,7
Aumento desmedido de inmigrantes	41	21
Necesidad de venir a trabajar	40	20,5
Pobreza y desigualdad	33	16,9
Privilegios sociales frente a los españoles	25	12,8
Nacionalidades o etnias concretas	21	10,8
Sentimiento de empatía y solidaridad	20	10,3
Sentimientos negativos directos hacia la inmigración	13	6,7
Sentimiento de amenaza por hallarse España en un contexto de crisis	10	5,1

Referencias genéricas a que es un problema	10	5,1
Fortalecimiento de las relaciones internacionales y multiculturalidad.	10	5,1
Su propia condición de inmigrantes	6	3,1
Cobertura de trabajos esenciales para el funcionamiento de la sociedad.	6	3,1
Historias de españoles emigrantes	8	0,4
Refugiados, huida, guerra	0	0
Efectos positivos sobre la cultura, la economía y el trabajo	0	0
Ilegalidad, irregularidad	0	0
Efectos negativos sobre la cultura, la economía, el trabajo	0	0
Problemas de integración, delincuencia e inseguridad	0	0

Al desagregar las asociaciones por sexo (ver Gráfico 2), se observan diferencias relevantes que apuntan a la existencia de marcos interpretativos diferenciados entre sexo. Las chicas tendieron a mencionar con mayor frecuencia términos relacionados con la dimensión humana de la inmigración, como “personas extranjeras”, “pobreza y desigualdad” o “empatía y solidaridad”, mientras que los chicos mostraron mayor inclinación a asociar la inmigración con imágenes como “pateras” o expresiones como “aumento desmedido de inmigrantes” y “privilegios sociales frente a los españoles”. Este patrón sugiere que las adolescentes podrían tener una representación más humanizada del fenómeno migratorio, en tanto que los chicos, en mayor proporción, recurren a marcos discursivos más problematizadores o asociados a una percepción de amenaza.

Gráfico 2. Principales palabras asociadas al término INMIGRACIÓN



Otra pregunta que también ha ayudado al análisis de las asociaciones espontáneas en torno a los inmigrantes que viven en España, es la P3, que permite profundizar en los referentes más presentes en el imaginario colectivo adolescente. A diferencia de la P2, centrada en la noción abstracta de inmigración, esta pregunta invita a concretar grupos humanos, lo cual facilita identificar etiquetas sociales y estereotipos activos. Los resultados muestran una clara tendencia a vincular a los inmigrantes con categorías amplias y culturalmente cargadas, como “hispanoamericanos” (56,4%), “moros” (36,9%) o “gitanos” (31,3%) (ver Cuadro 3). Estas respuestas, centradas sobre todo en el origen étnico o la religión, muestran que muchas veces se agrupa a las personas inmigrantes como si fueran todas iguales, sin tener en cuenta sus historias personales o los motivos reales por los que migran (Constantin y Cuadrado, 2021). Resulta significativo que las nacionalidades europeas o grupos tradicionalmente reconocidos como personas refugiadas apenas aparezcan en las respuestas, lo que indica una invisibilización de otras realidades migratorias. La repetición de etiquetas como “musulmanes”, “negros”, “africanos” o “islamistas” muestra cómo ciertos rasgos culturales o físicos

siguen muy marcados por estereotipos negativos a la hora de imaginar a las personas inmigrantes. El uso del término “moros” (mencionado por más de un tercio del alumnado) refuerza la idea de una representación cargada de connotaciones históricas, culturales y peyorativas en España, ancladas en un discurso social que no siempre distingue entre identidad cultural, religión y nacionalidad (Campbell, 2017).

Cuadro 3. Sugerencias al oír la palabra inmigrante que viven en España

P3. Y, cuando se habla de inmigrantes que viven en España, ¿en quiénes piensas de manera más inmediata? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercer lugar?

Categoría	Frecuencia mención	% participantes mención
Hispanoamericanos (en general)	50	56,4
Moros	110	36,9
personas de otros países	29	33,9
Gitanos	33	31,3
hispanos	50	26,7
Africanos (en general)	61	25,6
Negros	52	25,6
Latinoamericanos	50	25,6
Musulmanes	66	16,9
Extranjeros	29	14,9
Otras nacionalidades específicas de Latinoamérica	18	14,9
Colombianos	18	14,9
Marroquíes	72	9,2
Ecuatorianos	18	9,2
Chinos	9	9,2
Árabes	29	7,7
Gitanos rumanos	14	7,2
Integristas	9	7,2
Ucranianos	10	5,1
Nacionalidades específicas de Europa occidental (ej. Francia)	5	5,1
Peruanos	15	4,6
Rumanos	14	4,6
Otras nacionalidades específicas asiáticas (en general)	10	4,6
islamistas	9	3,6
Nigerianos	5	3,6
Argentinos	3	3,6

Refugiados	8	2,6
Senegaleses	7	2,6
Otras nacionalidades subsaharianas	7	2,6
Bolivianos	3	2,1
Alemania	5	1,5
Referencias a personas conocidas (familia)	4	1,5
Otras nacionalidades específicas de países del Este de Europa	3	1,5
Bulgaria	3	1,5
Búlgaros	2	1,5
Sirios	3	1

Los testimonios recogidos en el *focus group* ayudan a contextualizar estos resultados. Una participante (chica, 15 años) señalaba: “*Las primeras palabras que me vienen a la mente cuando pienso en inmigración son pateras y tristeza*”, mientras otra (chica, 16 años) decía: “*Los inmigrantes vienen a buscar una vida mejor, pero no todos lo consiguen*”. Estas frases muestran que, aunque hay algo de empatía hacia quienes migran, sigue predominando una visión muy negativa y dramática del fenómeno migratorio. Por su parte, un chico de 17 años afirmaba: “*A muchos inmigrantes africanos no les gusta que digamos moros, pero yo lo digo igual*”, lo que pone de relieve la naturalización de términos estigmatizantes y la resistencia a cuestionar su uso.

Asimismo, la percepción subjetiva sobre el volumen de inmigración en España (P4) ofrece una aproximación al nivel de aceptación o preocupación que el fenómeno genera entre las y los adolescentes. En este caso, se pidió al alumnado que valorara si el número de personas inmigrantes en España es, en su opinión, muy bajo, aceptable, elevado o excesivo. Los resultados indican que una amplia mayoría (88,7%) considera que hay un número elevado (39,5%) o excesivo (49,2%) de personas inmigrantes en el país (ver Cuadro 4). Tan sólo un 10,3% considera que la cifra es adecuada y apenas un 1% piensa que es muy baja y que debería haber más inmigración. Esta última postura resulta claramente minoritaria y se registra exclusivamente entre las chicas. En este sentido, el análisis por sexo revela diferencias significativas ($p = 0,007$) que permiten matizar esta percepción generalizada de “sobrecarga” migratoria. Mientras que un 52% de las chicas cree que hay un número elevado de inmigrantes, sin llegar a considerarlo excesivo, esta cifra baja al 31,7% entre los chicos. Por el contrario, un 56,7% de los varones califica la presencia migrante como “excesiva”, frente al 37,3% de las chicas. Este patrón sugiere que, aunque ambos grupos comparten una visión de que hay más inmigración de la deseada, las adolescentes tienden a expresarlo en términos más moderados, mientras que los chicos se alinean con posturas más tajantes. Este resultado está en consonancia con lo encontrados en preguntas anteriores.

Cuadro 4. Percepción cantidad de inmigrantes en España

P4. En tu opinión, ¿el número de inmigrantes que hay actualmente en España es...?

Respuesta	Total (n=195)		Mujeres (n=75)		Hombres (n=120)		Test diferencias	
	n	%	n	%	n	%	Chi2	p valor
Muy bajo (sería mejor que hubiera más inmigrantes).	2	1,0%	2	2,7%	0	0,0%	12,14**	0,007
Aceptable, está bien.	20	10,3%	6	8,0%	14	11,7%		
Elevado número de inmigrantes.	77	39,5%	39	52,0%	38	31,7%		
Excesivo número de inmigrantes.	96	49,2%	28	37,3%	68	56,7%		

Nota: Estadístico Chi2 con corrección de continuidad. ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

Desde una perspectiva cualitativa, el *focus group* ayuda a ilustrar el contenido de estas percepciones. Una participante (chica, 15 años) comentó: “Ahora hay más gente extranjera... antes venía gente a molestar... ocupas en las casas”, reflejando una asociación entre inmigración y ocupación de viviendas, un tema presente en discursos mediáticos y políticos recientes. Por su parte, un chico de 16 años afirmó: “Ahora hay demasiados inmigrantes, madre mía” lo que evidencia una vivencia emocional de saturación o alarma. En conjunto, los resultados de esta pregunta muestran cómo la sobrestimación del volumen de personas inmigrantes se ha instalado en el imaginario juvenil, reforzada por narrativas que vinculan el fenómeno con amenaza, conflicto o desorden. Este patrón no es exclusivo del caso español, ya que estudios en otros países europeos han identificado dinámicas similares. Por ejemplo, en Eslovaquia se ha observado cómo la percepción de amenaza mediada por normas sociales hostiles contribuye a actitudes negativas hacia la inmigración entre adolescentes, incluso en contextos con baja presencia real de población migrante (Poslon et al., 2024).

Finalmente, la última pregunta de este bloque (P5) se centró en evaluar el impacto percibido de la inmigración en distintos ámbitos (económico, laboral, cultural y de convivencia) mediante una escala bipolar. Este tipo de pregunta ha permitido al alumnado posicionarse entre dos polos opuestos de cada dimensión (p. ej., “quita empleos” frente a “genera empleos”), lo que facilita no sólo identificar la orientación general de sus actitudes, sino también la intensidad con la que estas se manifiestan. Los resultados muestran que (ver Cuadro 5), en todos los ítems, las puntuaciones medias se sitúan por debajo del punto medio de la escala (4), lo que indica una tendencia general a valorar de forma negativa el impacto de la inmigración, aunque sin llegar a posiciones extremas. El juicio más desfavorable se registra en relación con el uso de recursos públicos ya que la media fue de 2,81 en la

escala que contrasta “se aprovechan de los recursos públicos” con “contribuyen a los recursos públicos”. Le sigue el ítem sobre convivencia, con una media de 2,95, y el impacto económico (3,43) y cultural (3,36), también valorados de forma más crítica que positiva. El ítem laboral (“quita empleos” vs. “genera empleos”) obtuvo una media de 3,51, la más cercana al punto medio, lo que sugiere una percepción algo menos polarizada en este ámbito.

Cuadro 5. Percepción cantidad de inmigrantes en España

P5. Marca en cada una de las siguientes afirmaciones el número que mejor refleje tu opinión sobre el impacto de la inmigración en nuestro país. Cuanto más te acerques al 1 o al 7 más de acuerdo estás con la versión de la columna de la izquierda (1) o la derecha (7)

Atributos negativos	1	2	3	4 (neutral)	5	6	7	Atributos positivos
Quita empleos			3,51					Genera empleos
Es mala para la economía			3,43					Es buena para la economía
Se aprovechan de los recursos públicos		2,81						Contribuyen a los recursos públicos
Perjudica la vida cultural			3,36					Enriquece la vida cultural
Dificulta la convivencia		2,95						Facilita la convivencia

En cuanto a las diferencias por sexo, los datos muestran una tendencia compartida entre chicos y chicas hacia una actitud crítica o ambivalente respecto al impacto de la inmigración ya que no existen diferencias significativas.

En contraste con la tendencia general a valorar de forma crítica el impacto de la inmigración, algunos discursos recogidos en el *focus group* mostraron un tono más positivo, probablemente influenciados por el hecho de que varias y varios participantes eran de origen migrante. Un participante (chico, 18 años) señalaba: “Pues qué quieres que te diga, yo nunca he visto un español trabajando en el campo. La mayoría son africanos o latinoamericanos”, reconociendo el papel estructural que desempeña la población inmigrante en determinados sectores laborales. En la misma línea, una chica de 18 años afirmaba: “Si no fuera por los extranjeros, tendríamos un problema con la población, porque en España nacen muchos menos bebés de los que se necesitan”, destacando así el aporte demográfico y económico de la inmigración. También se recogieron expresiones que reflejan experiencias de convivencia cotidiana marcadas por el respeto intercultural. Una adolescente argelina (16 años) comentaba: “La empatía es muy importante. Nosotros estamos en Ramadán y nuestros amigos no comen delante nuestra porque respetan nuestras tradiciones”, a lo que

una compañera española respondía: “*Nosotros hacemos lo mismo con la Navidad*”. Estos intercambios dan cuenta de prácticas de reconocimiento mutuo que, si bien no son mayoritarias en los datos cuantitativos, forman parte de las vivencias personales de algunos y algunas adolescentes. Dado el carácter exploratorio del estudio, estas voces no pueden considerarse representativas del conjunto del alumnado, pero sí pueden permitir identificar matices relevantes.

Fuentes de información

Uno de los factores clave en la configuración de las actitudes hacia la inmigración es el modo en que las y los adolescentes acceden, interpretan y valoran la información disponible sobre este fenómeno (Poslon et al., 2024; Vissenberg et al., 2021). Este bloque del estudio se centra en analizar los canales, contextos y procesos mediante los cuales la juventud se informa sobre inmigración, así como en identificar las emociones que dicho consumo informativo despierta y las prácticas críticas que pueden acompañarlo. De forma específica, se exploran las conversaciones que las y los jóvenes mantienen sobre inmigración en diferentes entornos sociales y comunicativos (P6), como una primera aproximación a su nivel de exposición y al papel que desempeña la interacción cotidiana en la construcción de opiniones. A continuación, se identifican las principales fuentes informativas a las que recurren para acceder a contenidos sobre inmigración (P7), y se evalúa el grado de credibilidad que asignan a cada una de ellas (P8). El bloque también aborda las emociones que las noticias sobre inmigración generan en este colectivo (P9), lo cual permite comprender los componentes afectivos que pueden estar modulando sus actitudes (Theorin, 2021). Finalmente, se indagan los hábitos de verificación de la información (P10, P11 y P12), con el objetivo de conocer en qué medida contrastan lo que consumen, qué criterios emplean para hacerlo y qué fuentes consideran más útiles o fiables en ese proceso.

La primera aproximación a los canales de socialización informativa sobre inmigración se abordó a través de la pregunta P6, centrada en la frecuencia con la que las y los adolescentes hablan sobre este tema en distintos contextos. Los resultados muestran que los entornos informales son los principales espacios de conversación sobre inmigración (ver Cuadro 6). El contexto más mencionado es el de las amistades ($M = 3,94$), seguido por la familia ($M = 3,71$) y el instituto ($M = 3,51$). En cambio, las redes sociales ($M = 2,67$) y las actividades extracurriculares ($M = 2,31$) aparecen como espacios poco utilizados para tratar este tipo de temas. No se observaron diferencias estadísticamente significativas entre chicas y chicos en ninguno de los contextos analizados.

Cuadro 6. Canales de socialización informativa sobre inmigración

P6. ¿Con qué frecuencia hablas sobre temas de inmigración en los siguientes contextos? (1. Nunca – 7. Siempre)

Respuesta	Total (n=195)		Mujeres (n=75)		Hombres (n=120)		Test diferencias	
	Media	D.T.	Media	D.T.	Media	D.T.	t Student	p valor
Con amigos/as	3,94	1,78	3,65	2,06	4,13	1,55	-1,814	0,071
Con tu familia	3,71	1,59	3,81	1,81	3,64	1,44	0,731	0,466
En el instituto (con compañeros/as o profesores/as)	3,51	1,78	3,63	2,01	3,44	1,63	0,704	0,482
En redes sociales	2,67	1,86	2,64	1,96	2,68	1,79	-0,158	0,874
En actividades extracurriculares (deportes, clubes, asociaciones, etc.)	2,31	1,56	2,31	1,71	2,31	1,47	-0,007	0,994

Nota: ** p < 0,01, * p < 0,05

Desde el enfoque cualitativo, el *focus group* permite enriquecer esta lectura. En el ámbito familiar, algunas chicas señalaron la existencia de actitudes discriminatorias en generaciones adultas. Una adolescente de 15 años comentaba: “Hay más xenofobia y discriminación que racismo. No tanto en gente de nuestra edad sino gente como mi madre o mi tía”. Otra (16 años) apuntaba: “Las personas mayores que no conocen personas de otras culturas... entre ellos hay más discriminación”. Estos comentarios muestran que la familia no solo transmite opiniones sobre inmigración, sino que también puede ser un espacio donde se cuestionan ideas excluyentes (Miklikowska, 2017). En el contexto de las amistades, un chico de 16 años afirmaba: “Yo, pues igual que con un latino, un gitano... para mí me da igual. Yo no veo esa diferencia”, expresando una postura de indiferencia hacia el origen étnico. Aunque estas expresiones no son generalizables, y hay que recordar el posible sesgo de resultado por el tipo de participante, sí indican la existencia de relaciones interpersonales que favorecen la convivencia y el reconocimiento. En redes sociales, donde la conversación sobre inmigración parece ser menos frecuente según indican nuestros resultados, una participante (chica, 16 años) relató: “Sí que lo intento contrastar, intento contrastarlo en TikTok con otros perfiles, para ver si no se lo dices a esa persona o esa cuenta, también lo dicen varios”. Esta frase anticipa la importancia que puede tener la verificación en entornos digitales, un aspecto que se desarrolla con mayor profundidad en las siguientes preguntas del bloque.

Por otro lado, la identificación de las principales fuentes informativas sobre inmigración utilizadas por las y los adolescentes (P7) ofrece una visión clara de los canales a través de los cuales se construyen sus opiniones y creencias sobre este fenómeno. Los resultados muestran un predominio de fuentes informales y digitales (ver Cuadro 7). La categoría “otras fuentes”, sin especificación concreta, fue la más mencionada (86,0%), seguida muy de cerca por las redes sociales

(80,8%) y la televisión (75,1%). Esta combinación sugiere una coexistencia entre medios tradicionales y plataformas digitales. Es importante resaltar que el uso intensivo de redes sociales, en particular, no siempre se acompaña de pensamiento crítico. Por ejemplo, un estudio con más de 1.500 adolescentes mostró que solo quienes tenían hábitos activos de verificación de fuentes y conciencia sobre los algoritmos desarrollaban mayor capacidad crítica frente a las noticias (Ku et al., 2019). Prácticamente la mitad del alumnado encuestado en el presente estudio (49,2%) también señaló a familiares y amistades como fuente de información, lo que destaca el papel del entorno personal en la formación de percepciones sobre la inmigración (Gniewosz y Noack, 2015; van Zalk et al., 2013). En cambio, el uso de medios especializados o con mayor profundidad informativa es significativamente menor. Sólo un 22,8% recurre a periódicos digitales, un 9,8% menciona blogs o foros, y otro 9,8% indica la radio. Estos datos podrían reflejar tanto una baja accesibilidad como un escaso interés por formatos más elaborados o reflexivos. Esta tendencia ha sido observada también en otros contextos europeos. Por ejemplo, un estudio en Finlandia mostró que muchos adolescentes consumen noticias de manera pasiva, principalmente a través de redes sociales, y muestran poco interés por medios como la prensa digital o la radio, lo cual reduce su exposición a contenidos informativos de calidad y dificulta la evaluación crítica de las noticias (Sormanen et al., 2022). Finalmente, un 31,1% señaló el consumo de podcasts o vídeos en plataformas, lo que pone de manifiesto la preferencia por contenidos audiovisuales y de consumo asincrónico, como los que ofrecen YouTube o Spotify. Diversos estudios confirman esta tendencia ya que encuentran que las y los adolescentes muestran una clara preferencia por acceder a contenidos en formato vídeo a través del teléfono móvil, con un papel destacado de plataformas como YouTube en su forma de informarse y mantenerse actualizados (p. ej., Lowenstein-Barkai y Lev-on, 2022; Pires et al., 2022). El análisis por sexo revela patrones similares entre chicas y chicos sin diferencias significativas.

Cuadro 7. Fuentes informativas sobre inmigración utilizadas

P7. ¿Cuáles son las principales fuentes de información que usas para informarte sobre temas de actualidad relacionados con la inmigración? (Selecciona Max. 3 opciones que correspondan)

Categoría	Frecuencia mención	% participantes mención
Otras fuentes*	213	86
Redes sociales	156	80,8
Televisión	145	75,1
Amigos o familiares	95	49,2
Podcasts o vídeos en plataformas	60	31,1
Periódicos online	44	22,8

Blogs o foros	19	9,8
Radio	19	9,8

El *focus group* permite contextualizar críticamente estos resultados. Varias personas participantes manifestaron que el contenido sobre inmigración en redes sociales aparece sin que lo busquen de forma activa. Una chica de 16 años afirmaba: “Yo, por ejemplo, no la busco en redes sociales, y es lo que más me sale”, y otro varón de 15 años coincidía en que “todo el rato sale en las redes sociales: TikTok, Instagram, Twitter... me salen como noticias negativas sobre inmigración sin yo buscarlo”, idea apoyada por una chica de la misma edad. Estas declaraciones muestran un consumo más bien pasivo, marcado por lo que sugieren los algoritmos, lo que reduce la posibilidad de elegir activamente el tipo de mensajes o contenidos que se reciben. Respecto a la televisión, un chico de 16 años afirmaba: “A veces las noticias en televisión solo sacan noticias malas de los inmigrantes”, y otro añadía: “Los medios de comunicación tienen mucha culpa de la imagen negativa de los inmigrantes en España”. Estos testimonios muestran que empieza a haber una mirada crítica sobre cómo los medios tratan la inmigración, lo que podría ser un buen punto de partida para aprender a informarse mejor.

Después de analizar las fuentes que las y los adolescentes utilizan para informarse sobre temas relacionados con la inmigración, resultaba fundamental comprender también el nivel de confianza que depositan en ellas. La pregunta P8 abordó este aspecto con el objetivo de conocer no sólo qué canales informativos consumen, sino también en qué medida consideran creíble la información que reciben a través de dichos medios. Esta dimensión resulta clave para interpretar el papel que juegan las distintas fuentes en la formación de opiniones y actitudes hacia la inmigración (Schweiger y Cress, 2019). En general, los resultados muestran un nivel de confianza moderado hacia todas las fuentes analizadas, sin que ninguna destaque claramente por su alta credibilidad (ver Cuadro 8). Las fuentes mejor valoradas son los amigos o familiares (M = 4,52), la televisión (M = 4,34) y la radio (M = 4,29), seguidas de los podcasts o vídeos en plataformas (M = 4,13) y los periódicos online (M = 4,01). En la parte baja del conjunto de fuentes evaluadas se encuentran las redes sociales (M = 3,73) y los blogs o foros (M = 3,69), que, si bien superan ligeramente el punto medio de la escala, reflejan una confianza más contenida respecto a medios abiertos y menos regulados. Esta valoración sugiere un grado moderado de escepticismo, aunque no una desconfianza generalizada.

Cuadro 8. Credibilidad fuentes de información

P8. ¿Qué tan creíbles consideras las siguientes fuentes de información para informarte sobre temas de actualidad relacionados con la inmigración? (1. Nada creíble – 7. Totalmente creíble)

Respuestas	Total (n=195)		Mujeres (n=75)		Hombres (n=120)		Test diferencias	
	Media	D.T.	Media	D.T.	Media	D.T.	t Student	p valor
Televisión	4,34	1,95	4,91	1,68	3,98	2,02	3,31**	0,01
Amigos o familiares	4,52	1,59	4,63	1,67	4,45	1,55	0,75	0,45
Radio	4,29	1,57	4,61	1,68	4,09	1,47	2,28*	0,02
Periódicos online	4,01	1,64	4,32	1,70	3,82	1,57	2,11*	0,04
Podcasts o vídeos en plataformas (YouTube, Spotify, etc.)	4,13	1,43	4,25	1,59	4,05	1,33	0,97	0,34
Redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook, TikTok, etc.)	3,73	1,68	4,13	1,92	3,48	1,47	2,67**	0,01
Blogs o foros	3,69	1,50	3,76	1,74	3,64	1,33	0,54	0,59

Nota: ** $p < 0,01$, * $p < 0,05$

El análisis por sexo revela diferencias estadísticamente significativas en cuatro fuentes: televisión, radio, periódicos online y redes sociales. En todos estos casos, las mujeres atribuyen mayor credibilidad que los hombres, destacando especialmente en televisión ($M = 4,91$ vs. $3,98$) y redes sociales ($M = 4,13$ vs. $3,48$). Este patrón sugiere que las adolescentes tienden a confiar más en las fuentes informativas, mientras que los chicos muestran una actitud más escéptica. Esta diferencia podría deberse a factores como la percepción del sesgo mediático o la sensibilidad hacia las narrativas sociales (Freeman et al., 2023). Sería necesario profundizar en futuras investigaciones para comprender mejor esta dimensión de la información.

El *focus group* contribuye a contextualizar estas valoraciones. Aunque las redes sociales son una fuente muy utilizada, no siempre se consideran fiables. Una adolescente de 16 años afirmaba: “Yo, por ejemplo, no la busco en redes sociales, y es lo que más me sale”, y otro varón de 15 años compartía: “Todo el rato sale en las redes sociales: TikTok, Instagram, Twitter... me salen como noticias negativas sobre inmigración sin yo buscarlo”, idea apoyada por una chica de la misma edad. Estas declaraciones reflejan una percepción de sobreexposición y de falta de control sobre el tipo de contenido recibido, como ya se ha indicado anteriormente, lo que puede explicar el menor nivel de credibilidad atribuido a estas plataformas en la encuesta. En cuanto a los medios tradicionales, un chico de 16 años comentaba: “Los medios de comunicación tienen mucha culpa de la imagen negativa

de los inmigrantes en España”, lo que pone de relieve una visión crítica hacia el tratamiento mediático de la inmigración, incluso en fuentes que gozan de cierta confianza como la televisión o la radio.

Asimismo, la pregunta P9 abordó la dimensión emocional del consumo informativo sobre inmigración, preguntando al alumnado cómo les hacen sentir, en general, las noticias que reciben sobre este tema. En este sentido, comprender el impacto emocional que tienen las noticias sobre inmigración entre los adolescentes es clave porque la manera en que se experimenta afectivamente la información puede influir en la forma en que esta se interpreta, se recuerda y se comparte (Theorin, 2021). El patrón general revela una predominancia de respuestas emocionales negativas (ver Cuadro 9). La emoción más mencionada fue la preocupación (M = 4,33), seguida de la ira (M = 3,76) y el hartazgo (M = 3,69). En contraste, emociones positivas como la empatía (M = 3,19), el interés (M = 3,17) o la esperanza (M = 2,71) obtuvieron puntuaciones más bajas, lo que sugiere una vivencia informativa cargada de malestar o saturación emocional frente a contenidos sobre inmigración. Este predominio de emociones negativas se ha observado también en otros estudios, como el realizado en Alemania con datos representativos, donde se encontró que la ira, la tristeza y el miedo están estrechamente relacionados con las preocupaciones sobre inmigración y predicen actitudes más excluyentes y apoyo a partidos de extrema derecha (Deole y Huang, 2024). El análisis por sexo no muestra diferencias significativas en los resultados de esta pregunta.

Cuadro 9. Credibilidad fuentes de información

P9. En general, ¿qué sentimientos te producen las noticias que recibes sobre inmigración?

(1 = No describe bien mis sentimientos en absoluto – 7 = Describe muy bien mis sentimientos (4 = neutral))

Respuesta	Total (n=195)		Mujeres (n=75)		Hombres (n=120)		Test diferencias	
	Media	D.T.	Media	D.T.	Media	D.T.	t Student	p valor
Preocupación	4,33	2,13	3,99	2,22	4,55	2,05	-1,81	0,07
Ira	3,76	2,21	3,47	2,27	3,95	2,16	-1,49	0,14
Hartazgo	3,69	2,02	3,48	2,09	3,83	1,97	-1,16	0,25
Pena	3,34	1,93	3,69	1,95	3,13	1,89	2,02*	0,045
Empatía	3,19	1,79	3,35	1,83	3,08	1,76	0,99	0,32
Interés	3,17	1,84	3,40	1,92	3,03	1,78	1,36	0,18

Esperanza	2,71	1,65	2,84	1,67	2,63	1,64	0,87	0,38
-----------	------	------	------	------	------	------	------	------

** p < 0,01, * p < 0,05

El *focus group* ayuda a entender el contenido emocional que evocan estas noticias. Una chica de 15 años afirmaba: “Las primeras palabras que me vienen a la mente cuando pienso en inmigración son pateras y tristeza”, mientras otra, de 16 años, señalaba: “Los inmigrantes vienen a buscar una vida mejor, pero no todos lo consiguen”. Estas frases reflejan sentimientos de pena y desazón. Por su parte, un chico de 16 años expresaba su irritación con el tratamiento mediático: “Siempre sacan lo malo de los inmigrantes. A veces cansa”, y otro (17 años) apuntaba: “Hay muchos políticos y muchos partidos que dicen cosas que, para ser políticos, no deberían decirlos... como exageraciones, mentiras y noticias falsas”, manifestando indignación ante discursos públicos percibidos como injustos.

Finalmente, en un contexto mediático marcado por la sobreabundancia de información y la circulación constante de contenidos desinformativos o *fake news* (Shu et al., 2020), resulta especialmente relevante analizar cómo se enfrenta la adolescencia a este fenómeno. Los y las adolescentes, debido a su limitada experiencia y a un pensamiento crítico aún en desarrollo, son particularmente vulnerables a este tipo de contenidos, ya que, aunque reconocen la existencia de la desinformación, suelen tener dificultades tanto para identificarla como para recordarla con precisión (Papapicco et al., 2022). Por ello, resulta crucial conocer en qué medida la población adolescente pone en práctica estrategias de verificación al consumir noticias relacionadas con la inmigración. Estas prácticas permiten valorar no sólo el nivel de pensamiento crítico, sino también la autonomía informativa ante discursos sesgados o manipulados (Ku et al., 2019). Por ello, las preguntas siguientes (P10, P11 y P12) se centraron en conocer si suelen verificar la información que reciben sobre inmigración, qué criterios emplean para valorar su fiabilidad y a qué fuentes recurren para contrastarla.

La P10 funcionó como una pregunta filtro, en la que se preguntó directamente si el alumnado suele contrastar la información que recibe sobre inmigración. Sólo el 15,38% del total (n = 30) respondió que nunca lo hacía. Sin embargo, únicamente el 27,7% del total (n = 54) indicó que verifica la información entre *frecuentemente* y *siempre*, lo que indica que esta práctica no está generalizada. No se encontraron diferencias significativas por sexo. Estos resultados revelan una baja implantación de hábitos sistemáticos de verificación, en línea con lo observado en otros estudios europeos. Por ejemplo, en una encuesta realizada en Rumanía, sólo un 34% de los y las adolescentes declaró verificar habitualmente la información que recibe en redes sociales, a pesar de considerarse capaces de detectar noticias falsas (Corbu et al., 2021). De forma similar, en un estudio con adolescentes noruegos se observó que muy pocos contrastan activamente lo que consumen; en su lugar, tienden a

basarse en la intuición, en reacciones emocionales o en lo que comparten sus amistades (Selnes, 2024).

Cuadro 10. Porcentaje de personas que contrastan la información que reciben sobre inmigración

P10. ¿Con qué frecuencia dudas de una noticia o información sobre inmigración y buscas más información para saber si la noticia que has leído (por ejemplo, en redes sociales) es cierta o no (es decir, contrastas la información) mirando otras fuentes de información (por ejemplo, con periódicos online)?

	1 = Nunca	2 = Muy raramente	3 = Raramente	4 = Ocasionalmente	5 = Frecuentemente	6 = Muy frecuentemente	7 = Siempre
n	30	33	31	47	30	11	13
%	15,4%	16,9%	15,9%	24,1%	15,4%	5,6%	6,7%

Entre quienes dijeron que sí suelen verificar la información, aunque sea de forma ocasional (n = 165), la pregunta P11 indagó qué fuentes utilizan para contrastar lo que reciben sobre inmigración (ver Cuadro 11). Las redes sociales fueron la opción más mencionada (55,2%), seguidas por familiares (44,8%) y amistades (41,2%). También destacaron las opiniones de personas expertas (39,4%) y los medios internacionales (35,2%) y nacionales (33,3%). En cambio, fuentes más especializadas, como plataformas de verificación de hechos (18,2%) o blogs y foros (13,3%), tuvieron mucha menos presencia. Estos resultados muestran que, aunque existe una cierta intención de contrastar la información, muchas veces se recurre a fuentes informales o populares, y se hace un uso muy limitado de herramientas diseñadas específicamente para comprobar la veracidad de los contenidos. Si se observan las diferencias por sexo, también aparecen algunos matices. En ambos casos, las redes sociales son la fuente más consultada, pero los chicos mencionan con más frecuencia a sus familiares, amistades y a personas expertas. En cambio, las chicas tienden a usar una combinación más variada de fuentes, incluyendo redes sociales, medios internacionales y nacionales, además de familiares, amistades y personas expertas. Esto podría indicar una mayor diversidad en los criterios de verificación por parte de las chicas, aunque no siempre se traduzca en una evaluación más crítica.

Cuadro 11. Fuentes de información utilizadas para contrastar la información sobre inmigración

P11. ¿Qué tipo de fuentes de información utilizas para contrastar dicha información?

Categoría	Frecuencia mención	Participantes mencionan	% participantes mención
Redes sociales	91	91	55,2
Familiares	74	74	44,8
Amigos/as	68	68	41,2
Opiniones de expertos	65	65	39,4
Medios internacionales	58	58	35,2
Medios nacionales	55	55	33,3
Sitios de verificación de hechos (<i>fact-checking</i>)	30	30	18,2
Blogs y foros	22	22	13,3
Medios de tu país de origen (sólo si eres inmigrante)	21	21	12,7
Otras fuentes:	21	21	12,7

La P12 preguntó en qué situaciones las y los adolescentes suelen buscar más información para comprobar si una noticia sobre inmigración es verdadera (ver Cuadro 12). La opción más mencionada fue cuando la información parece un bulo, con un 50,9 % de respuestas, seguida muy de cerca por cuando se trata de un tema importante y quieren asegurarse de que es cierto, con un 48,5 %. También destacan situaciones como cuando la información parece poco objetiva o cuando se desconfía de la fuente original, ambas con un 43 %. Otras personas dijeron que verifican cuando alguien más pone en duda la noticia, lo que ocurrió en un 26,7 % de los casos. Solo un 12,1 % mencionó motivos distintos. Estos datos muestran que, aunque existen varios motivos para contrastar la información, la desconfianza surge sobre todo cuando la noticia llama la atención por parecer falsa o por tocar temas sensibles. Aun así, se observa que muchas veces las comprobaciones no se basan en criterios sistemáticos, sino más bien en señales percibidas de forma intuitiva, lo que puede limitar la profundidad del análisis crítico (Herrero-Diz et al., 2021; Pennycook y Rand, 2021).

Cuadro 12. Porcentaje de personas que contrastan la información que reciben sobre inmigración

P12. ¿En qué situaciones sueles buscar más información para comprobar si una noticia sobre inmigración es verdadera? (Marca todas las opciones que correspondan)

Categoría	Frecuencia mención	% participantes mención
Cuando la información parece un bulo.	84	50,9
Cuando es un tema importante y quiero asegurarme de su veracidad.	80	48,5

Cuando la información parece poco objetiva.	71	43
Cuando desconfío de la fuente original.	71	43
Cuando otras personas la ponen en duda.	44	26,7
En otros casos (escribelo):	20	12,1

Al observar las respuestas según el sexo, se ven algunas diferencias relevantes. Tanto chicas como chicos dicen que contrastan la información cuando el tema les parece importante o cuando sospechan que puede ser un bulo, con porcentajes similares. Sin embargo, las chicas destacan por hacerlo más cuando perciben que la información no es objetiva, lo que muestra una mayor sensibilidad ante posibles sesgos. En cambio, los chicos tienden a desconfiar más de la fuente original, con un 41,1 % frente al 27,6 % de las chicas. Esto sugiere que los chicos prestan más atención a quién publica la información, mientras que las chicas se fijan más en cómo está contada.

Los testimonios recogidos en el *focus group* ayudan a contextualizar estos resultados. Una chica de 16 años describía así su forma de verificar información en redes: “*Sí que lo intento contrastar, intento contrastarlo en TikTok con otros perfiles, para ver si no se lo dices a esa persona o esa cuenta, también lo dicen varios*”. Esta frase muestra que algunas personas comprueban la información fijándose en si se repite mucho en redes, en lugar de revisar quién la publica o buscar si es verdadera.

Redes sociales y discursos sobre inmigración

La configuración de discursos sobre inmigración en la adolescencia no sólo está mediada por el acceso a la información y su credibilidad, sino también por los entornos donde esta se produce, se comparte y se comenta. En este sentido, investigaciones recientes han mostrado que las redes sociales funcionan como un nuevo espacio público para las y los adolescentes, donde interactúan, comparten contenidos y participan activamente en la formación de opiniones sobre temas sociales relevantes (Guan, 2024). Este fenómeno se ha visto muchas veces en redes como Facebook, donde los mensajes racistas o contra la inmigración se refuerzan entre los propios usuarios, hasta que acaban pareciendo normales y cargados de emoción (Ekman, 2019). Es por ello, que en el siguiente bloque de preguntas (P13-17), se pretende explorar cómo participan activamente en la reproducción de estos discursos.

Las preguntas P13 y P14 permiten entender cómo se relacionan las y los adolescentes con los discursos sobre inmigración en redes sociales, tanto desde sus patrones generales de uso como desde sus formas de interacción con contenidos vinculados a este tema. En cuanto al uso general de

plataformas (P13), los datos confirman una fuerte presencia en redes centradas en la comunicación rápida y el contenido visual (ver Cuadro 13). WhatsApp (M = 5,76), Instagram (M = 5,50), TikTok (M = 5,30) y YouTube (M = 4,93) encabezan la lista, mientras que plataformas como Facebook (M = 1,77) o Snapchat (M = 1,82) muestran un uso mucho más reducido. El análisis por sexo revela diferencias relevantes ya que las chicas utilizan más Instagram (M = 6,12 frente a 5,12; p = 0,001), Facebook (M = 2,04 frente a 1,60; p = 0,05) y Snapchat (M = 2,15 frente a 1,61; p = 0,012), mientras que los chicos destacan en Twitch (M = 2,84 frente a 2,13; p = 0,01). Estas diferencias reflejan formas de relación diferenciadas con el entorno digital que podrían influir en los tipos de contenidos a los que se exponen, así como en la naturaleza de su participación en debates sociales.

Cuadro 13. Uso de redes sociales

P13. ¿En qué medida utilizas las siguientes redes sociales? (1. Nunca – 7. Siempre)

Respuesta	Total (n=195)	
	Media	D.T.
WhatsApp	5,76	1,25
Twitter (actualmente X)	2,34	1,84
Instagram	5,50	1,90
TikTok	5,30	2,12
Facebook	1,77	1,54
Youtube	4,93	1,46
Snapchat	1,82	1,47
Twitch	2,57	1,89

La P14 complementa esta información al indagar sobre la frecuencia con la que interactúan con publicaciones sobre inmigración en estas redes sociales. En general, los niveles de interacción con contenidos sobre inmigración en estas aplicaciones son bajos (ver Cuadro 14), lo que sugiere una cierta pasividad o cautela ante este tipo de contenidos. La acción más frecuente es dar "me gusta" (M = 2,94), seguida por compartir (M = 2,32) y comentar (M = 2,07). Generar contenido propio (M = 1,70) o denunciar publicaciones (M = 1,87) son prácticas poco habituales. Resultados similares se han encontrado en estudios previos (p.ej., Andrade et al., 2018), donde se observó que las interacciones más comunes en redes sociales eran también de carácter pasivo, centradas en el consumo visual y los "me gusta", mientras que la creación o difusión activa de contenidos era mucho menos frecuente. Estos datos refuerzan la idea de que, incluso entre jóvenes familiarizados con el entorno digital, el grado de implicación activa frente a determinados temas sociales sigue siendo limitado. De nuevo, se observan diferencias por sexo ya que las chicas dan más "me gusta" (M = 3,47 frente a 2,61;

p = 0,004) y comentan más que los chicos (M = 2,45 frente a 1,83; p = 0,018). Aunque en general se participa poco, las chicas parecen implicarse más a nivel emocional y en lo que dicen. Comentar, por ejemplo, implica pensar más lo que se quiere decir y exponerse públicamente, lo que refuerza esta idea.

Cuadro 14. Uso de redes sociales

P14. ¿Con qué frecuencia interactúas o reaccionas con publicaciones sobre inmigración en redes sociales? (1. Nunca – 7. Siempre)

Respuesta	Total (n=195)	
	Media	D.T.
... dando "me gusta"?	2,94	2,04
... comentando?	2,07	1,81
... compartiendo?	2,32	1,72
...compartiendo y generando contenido propio?	1,70	1,45
... denunciando, bloqueando?	1,87	1,62

Los testimonios cualitativos ayudan a comprender el carácter contenido de esta participación. Un chico de 18 años señalaba: *“A veces me dan ganas de comentar, pero no lo hago porque sé que puede haber problemas”*, mientras una chica de 17 añadía: *“Si digo algo, igual alguien se me echa encima. Hay temas que es mejor no tocar”*. Estas frases revelan una percepción de riesgo asociada a intervenir públicamente en debates sobre inmigración, lo que podría explicar la baja frecuencia de acciones como comentar, denunciar o crear contenido propio. Esta cautela también ha sido observada en otros estudios, donde se documenta que muchos adolescentes prefieren limitar su participación activa en redes cuando anticipan posibles conflictos, juicios sociales o consecuencias negativas para su imagen pública (p. ej., Course-Choi, 2019).

Siguiendo con la pregunta anterior, el estudio también quiso entender qué tipos de mensajes sobre inmigración son mejor o peor recibidos por los y las adolescentes. Esto ayuda a ver en qué ambiente se forman sus opiniones y qué narrativas se aceptan o se cuestionan en redes sociales. Es por ello, que las preguntas P15 y P16 permiten explorar el grado de acuerdo con mensajes de carácter excluyente o inclusivo, así como la disposición a compartirlos en redes sociales.

Los resultados de la P15 muestran un nivel moderado de acuerdo con afirmaciones de tono xenófobo (ver Cuadro 15). El ítem con mayor acuerdo fue: *“No es justo que personas de fuera estén robando nuestros recursos, deberían ser expulsadas de inmediato”* (M = 4,24), seguido por *“Si permitimos que*

sigan entrando, acabaremos perdiendo todo lo que es nuestro” (M = 4,12) y *“Los inmigrantes son responsables de la mayoría de los delitos”* (M = 4,08). Estos resultados muestran que muchas de las ideas que tienen las y los adolescentes sobre la inmigración siguen estando marcadas por estereotipos negativos. No es una sorpresa, ya que otros estudios han comprobado que durante esta etapa pueden consolidarse discursos excluyentes, especialmente cuando se comparten en entornos sociales que los validan sin cuestionarlos. Investigaciones longitudinales han observado que estas actitudes pueden reforzarse dentro de los grupos de amistades, donde se tiende a repetir lo que se considera aceptado por el grupo (van Zalk et al., 2013). Este tipo de ideas conecta con frases muy presentes en el discurso público europeo, como *“nos están quitando lo nuestro”* o *“hay que recuperar nuestro país”*, que se utilizan habitualmente para movilizar el rechazo hacia quienes vienen de fuera (Musolff, 2019). En cambio, la probabilidad de compartir estos mensajes en redes es claramente baja, con medias que oscilan entre 2,23 y 2,71 (ver Cuadro 15). Esta diferencia entre lo que se piensa y lo que se hace puede deberse a varios factores, como el miedo a lo que puedan pensar los demás, las normas que marcan lo que es aceptable decir en redes y el hecho de que se trata de un tema delicado (La Roi et al., 2020). Por sexo, no se observaron diferencias significativas ni en el acuerdo ni en la probabilidad de compartir.

Cuadro 15. Discursos negativos sobre inmigración

P15. A continuación, se presentan una serie de afirmaciones relacionadas con la inmigración. Por favor, indica en qué medida estás de acuerdo con cada afirmación en la primera columna (1. Totalmente en desacuerdo – 7. Totalmente de acuerdo), y en la segunda columna, señala también la probabilidad de compartir cada una de estas afirmaciones en tus redes sociales (1. Muy poco probable – 7. Muy probable).

Respuesta	Media total (n=195)		Media mujeres (n=75)		Media hombres (n=120)		Test diferencias (t Student)	
	Grado acuerdo	Probabilidad compartir	Grado acuerdo	Probabilidad compartir	Grado acuerdo	Probabilidad compartir	Grado acuerdo (t)	Probabilidad compartir (t)
Los inmigrantes sólo traen problemas a nuestro país y no deberían tener ningún derecho aquí.	3,58	2,39	3,77	2,57	3,46	2,28	1,06	1,01
Deberíamos cerrar nuestras fronteras completamente para evitar que estos invasores destruyan nuestra cultura.	3,50	2,31	3,61	2,44	3,43	2,23	0,59	0,72
No es justo que personas de fuera estén robando nuestros recursos, deberían ser expulsadas de inmediato.	4,24	2,62	3,92	2,63	4,44	2,61	-1,57	0,06

Los inmigrantes son los responsables de la mayoría de los delitos y no merecen vivir aquí.	4,08	2,71	3,88	2,64	4,20	2,75	-1,03	-0,34
Si permitimos que sigan entrando, acabaremos perdiendo todo lo que es nuestro.	4,12	2,54	3,95	2,59	4,23	2,52	-0,87	0,22

** p < 0.01, * p < 0.05

En el caso de los discursos inclusivos (comentarios de carácter positivo), los niveles de acuerdo son más bajos que con los negativos, lo que resulta especialmente interesante (ver Cuadro 16). Las medias oscilan entre 2,83 y 3,49. La afirmación mejor valorada fue: “*El intercambio cultural con personas inmigrantes nos ayuda a construir una sociedad más inclusiva y solidaria*” (M = 3,49), seguida por “*Los inmigrantes contribuyen al desarrollo económico del país*” (M = 3,40). La que recibió menor apoyo fue la que aludía al papel de los inmigrantes en sectores como la salud o los cuidados (M = 2,83). Aunque la predisposición a compartir este tipo de mensajes fue similar a la de los discursos negativos (entre 2,03 y 2,35), el menor grado de acuerdo con los positivos podría estar reflejando una cierta resistencia a asumir activamente narrativas que reconocen el valor de la inmigración, lo que puede ser indicativo de una visión poco favorable sobre la inmigración, consistente con los resultados encontrados con anterioridad. Por lo tanto, el contraste entre las P15 y P16 revela una paradoja preocupante ya que los discursos negativos generan más acuerdo que los positivos, pero ni unos ni otros movilizan a las y los adolescentes a compartirlos activamente. Esta baja implicación pública sugiere que el posicionamiento frente a la inmigración en redes sociales está más marcado por la prudencia, el distanciamiento o la saturación que por una expresión clara de posturas ideológicas. Esto se observa también en el hecho de que el compromiso ideológico visible en redes sociales está estrechamente relacionado con la polarización, ya que normalmente sólo quienes tienen posturas muy extremas tienden a expresarse abiertamente, mientras que la mayoría opta por el silencio o la neutralidad, especialmente en plataformas de uso cotidiano (Ziv y Yavetz, 2025).

Cuadro 16. Discursos positivos sobre inmigración

P16. A continuación, se presentan una serie de afirmaciones relacionadas con la inmigración. Por favor, indica en qué medida estás de acuerdo con cada afirmación en la primera columna (1. Totalmente en desacuerdo – 7. Totalmente de acuerdo), y en la segunda columna, señala también la probabilidad de compartir cada una de estas afirmaciones en tus redes sociales (1. Muy poco probable – 7. Muy probable).

Respuesta	Media total (n=195)		Media mujeres (n=75)		Media hombres (n=120)		Test diferencias (t Student)	
	Grado acuerdo	Probabilidad compartir	Grado acuerdo	Probabilidad compartir	Grado acuerdo	Probabilidad compartir	Grado acuerdo (t)	Probabilidad compartir (t)
La diversidad cultural que aportan los inmigrantes enriquece nuestra sociedad y fomenta el aprendizaje mutuo.	3,32	2,14	3,16	2,24	3,43	2,08	-0,99	0,63
Los inmigrantes contribuyen al desarrollo económico de nuestro país mediante su trabajo y esfuerzo.	3,40	2,11	3,33	2,21	3,43	2,05	-0,37	0,63
El intercambio cultural con personas inmigrantes nos ayuda a construir una sociedad más inclusiva y solidaria.	3,49	2,14	3,52	2,35	3,48	2,01	0,16	1,33
Los inmigrantes desempeñan un papel clave en áreas esenciales como la salud, el cuidado y las pensiones, contribuyendo al bienestar de todos...	2,83	2,03	2,88	2,20	2,80	1,92	0,31	1,13

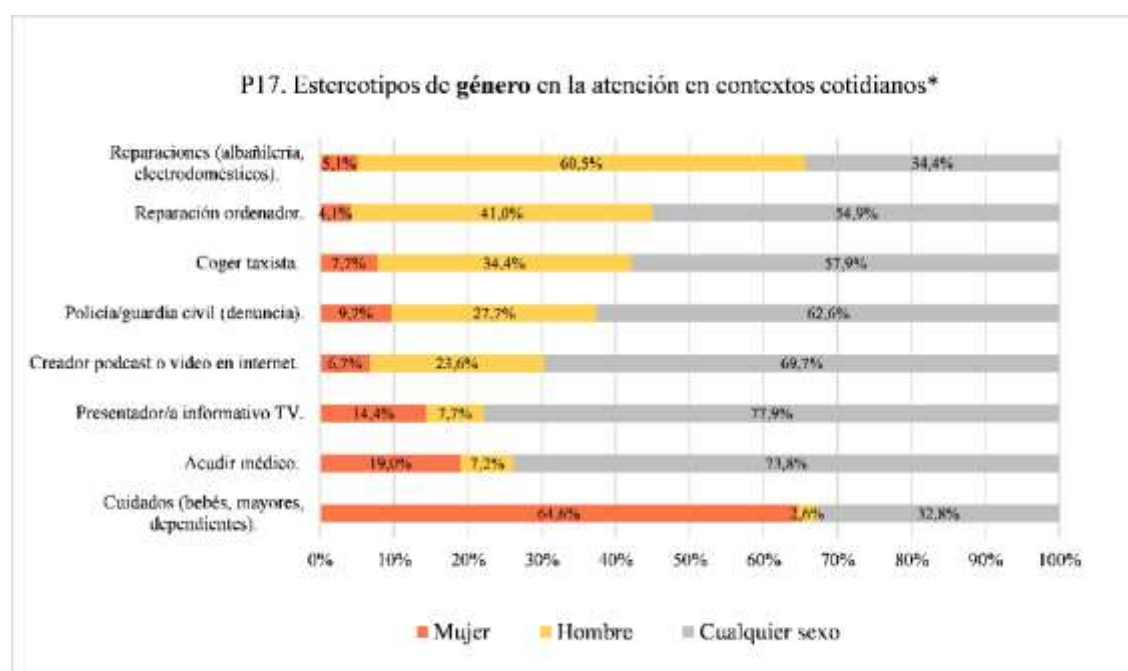
** p < 0.01, * p < 0.05

Respecto al focus group, un participante (chico de 17 años) apuntaba: “Yo no suelo hacer caso a los posts sobre inmigración en redes sociales, solo reacciono respecto a noticias directamente con mi país (Marruecos)”, reflejando una postura selectiva y contenida ante el debate público digital sobre inmigración. Por otro lado, una participante (chica, 18 años) destacaba: “Si no fuera por los extranjeros, tendríamos un problema con la población, porque en España nacen muchos menos bebés de los que se necesitan”, lo que refleja una visión positiva sobre la contribución migrante.

Para profundizar en esta dinámica, resulta relevante incorporar la perspectiva de género en el imaginario de los procesos migratorios, ya que las representaciones sociales sobre la inmigración no sólo se construyen en función del origen o la nacionalidad, sino también del sexo y de los roles tradicionalmente asignados a mujeres y hombres (Suárez-Orozco y Qin, 2006). Esta mirada permite analizar con mayor detalle cómo ciertas narrativas cobran sentido distinto cuando se proyectan sobre figuras femeninas o masculinas, lo que añade complejidad a las actitudes y discursos expresados por las y los adolescentes (David, 2023).

La pregunta P17 tiene por objetivo, por lo tanto, explorar las expectativas que las y los adolescentes proyectan en situaciones cotidianas, considerando a quiénes imaginan en determinados trabajos o funciones. La idea es entender cómo imaginan quién hace qué en la vida diaria, y qué lugar ocupan en ese reparto mujeres y hombres migrantes, teniendo en cuenta que no todas las personas migran por los mismos motivos ni acaban en los mismos tipos de trabajos (Dávalos, 2020). Los resultados muestran que persisten estereotipos de género en la distribución imaginada de tareas (ver Gráfico 3). Las mujeres son mayoritariamente asociadas al ámbito de los cuidados, mientras que los hombres son preferidos en roles técnicos o de autoridad. Así, el 64,6% del alumnado espera que una mujer desempeñe labores de cuidado, mientras que un 60,5% vincula las tareas de reparación del hogar con un hombre. Profesiones como la medicina o la presentación de informativos se asocian con más frecuencia a la opción “cualquiera”, lo que sugiere una mayor neutralidad de género en estos ámbitos institucionales.

Gráfico 3. Estereotipos de género en la atención en contextos cotidianos

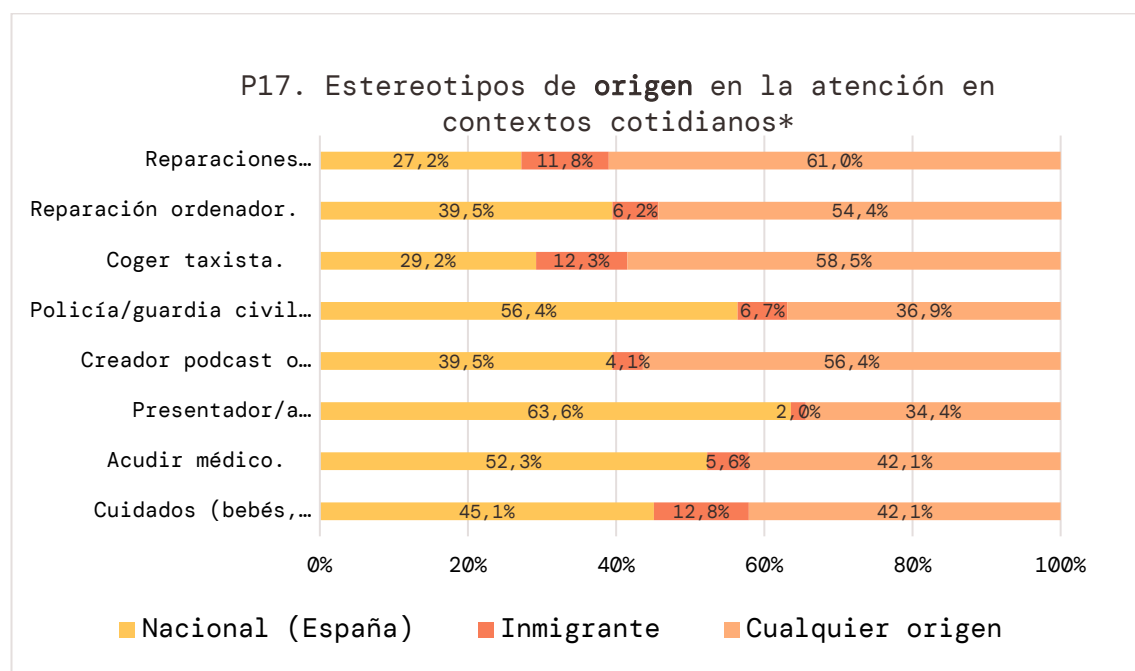


*P17. A continuación IMAGÍNADE en las siguientes SITUACIONES COTIDIANAS en las que tuvieras que recurrir a distintas personas... ¿quién te esperarías que te atendiera en cada una de estas situaciones, una mujer o un hombre o cualquiera de ellos?

En cuanto al origen, las expectativas tienden a favorecer a personas nacionales frente a inmigrantes (ver Gráfico 4). Las respuestas reflejan una baja visibilidad simbólica de las personas migrantes, que no superan el 13% de menciones en ninguna de las situaciones planteadas. En servicios como la

salud o la seguridad, la mayoría espera ser atendida por alguien de origen español. Pero lo más llamativo es que incluso en sectores como el cuidado o la limpieza, donde en la realidad muchas de las personas que trabajan son inmigrantes, la expectativa sigue asociada sobre todo a población nacional o a la opción “cualquiera”. Este resultado sorprende, ya que contrasta con la percepción generalizada en la sociedad adulta. Una posible explicación es que, al ser adolescentes, aún no prestan mucha atención a quién realiza estos trabajos en la vida cotidiana. Al comparar por sexo, se observa que los chicos reproducen con mayor fuerza los estereotipos de género y de origen. Por ejemplo, el 72,5% de los chicos espera que las reparaciones del hogar las realice un hombre, frente al 41,3% de las chicas. Estas últimas eligen con mayor frecuencia la opción “cualquiera”, lo que podría indicar una menor rigidez en sus esquemas de género. De forma similar, los chicos tienden a mostrar una preferencia algo más marcada por profesionales de origen nacional en contextos como la policía o la medicina.

Gráfico 4. Estereotipos de origen en la atención en contextos cotidianos.



*P17. A continuación IMAGÍNAE en las siguientes SITUACIONES COTIDIANAS en las que tuvieras que recurrir a distintas personas... ¿quién te esperarías que te atendiera en cada una de estas situaciones en relación con su origen/nacionalidad?

El *fous group* confirma la tendencia encontrada en las dos preguntas anteriores. Una chica de 16 años comentaba que “las cuidadoras suelen ser mujeres”, añadiendo que “se da por hecho que si cuida

a un bebé será una mujer”. Este testimonio muestra cómo se da por hecho que los trabajos de cuidado los hacen las mujeres. En otro momento, un chico de 18 años decía: “Yo nunca he visto un español trabajando en el campo. La mayoría son africanos o latinoamericanos”. Aunque no lo dice de forma negativa, deja ver que algunas tareas se asocian directamente con el origen de las personas. Esta forma de pensar no es exclusiva del alumnado, ya que encaja con lo que también han encontrado varios estudios. En España, por ejemplo, se ha visto que muchas mujeres inmigrantes acaban trabajando en cuidados, mientras que los hombres lo hacen sobre todo en la construcción. Estas diferencias no siempre tienen que ver con la formación que tengan, sino con estereotipos que colocan a unas personas en unos trabajos y a otras en otros (Vidal-Coso y Miret-Gamundi, 2014).

Finalmente, saber con qué ideas políticas se identifican los y las adolescentes ayuda a entender mejor el contexto en el que forman sus opiniones sobre la inmigración. Esto es importante porque algunos partidos políticos difunden mensajes que excluyen a ciertos grupos, refuerzan estereotipos y hacen que actitudes discriminatorias parezcan aceptables (Cheddadi, 2020; Olmos Alcaraz, 2023). Al mismo tiempo, es necesario tener presente que durante esta etapa del desarrollo las opiniones políticas pueden ser poco estables y estar influenciadas por factores como la familia, los medios o el entorno escolar (Eckstein et al., 2012). En este estudio (ver Cuadro 17), el 42,1% del alumnado declara que votaría por VOX, una formación política caracterizada por un discurso restrictivo hacia la inmigración. Este porcentaje lo sitúa como la opción con mayor apoyo entre los y las adolescentes participantes. Le siguen, a gran distancia, el Partido Popular con un 10,8%, el PSOE con un 1,5% y Podemos/Sumar con apenas un 1%. Además, un 22,6% manifestó que no sabe o no contesta y un 14,4% indicó que no votaría.

Cuadro 17. Intención de voto.

P22. Imagina que hay elecciones generales mañana y puedes votar. ¿A qué partido político votarías de los siguientes?

Respuesta	Media total (n=195)		Media mujeres (n=75)		Media hombres (n=120)		Test de asociación	
	n	%	n	%	n	%	Chi2	p valor
VOX	82	42,1%	22	29,3%	60	50,0%	17,06**	0,01
No sabe/No contesta	44	22,6%	22	29,3%	22	18,3%		
No votaría	28	14,4%	14	18,7%	14	11,7%		
PP	21	10,8%	13	17,3%	8	6,7%		
Otro partido*	15	7,7%	3	4,0%	12	10,0%		
PSOE	3	1,5%	1	1,3%	2	1,7%		

Podemos/Sumar	2	1,0%	0	0,0%	2	1,7%		
---------------	---	------	---	------	---	------	--	--

Nota: Estadístico Chi2 con corrección de continuidad. ** p < 0,01, * p < 0,05.

* La mayoría no lo indica explícitamente, 6 personas votarían a SALF = Se Acabó La Fiesta.

Las diferencias por sexo son notables. El 50% de los chicos se inclina por VOX, frente al 29,3% de las chicas. Estas últimas, además, presentan mayores niveles de indecisión (29,3% frente a 18,3%) y de abstención declarada (18,7% frente a 11,7%). Este resultado sugiere que las chicas adolescentes tienden a tomar más distancia o mostrar más cuidado frente a ideas muy excluyentes. Esto coincide con otros estudios que han visto que las mujeres jóvenes suelen apoyar menos a los partidos de extrema derecha que los chicos. Aun así, estas diferencias parecen ser menores en lugares donde hay más desigualdad de género (Donován, 2023).

Los testimonios recogidos en el *focus group* complementan estos resultados. Un participante de 17 años expresaba su desconfianza hacia el discurso político al afirmar que muchos representantes *“dicen cosas que, para ser políticos, no deberían decirlos... exageraciones, mentiras y noticias falsas”*. Por su parte, una chica de la misma edad señalaba que *“hay muchas personas a las que les interesa que se transmita esta idea negativa, influencers, políticos y otros”*. Estas opiniones reflejan que algunos y algunas adolescentes ya tienen una mirada crítica sobre cómo ciertos personajes públicos ayudan a difundir mensajes que refuerzan estereotipos. Pero indican el papel fundamental que tienen en la generación de actitudes, como indica un participante de 17 años: *“Lo que está claro es que la política ha cambiado... y dicen cosas que afectan, porque al ser políticos la gente les escucha”*.

5 Conclusiones y recomendaciones



Los resultados del estudio muestran que muchas y muchos adolescentes todavía prefieren una sociedad en la que la mayoría de la gente tenga el mismo origen, cultura y religión. De hecho, seis de cada diez así lo expresaron en la encuesta. Aun así, se ve una diferencia importante entre chicas y chicos. Las chicas tienden a mostrarse más abiertas a la diversidad cultural y a hablar de la inmigración con más empatía, usando un lenguaje que pone el foco en las personas. En cambio, los chicos suelen verla más como una amenaza, usando palabras como “pateras” o “aumento desmedido de inmigrantes”. Aunque no se trata de dos grupos totalmente opuestos, estas diferencias muestran lo importante que es tener en cuenta el género a la hora de diseñar actividades educativas que ayuden a romper estereotipos y a fomentar una visión más humana y completa del fenómeno migratorio.

Actualmente, las y los jóvenes se socializan en un contexto mediático donde la inmigración es percibida, ante todo, como algo problemático, masivo y ajeno. La imagen negativa que tiene la juventud de este fenómeno se refleja también en una importante sobredimensión del volumen migratorio percibido. Así, según nuestros datos, casi nueve de cada diez encuestados creen que el número de inmigrantes en el país es elevado o excesivo, y esta postura se observa con mayor frecuencia entre los adolescentes varones que entre las mujeres adolescentes. Las diferencias entre chicas y chicos muestran que interpretan la inmigración de formas distintas, lo que hace importante tener en cuenta en este caso también el género al analizar cómo se forman estas ideas. Además, las palabras que usan las y los adolescentes no sólo muestran lo que saben, sino también lo que han aprendido a través de la cultura, los medios y los discursos que escuchan a su alrededor. Muchas de ellas y ellos creen que en España hay más inmigrantes de los que realmente hay, y esa idea suele ir acompañada de valoraciones negativas, como que quitan empleos o generan problemas de convivencia. Aunque esta percepción no siempre se basa en datos reales, es clave para entender el ambiente simbólico en el que se forman sus opiniones. Por eso, es necesario plantear acciones educativas que ayuden a comprender mejor y de forma más equilibrada el fenómeno migratorio.

La forma en que las chicas y los chicos obtienen y procesan información sobre inmigración influye mucho en cómo entienden este fenómeno. Lo que saben, cómo lo interpretan y las emociones que les despierta la información que reciben son aspectos clave para comprender sus actitudes. Por eso, es importante fijarse en los medios que utilizan, los espacios en los que se relacionan y cómo se habla de inmigración a su alrededor, ya que todo esto ayuda a ver cómo se forman sus opiniones.

Nuestros resultados muestran que el tema de la inmigración forma parte de la vida cotidiana de las y los adolescentes, sobre todo en entornos cercanos como la familia, el colegio o el grupo de amistades. Sin embargo, la frecuencia e intensidad con la que se trata el tema varía según el

contexto. Aunque el estudio es exploratorio y no permite generalizar, sí ofrece pistas muy útiles para entender en qué espacios se construyen y se transmiten las ideas sobre la inmigración. Esta información puede servir para diseñar estrategias educativas y comunicativas que ayuden a combatir la desinformación y los mensajes negativos, y que promuevan una visión más justa y equilibrada sobre este tema.

Así, las fuentes más utilizadas por las y los adolescentes a la hora de informarse sobre los temas **relacionados con la inmigración son principalmente “otras” (86%)**, seguidas de las redes sociales (81%) y la televisión (75%); sin embargo, la confianza depositada en todas ellas es solo moderada. A este respecto, en conjunto, los resultados revelan una actitud de escepticismo moderado hacia las fuentes informativas sobre inmigración, con una preferencia por canales cercanos o tradicionales, aunque no exenta de cuestionamientos. Esta ambivalencia plantea desafíos para el fortalecimiento de la alfabetización mediática y la promoción de un consumo crítico y consciente de información entre la juventud. En estas circunstancias, la reacción emocional que las y los adolescentes han declarado presentar ante las noticias sobre temas relacionadas con la inmigración refleja sentimientos de pena y desazón, mientras los sentimientos positivos o de esperanza apenas se mencionan. Esta dimensión afectiva es clave para entender el impacto que tienen los discursos mediáticos sobre la juventud, y refuerza la necesidad de promover entornos informativos que no solo informen, sino que también faciliten una elaboración emocional más constructiva. Dado el carácter exploratorio del estudio, estos resultados deben interpretarse con cautela, pero ofrecen pistas valiosas para futuras intervenciones educativas orientadas a fortalecer la resiliencia crítica frente a los discursos mediáticos.

Los resultados obtenidos también sugieren que, aunque las y los adolescentes están expuestos de forma continua a contenidos sobre inmigración a través de redes sociales, su nivel de participación activa en estos discursos es bajo. No obstante, las chicas muestran una mayor propensión a expresar apoyo o implicarse discursivamente, lo que podría interpretarse como un indicador de mayor compromiso simbólico o sensibilidad hacia el tema. Estos datos refuerzan la importancia de trabajar no solo el pensamiento crítico, sino también la capacidad de intervención segura y reflexiva en los espacios digitales. En este contexto, comprender la distancia existente entre actitud y acción es fundamental para diseñar estrategias que no solo promuevan actitudes inclusivas, sino que también generen condiciones sociales y comunicativas que permitan expresarlas sin miedo a la descalificación o la banalización. Además, resulta llamativo que, con patrones de consumo informativo prácticamente idénticos, las actitudes y percepciones sobre la inmigración diverjan por sexo, lo que, en nuestra opinión, acentúa la necesidad de integrar la perspectiva de género en los programas educativos y comunicativas orientadas a la

convivencia intercultural, a fin de contrarrestar lecturas sesgadas y promover una comprensión plural y empática del fenómeno migratorio.

Finalmente, los resultados muestran que chicas y chicos adolescentes tienden a asociar ciertas tareas o responsabilidades con el género y el origen de las personas. Por ejemplo, se espera más que las mujeres se encarguen de los cuidados o que las personas españolas ocupen ciertos trabajos. Esta forma de ver las cosas refleja ideas que todavía están muy presentes en la sociedad y que, sin darnos cuenta, refuerzan desigualdades en el trabajo, el reparto de responsabilidades o el reconocimiento social. Estas creencias, aunque parezcan normales o habituales, pueden dificultar la convivencia y la igualdad. Cuando se combinan con una visión negativa de la inmigración, una percepción exagerada del número de personas migrantes y la falta de mensajes positivos sobre ellas, se crea un ambiente donde los discursos de odio pueden crecer con más facilidad, sobre todo si van acompañados de mensajes políticos que alimentan el miedo a perder lo propio. Bajo esta perspectiva, comprender las afinidades políticas de las y los adolescentes ayuda a situar ideológicamente sus actitudes hacia la inmigración, especialmente dado el papel de algunos partidos en la difusión de discursos excluyentes que refuerzan estereotipos y legitiman la discriminación. En este sentido, los resultados deben interpretarse con cuidado. Aunque reflejan que muchos discursos de rechazo hacia la inmigración han llegado a la población adolescente, también dejan ver que esa influencia no es igual en todos los casos ni se acepta sin pensar. Hay jóvenes que repiten ciertas ideas, pero también otros que se sienten incómodos o las cuestionan. Esta mezcla muestra lo importante que es apostar por una educación para la ciudadanía global e intercultural con enfoque de género y basada en derechos humanos que no se limite a explicar cómo funcionan las instituciones, sino que ayude a desarrollar un pensamiento crítico, a detectar discursos que atenten contra los derechos humanos y a defender valores como la igualdad, el respeto y la inclusión.

A raíz de nuestros hallazgos, se ofrecen a continuación una serie de orientaciones para el diseño de estrategias y la implementación de prácticas enfocadas en mejorar la percepción de las y los adolescentes valencianos sobre la inmigración, así como en fortalecer su pensamiento crítico desde las edades tempranas con el objetivo de poder hacer frente a la desinformación y los discursos de odio, tanto en el entorno digital, como en su vida diaria. Las propuestas que se recogen en este informe están basadas en lo que han compartido las chicas y chicos que participaron activamente en el estudio. También se han tenido en cuenta ideas de otras investigaciones anteriores, tanto del ámbito social y cultural (como ACPP, 2022; Iglesias et al., 2022), como del educativo (como Boneta Sadaba et al., 2022; Andújar et al., 2022).

Todo ello permite plantear unas recomendaciones con una base sólida, bien contextualizada y conectada con la realidad. Nuestras propuestas se agrupan en **cuatro ejes estratégicos** y contemplan ejemplos reales de programas y acciones que han mostrado su eficacia y han sido ampliamente aceptadas por la juventud española y europea:

Educación

En conjunto, los resultados muestran que muchas y muchos adolescentes tienden a ver la inmigración más como un problema que como una oportunidad. Suelen centrarse en los posibles costes sociales y económicos, y prestan menos atención a las aportaciones positivas que puede tener. Aunque esta visión no se expresa de forma extrema, sí deja claro lo importante que es trabajar desde la educación para construir miradas más completas y equilibradas, que vayan más allá de la idea de que la inmigración solo es buena o mala. También se confirma que las redes sociales y el entorno cercano, como la familia o las amistades, son las principales formas que tienen para informarse sobre este tema. El poco uso de medios especializados y la forma pasiva en que consumen la información plantean un reto importante: necesitamos fomentar el pensamiento crítico y mejorar la educación mediática entre adolescentes. Estos hallazgos, si bien exploratorios, apuntan a la necesidad de estrategias educativas que fomenten una relación más activa y reflexiva con la información en contextos digitales. Por eso, desde el ámbito educativo proponemos algunas acciones concretas que pueden ayudar. Entre ellas, destacan la necesidad de una buena formación para el profesorado y las familias, el uso de métodos que den voz al alumnado, promover la competencia social y ciudadana que ayude a entender y analizar mejor los medios de comunicación, y la creación de espacios donde las y los adolescentes puedan debatir y compartir ideas. Todo esto puede ayudar no sólo a fomentar la empatía y el pensamiento crítico, sino también a construir, entre todas y todos, respuestas más justas e inclusivas. Creemos que aplicar las siguientes líneas de actuación ayudará a avanzar hacia aulas libres de discursos xenófobos y racistas, alentando la participación activa y la creación de contenidos que refuercen los valores de inclusión y respeto hacia personas inmigrantes:

- Fortalecer el pensamiento crítico desde la edad temprana a través de la educación. Los centros educativos deben convertirse en entornos libres de racismo, discriminación y violencia, y para ello es fundamental integrar el respeto a la diversidad en todas las etapas del currículo, garantizar materiales didácticos sin sesgos racistas² y promover referentes

²Por ejemplo, uso del manual **Bookmarks** y el *toolkit* "Keep Calm and Stop Hate Speech" del Consejo de Europa, con simulaciones de redes sociales. Para más información:

que reflejen la diversidad social. Además, se deben implementar políticas y campañas claras para prevenir y sancionar incidentes discriminatorios en los centros educativos. Experiencias educativas como la campaña *Desactiva tus prejuicios*³ han mostrado su eficacia a la hora de promover valores inclusivos y limitar la aceptación de mensajes de odio por parte de las y los adolescentes. Este tipo de iniciativas llevadas a cabo en el entorno educativo podrían reforzar las propuestas formativas que fortalezcan el pensamiento crítico de las y los adolescentes, especialmente en contextos digitales donde se exponen más a la desinformación.

- Integrar la alfabetización mediática en la educación para combatir discursos de odio. El poco interés que muestran muchas y muchos adolescentes por fijarse en detalles como el lenguaje que se usa, si el mensaje tiene sentido o si hay otras fuentes que digan lo mismo, muestra que su forma de comprobar la información no siempre es muy crítica. Esta manera de verificar, más por intuición que por análisis, puede hacer que acepten sin cuestionar ciertos mensajes negativos o muy simples sobre la inmigración. Asimismo, es importante dotar a las y los estudiantes en edad escolar de competencias para acceder, analizar, evaluar, crear y compartir contenidos de manera crítica, reforzando así su autonomía frente a la desinformación y los discursos de odio contra la población migrante. Para contrarrestar estos discursos y desmontar mitos sobre la inmigración desde la organización UNESCO destaca la alfabetización mediática e informacional (MIL) como un derecho habilitante que “empodera a la ciudadanía para pensar críticamente y hacer clic sabiamente”⁴. En este contexto, recomendamos incorporar la MIL de forma transversal en el currículo educativo de la CV, priorizando su implementación en Educación Primaria y Secundaria. Esta medida permitirá fortalecer la resiliencia cognitiva del alumnado frente a los discursos de odio y la desinformación sobre la inmigración. La integración debe apoyarse en metodologías activas como el aprendizaje basado en proyectos y el teatro social, así como en colaboraciones con

<https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/-/educational-toolkit-keep-calm-and-stop-hate-speech->

³ **“Desactiva tus prejuicios”** (FAD Juventud, 2023) es un programa de teatro social para adolescentes que recrea escenas de exclusión y facilita su “reparación” colectiva. Para más información: [Desactiva tus prejuicios - Campus FAD](#)

⁴ Para más información, véase la web de UNESCO: <https://www.unesco.org/mil4teachers/en/curriculum>

iniciativas consolidadas (p. ej., *Maldita Educa*, *la red RUMRUM*, *Stop Rumores* y otras buenas prácticas relevantes)⁵.

- Formación continua del profesorado. El profesorado es la primera línea de detección y respuesta ante comentarios ofensivos, agresiones o rumores xenófobos en entorno educativo. Sin capacitación específica resulta difícil actuar con seguridad jurídica y pedagógica. En este contexto, las evaluaciones de CEFIRE respecto a la educación inclusiva indican que la participación del profesorado en cursos sobre interculturalidad incrementa las intervenciones preventivas registradas por los equipos de convivencia.⁶
- Algunas recomendaciones operativas para ayudar al profesorado en su desarrollo profesional en cuanto a la promoción de la diversidad cultural aplicada podrían ser:
 - a) adoptar un sistema de micro credenciales trimestrales con mentorización entre iguales;
 - b) desarrollar un sistema de certificación exigible para optar a puestos de coordinación de centros educativos;
 - c) realizar formación específica en la que se aborda el modelo de convivencia y práctica restaurativa, incluyendo análisis de casos prácticos de aula diversa⁷.

⁵ **Stop Rumores** (Andalucía Acoge, 2013-) - kit de materiales, app de verificación rápida y red de 350 agentes comunitarios, que pueden ser transferible a los municipios valencianos. Para más información: [Stop Rumores - Estrategia de impacto para combatir rumores](#); **No Hate Speech Movement** (Consejo de Europa) incluye a los embajadores juveniles y guías didácticas para contrarrestar el discurso de odio online. El Instituto de la Juventud (INJUVE) coordinó la adaptación española. Para más información: [No Hate Speech Youth Campaign Website - No Hate Speech Youth Campaign](#); **La fábrica de bulos** (Maldita.es + Oxfam Intermón, 2022) es un ejemplo de escape-room virtual donde los participantes desmantelan desinformaciones reales sobre inmigración. Para más información: [¿Crees que puedes escapar de la desinformación? Llegan los escapes rooms de alfabetización mediática - Revista de Innovación en Periodismo](#); **Red RUMRUM** (IVAJ, 2023) es una plataforma antirumores específica de la Comunitat Valenciana que articula entidades sociales y centros educativos. Para más información: [Nace RUMRUM, la Red Antirumores - IVAJ - Generalitat Valenciana](#)

⁶ Para más información sobre la participación del profesorado en cursos sobre interculturalidad de CEFIRE se puede consultar: <https://portal.edu.gva.es/cefireinclusiva/es/inicio/>

⁷ Por ejemplo, adherirse a los programas como Programa **Escuelas sin Racismo** -que proporciona guías para el profesorado para adaptar actividades a realidades migrantes. Para más información se puede consultar: [ESCUELAS SIN RACISMO - Efemérides - Alojaweb](#)

- Aplicar pedagogías narrativas y biográficas. La psicología social ha mostrado que, en el caso de las y los adolescentes, las historias personales generan más empatía que los datos fríos o las cifras. Escuchar relatos concretos ayuda a ponerse en el lugar de otras personas y reduce prejuicios hacia grupos minoritarios. Por lo tanto, creemos que trabajar con técnicas narrativas o biográficas puede ayudar a las y los estudiantes a conectar con el problema y despertar más empatía hacia personas inmigrantes⁸.
- Romper el ciclo de polarización con perspectivas centradas en la adolescencia y la juventud. Nuestros hallazgos están en línea con estudios previos, confirmando la polarización de opiniones entre las chicas y los chicos sobre la adaptación de las personas inmigrantes y el impacto social de la inmigración. Cuando hay opiniones muy enfrentadas, como ocurre a veces en los centros educativos, se puede generar un ambiente tenso que dificulta el diálogo entre quienes piensan diferente. Por eso, es importante tratar a las y los adolescentes como personas capaces de opinar, crear espacios seguros donde puedan hablar con libertad y mostrar que dudar o cambiar de opinión no es algo negativo. Esto puede ayudar a reducir los enfrentamientos y a construir actitudes más abiertas e inclusivas. Asimismo, en los centros educativos valencianos se podrían:
 - a) crear Lugares de Diálogo con representación paritaria de chicas y chicos con diversidad de orígenes o foros virtuales semejantes a *Bróders*⁹, pero centrados en el tema de inmigración y discursos de odio.
 - b) implementar **“círculos de palabra”** siguiendo la guía *TAGe* (MGIEP UNESCO)¹⁰; c) celebrar *workshops* aplicando metodología de escucha activa para hallar valores compartidos ante posiciones opuestas (véase el ejemplo de *Migration Summit, 2024*¹¹).

⁸ Como ejemplo de estas prácticas se puede consultar: **Cinco Historias de la Frontera**, un cuadernillo de relatos de menores refugiados utilizado en tutorías de 3º-ESO para debatir sobre movilidad humana (c0591f0ac0d695e726ba19b51bd11b1c000063.pdf)

⁹ **Bróders** es un foro virtual moderado que da voz a chicos de 14-19 años para debatir emociones, masculinidades y discursos extremos y que surgió como contrapeso a la “manosfera”. Para más información se puede consultar: [Bróders, el foro que escucha a los chicos: de los celos y las relaciones amorosas al tamaño del pene | Sociedad | EL PAÍS](#)

¹⁰ **TAGe - Talking Across Generations on Education** es una iniciativa de MGIEP de UNESCO que promueve diálogos intergeneracionales en los que jóvenes y responsables políticos deliberan en pie de igualdad. Para más información se puede consultar: [UNESCO MGIEP | Building Kinder Brains](#)

¹¹ <https://migrationsummit.org/2024/07/19/deliberation-and-the-civic-mission-of-youth-led-organizations/>

Estas acciones pueden ser útiles para apoyar a las y los adolescentes con opiniones extremas, ofreciéndoles un espacio seguro donde puedan expresarse sin miedo a represalias, y donde se permita la duda y el error. El objetivo es crear un ambiente propicio para promover un cambio hacia posturas y actitudes más favorables hacia la inmigración, así como para contrarrestar la desinformación que sustenta actitudes hostiles.

Comunicar

Los resultados de nuestro estudio evidencian que las redes sociales juegan un papel importante en la formación de percepciones sobre la inmigración de las y los adolescentes. Además, es en el entorno digital donde más se encuentran los discursos y mensajes de odio hacia las personas inmigrantes. El hecho de estar expuestos al contenido nocivo y abundante sobre la inmigración refuerza estereotipos negativos y alimenta el rechazo hacia las personas procedentes de otras culturas entre público joven. En este contexto, pensamos que impulsar campañas de sensibilización con una narrativa compartida que muestre la contribución cotidiana de personas procedentes de diferentes culturas y países puede ser un punto de partida importante para desmontar mitos y evitar la deshumanización de las personas inmigrantes. Con este objetivo, proponemos las orientaciones relacionadas con las estrategias comunicativas, que, según nuestra opinión, podrían ser útiles para profesionales de la comunicación, educadores, organizaciones sociales y responsables de campañas institucionales que buscan contrarrestar el discurso de odio y fomentar la empatía hacia las personas inmigrantes:

- Impulsar narrativas positivas y emocionales basadas en historias reales. Se ha observado que las campañas con fuerte carga emocional y protagonizadas por personas reales generan mayor empatía y reducen el sesgo implícito. Por ejemplo, la iniciativa *Frena.Verifica.Comparte*,¹² desarrollada por *Maldita Migración* y *Oxfam Intermón*, proporciona herramientas y recursos para que la población joven pueda identificar y desmentir bulos sobre la inmigración, promoviendo una narrativa más inclusiva y basada en hechos verificados. Esta campaña de comunicación ayuda a rebatir información falsa con testimonios personales e infografías virales, logrando gran alcance en redes sociales.

¹² La iniciativa **Frena.Verifica.Comparte** tiene como objetivo combatir la desinformación y los discursos de odio relacionados con la migración a través de testimonios reales. Para más información consultar: <https://frenayverifica.maldita.es/>

- Promover la formación específica en comunicación ética sobre migración dirigida a futuros creadores de contenidos. En un entorno donde abundan los mensajes extremos y muchas veces confusos, creemos que es clave dar a las y los adolescentes herramientas que les ayuden a pensar con claridad, ya que pronto serán ellos y ellas quienes participen activamente en los debates públicos y generen contenidos que influyen en otras personas. Asimismo, es importante llevar a cabo programas formativos, destinados a futuros profesionales de los medios, el alumnado de carreras vinculadas a la comunicación (tales como Periodismo, Publicidad, Relaciones Públicas, Comunicación Audiovisual, entre otros). Un buen ejemplo de este tipo de programas sería *Migrando Miradas*¹³ un programa formativo de la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). Asimismo, creemos apropiado diseñar e implementar a nivel regional programas formativos semejantes en colaboración con las instituciones educativas valencianas (p. ej., universidades, escuelas de comunicación, colegios profesionales, etc.).
- Capacitar a jóvenes y adolescentes como agentes de comunicación antirracista. Dado el poder prescriptor que tienen las y los adolescentes sobre sus iguales, resulta clave fomentar su liderazgo comunicativo. En este sentido, los programas de orientación mencionados anteriormente, tales como *No Hate Speech Movement* o *Stop Rumores*, son iniciativas apropiadas que preparan chicas y chicos para desmontar prejuicios desde el humor, el análisis crítico y la creatividad. Asimismo, sería recomendable promover la creación de programas semejantes en la CV, donde las y los adolescentes valencianos puedan combatir los rumores negativos e inciertos que podrían surgir a nivel local y así mejorar la convivencia en la comunidad.
- Utilizar formatos interactivos y participativos. Creemos que para fomentar la reflexión crítica juvenil sobre la veracidad y el impacto de mensajes con los que se encuentran en el entorno digital, es pertinente desarrollar herramientas que incluyen tanto la reflexión, como una acción participativa. Por ejemplo, chatbots o test interactivos (semejantes a la de *Cómplices Joven*¹⁴ de la ACPP) que presentan situaciones reales y cotidianas, permitiendo a

¹³ **Migrando Miradas** es un curso formativo que aborda terminologías adecuadas, recomendaciones para un tratamiento ético de la migración, así como estrategias contra la desinformación y el discurso de odio. Para más información: <https://spain.iom.int/es/events/evento-formacion-migrando-miradas-del-5-al-7-de-mayo-madrid>

¹⁴ **Cómplices Joven** es un test interactivo implementado por la Asamblea de Cooperación por la Paz (ACPP), y representa una estrategia comunicativa que combina tecnología, participación activa y colaboración con figuras influyentes para desmontar mitos y fomentar una cultura de

las personas jóvenes y adolescentes reflexionar sobre sus propias reacciones ante posibles discursos de odio que surgen tanto en redes sociales, como en su vida diaria.

- Generar mayor identificación con la audiencia joven y adolescente a través de la colaboración con creadores de contenido e influencers populares entre el público juvenil. Especialmente sería interesante colaborar con divulgadores que publican su contenido en plataformas como Instagram, TikTok, YouTube o Spotify (las plataformas más utilizadas por este grupo). Creemos que, al involucrar a quienes son divulgadores populares, que cuentan con la confianza del público joven, en la tarea de desmentir los mitos sobre la inmigración permitirá amplificar el mensaje positivo sobre la convivencia entre las personas de diferentes culturas y ayudará a contrarrestar los discursos de odio hacia la inmigración.
- Adaptar el lenguaje y los canales de comunicación al público joven y adolescente. En conjunto, para asegurar una comunicación efectiva, es importante que tanto el contenido de los mensajes, como los canales de comunicación que se utilizan para su transmisión, estén adaptados a la audiencia joven. Los resultados indican que la mayoría de las y los adolescentes recurren a fuentes clasificadas como “otras” (86%) para informarse sobre temas relacionados con la inmigración. Entre estas, destaca el consumo de podcasts o vídeos en plataformas (una práctica común entre el 31,1% de las y los participantes), lo que pone de manifiesto una preferencia de chicas y chicos por contenidos audiovisuales y asincrónicos, como los que se encuentran en YouTube o Spotify. Aunque estos formatos no alcanzan los niveles de uso de las redes sociales convencionales (81%), desempeñan un papel relevante como espacios de socialización ideológica, donde las y los adolescentes acceden a narrativas más elaboradas y, en ocasiones, politizadas. Además, su carácter no interactivo y la posibilidad de consumirlos de forma individual y bajo demanda pueden favorecer una exposición continuada a discursos cerrados o de reafirmación ideológica, sin el contraste que ofrecen otros entornos más dialógicos. Este dato subraya la necesidad de incorporar estos formatos en las estrategias de comunicación y alfabetización mediática dirigidas a la juventud.

respeto y empatía entre la juventud. Para más información consultar: <https://www.acpp.com/mas-de-7000-jovenes-participan-en-la-campana-complices-contras-el-discurso-de-odio/>

Involucrar

Los resultados del estudio muestran que una parte significativa de las y los adolescentes experimenta sentimientos de impotencia y desmoralización cuando se enfrenta a los discursos de odio sobre inmigración, con los que no está de acuerdo. Esta sensación de “imposibilidad de hacer frente” limita la capacidad de actuar de la persona, traduciéndose en la propensión a ignorar o silenciar el mensaje en lugar de confrontarlo. En contextos familiares o escolares, igualmente, algunas y algunos adolescentes optan por adaptarse a las narrativas dominantes para evitar conflictos, asumiendo posturas de resignación o silencio. Este patrón de comportamiento, en nuestra opinión, indica que no basta con fomentar la alfabetización mediática o la reflexión crítica de chicas y chicos, sino resulta indispensable dotar a las y los adolescentes de herramientas prácticas, espacios de apoyo para la acción colectiva que les permitan sentirse legitimados y protegidos para actuar frente los discursos discriminatorios. Por ello, proponemos las siguientes acciones prácticas para involucrar a las y los jóvenes y adolescentes valencianos en la respuesta activa contra los discursos de odio, racismo y xenofobia:

- Fomentar el liderazgo de las y los adolescentes en proyectos de promoción de la diversidad. Aunque las plataformas digitales son un canal de normalización de discursos de odio, también representan una oportunidad para el activismo juvenil inclusivo, por lo que es necesario proporcionar capacitación, apoyo emocional y visibilidad a las y los adolescentes interesados en apoyar la diversidad cultural y hacer frente a la desinformación. La participación activa de chicas y chicos en la gestión de la diversidad ha mostrado resultados positivos en programas como *La juventud opina*¹⁵ de UNICEF, que proporciona recursos para la incidencia de las personas jóvenes en temas que les afectan. Asimismo, recomendamos crear y apoyar redes de jóvenes embajadores/as contra la xenofobia, formando a las y los adolescentes y capacitándolos para detectar y contrarrestar discursos de odio online y offline mediante campañas propias.
- Crear y financiar laboratorios de co-creación entre jóvenes y adolescentes de diferentes orígenes. Está demostrado que cuando adolescentes de distintos orígenes colaboran y se conocen en espacios seguros, se reducen los prejuicios. Proyectos como *Bridges – Youth for Peace* han mostrado que el diálogo bien organizado y el trabajo en grupo ayudan a generar empatía y a ver a las personas inmigrantes de una forma más

¹⁵Esta guía ha sido elaborada a base de los talleres colaborativos entre jóvenes y busca fomentar que la juventud forme parte activa en el diseño, implementación y evaluación de políticas y proyectos, para más información: [PA-Guia-incidencia-jovenes.pdf](#)

cercana y humana. Otro ejemplo es el proyecto *Untold Stories*¹⁶ de *Empodera.org*, que enseña a jóvenes a producir micro-documentales digitales donde relatan historias reales de migración y superación, desactivando estereotipos a través del *storytelling*. Por lo tanto, recomendamos la creación de *hackathons* y laboratorios ciudadanos donde las y los adolescentes puedan diseñar sus propias soluciones digitales contra la desinformación xenófoba (p. ej., teatro foro, círculos de palabra o micro-documentales colaborativos).

- **Impulsar talleres de “ciberactivismo inclusivo” en espacios juveniles** para promover una alfabetización mediática más profunda. Es esencial dotar a las y los adolescentes de herramientas que les permitan cuestionar los mensajes que consumen y construir opiniones fundamentadas. Los resultados de este estudio muestran que sólo una parte minoritaria del alumnado ha desarrollado prácticas estables de verificación y contraste de información. Aunque quienes intentan comprobar la información que reciben muestran cierta sensibilidad crítica, su forma de hacerlo suele ser poco profunda y basada en criterios poco claros o en fuentes fáciles de encontrar, pero no siempre fiables. Por eso, uno de los grandes retos es ayudar a construir una cultura informativa más activa y reflexiva. Esto es especialmente importante cuando hablamos de contenidos que refuerzan estereotipos, como ocurre a menudo con la inmigración. Desarrollar esta mirada crítica es clave para que las y los jóvenes puedan moverse con seguridad en un mundo digital lleno de mensajes confusos o engañosos. A este respecto, recomendamos desarrollar y apoyar más las iniciativas como la que llevó a cabo la Concejalía de Infancia y Juventud en Villena, que organizó el *Club de Ocio Inclusivo*¹⁷, con talleres prácticos, donde las y los adolescentes entre 12 y 14 años podían aprender a buscar información en Internet, desarrollar hábitos de uso digital saludables, pensamiento crítico para identificar noticias falsas, así como crear campañas digitales positivas y antirracistas. Estos talleres gratuitos que combinan el uso de herramientas digitales, la gestión emocional y la capacidad de adaptarse a situaciones difíciles están demostrando ser muy útiles. Ofrecen a las y los adolescentes

¹⁶ **Untold Stories**, es un taller de *digital storytelling* (OCC, Málaga), donde el alumnado produce micro-documentales de 3 minutos con testimonios de jóvenes migrantes ([Empodera.org - Untold Stories, the power of Digital Storytelling to promote intercultural dialogue](https://empodera.org/untold-stories-the-power-of-digital-storytelling-to-promote-intercultural-dialogue))

¹⁷ La Concejalía de Infancia y Juventud ha llevado a cabo un **Campamento Digital** y ha organizado un **Club de Ocio Inclusivo**. Son unas actividades de carácter gratuito que se desarrollaron en las instalaciones del Espacio Joven de Villena. Para más información: <https://cadenaser.com/comunitat-valenciana/2024/10/01/espacio-joven-inicia-la-temporada-de-otono-con-la-nueva-edicion-del-campamento-digital-y-el-club-de-ocio-inclusivo-radio-villena/>

espacios donde aprender, sentirse acompañados y conectarse con otras personas. Así, no sólo ganan confianza, sino también recursos concretos para hacer frente a los discursos de odio y defender valores más inclusivos.

Apoyar

Nuestros hallazgos están en línea con estudios previos que subrayan que muchas de las actitudes negativas de las y los jóvenes hacia la inmigración derivan de una percepción de trato desigual de las personas nativas y de origen extranjero por parte de las instituciones públicas. Algunos chicos y chicas que han participado en el estudio han expresado descontento hacia las políticas migratorias, las que perciben como ineficaces y/o indebidas, creencias que se sustentan gracias a la **desinformación y mitos sobre las ayudas “excesivas” o “injustas” a la población inmigrante**. Para reducir la desconfianza y el rechazo que a veces genera el tema de la inmigración, es importante que las políticas públicas sirvan como una verdadera herramienta de inclusión. Esto significa que deben ser claras, justas y mostrar resultados visibles. Cuando las chicas y los chicos adolescentes ven que las ayudas y los programas funcionan y que se aplican con transparencia, es más fácil que cambien su forma de pensar y entiendan mejor la realidad de las personas inmigrantes. A continuación, se detallan algunas propuestas que podrían ayudar a mejorar la integración desde esta perspectiva:

- Garantizar la equidad en el acceso a recursos públicos. Si las chicas y los chicos piensan que las personas migrantes reciben más ayudas o compiten por recursos escasos, pueden surgir rechazos. Por eso, es clave explicar de forma clara en qué consisten los programas y cómo se reparten los recursos, para que comprendan mejor su sentido. Una buena forma de hacerlo es implicando a las y los propios adolescentes en la difusión de esta información. Por ejemplo, pueden participar en actividades donde se explique qué acciones se llevan a cabo, cómo se asigna el dinero y qué resultados se buscan. De este modo, se fomenta la transparencia y se ayuda a que comprendan mejor cómo se gestionan los recursos públicos destinados a apoyar a las personas migrantes. (por ejemplo, se puede basarse en los programas que proporcionan esta información de una forma asequible para un público amplio, disponible para la ciudadanía)¹⁸.

¹⁸ Por ejemplo, el **Programa Nacional del Fondo de Asilo, Migración e Integración (FAMI) 2021-2027** del Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones establece una estrategia para la integración de las personas migrantes y proporciona toda la información en su página web: [Programa Nacional - Migraciones - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones](#)

- Reforzar los servicios de orientación y acompañamiento para jóvenes y adolescentes tanto nacionales, como de origen migrante. Muchas veces, las y los adolescentes se sienten frustrados o excluidos porque no saben cómo regularizar su situación, homologar sus estudios o acceder a becas. Esta falta de información y apoyo puede hacer que pierdan oportunidades importantes. En Barcelona, por ejemplo, existen los *Puntos de Inclusión Juvenil de Barcelona Activa*¹⁹, donde profesionales ayudan de forma personalizada a jóvenes en situación de vulnerabilidad, sin importar su origen. Inspirándose en ese modelo, sería muy útil crear espacios parecidos en institutos y centros juveniles de la CV, con personal preparado en diversidad cultural. También se podría animar a los ayuntamientos a ofrecer este tipo de apoyo en bibliotecas y centros cívicos, para que cualquier joven que lo necesite encuentre orientación clara y cercana.
- Crear líneas de micro-subvención para asociaciones juveniles que promueven convivencia intercultural. Para convertir la política pública en palanca de inclusión recomendamos que las entidades responsables (p. ej., la Concejalía de Infancia y Juventud de la CV) consideren la posibilidad de ofrecer micro becas y apoyo con otros recursos materiales (instalaciones, formación, equipos técnicos, etc.) a jóvenes y adolescentes que, individualmente o integrando equipos interculturales, crean asociaciones, o lleven a cabo iniciativas que promuevan convivencia, deporte intercultural, voluntariado, etc., actuando como verdaderos embajadores/as contra la xenofobia y racismo para la juventud valenciana.
- Finalmente, es importante llevar a cabo investigaciones periódicas para seguir la huella de discursos de odio y su evolución en la CV, así como medir el impacto de las iniciativas y campañas de inclusión social que se realizan en la comunidad.

En conclusión, si queremos que las y los adolescentes valencianos se impliquen de verdad, no basta con darles información. También necesitan apoyo real: espacios donde actuar, herramientas concretas para responder ante situaciones difíciles y redes que les hagan sentir que no están solos. Solo así podremos romper esa sensación de impotencia que a veces expresan y darles la oportunidad de convertirse en protagonistas en la defensa de los derechos de las personas migrantes. Las y los profesionales de la educación, la comunicación, lo social o las instituciones tienen aquí una gran oportunidad: ayudar a que esta generación joven sea parte activa de una sociedad más justa e inclusiva. Las propuestas recogidas en este informe buscan justamente eso: ofrecer información veraz, crear espacios de encuentro y darles medios para actuar. Si se aplican de

¹⁹ Para más información consultar: [Agencia de desarrollo local - Barcelona Activa](#)

forma coordinada, estas acciones pueden ayudar a reducir prejuicios, mejorar la convivencia y mostrar todo lo positivo que aporta la migración a la CV.

Referencias

- 40dB. (2024). *Barómetro de percepción de la inmigración en España: Octubre 2024*. <https://www.40db.es>
- Alojaweb. (s.f.). *Escuelas sin racismo*. Efemérides. [ESCUELAS SIN RACISMO - Efemérides - Alojaweb](#)
- Andalucía Acoge. (2013-presente). *Stop Rumores: Estrategia de impacto para combatir rumores*. <https://stoprumores.com>
- Andrade, E. L., Evans, W. D., Barrett, N., Edberg, M. C., y Cleary, S. D. (2018). Strategies to increase Latino immigrant youth engagement in health promotion using social media: mixed-methods study. *JMIR Public Health and Surveillance*, 4(4), e9332.
- Andújar, A., Sánchez, N., Pradillo, S., y Sabín, F. (2022). *Jóvenes y racismo. Estudio sobre las percepciones y actitudes racistas y xenófobas entre la población joven de España*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud.
- Aral, T., Günsoy, Ç., y Verkuyten, M. (2021). Cultural diversity approaches in schools and adolescents' willingness to support refugee youth. *British Journal of Educational Psychology*, 91(3), 1081-1100.
- Arranz Lozano, F., Fernández, V., y Ballesteros, J. C. (2020). *Estereotipos, roles y relaciones de género en series de televisión de producción nacional: Un análisis sociológico*. Instituto de la Mujer y para la Igualdad de Oportunidades (IMIO), Ministerio de Igualdad.
- Asamblea de Cooperación por la Paz (ACPP). (2024). *Resumen de resultados y conclusiones sobre el discurso de odio en jóvenes*. Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. <https://www.acpp.com/y-tu-eres-complice-del-discurso-de-odio/>
- Ávila Muñoz, A. M., y Segura Lores, A. (2024). *Los estudiantes andaluces ante los nuevos retos de una sociedad en transformación: Percepciones, reflexiones y propuestas de actuación administrativa y educativa* (1.ª ed.). Editorial Tirant Lo Blanch.
- Barcelona Activa. (s.f.). *Agencia de desarrollo local*. <https://www.barcelonactiva.cat/es>
- Boneta-Sádaba, N., Tomás-Forte, S., y García-Mingo, E. (2023). *Culpables hasta que se demuestre lo contrario: Percepciones y discursos de adolescentes españoles sobre masculinidades y violencia de género*. Centro Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud, Fundación FAD Juventud. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7797449>
- Buraschi, D., y Godenau, D. (Coords.). (2020). *La percepción de la inmigración en Tenerife*. Observatorio de la Inmigración de Tenerife (OBITen). <https://archipielago8.com/wp-content/uploads/2021/03/obiten-percepcion-inmigracion-tenerife-canarias.pdf>
- Campbell, B. (2017). The gods of the hunt: Stereotypes, risk and national identity in a Spanish enclave in North Africa. *Anthropological Journal of European Cultures*, 26(2), 127-151.
- CEFIRE Inclusiva. (s.f.). *Formación en interculturalidad para el profesorado*. Generalitat Valenciana. <https://portal.edu.gva.es/cefireinclusiva/es/inicio/>
- Cheddadi, Z. (2020). Discurso político de Vox sobre los Menores Extranjeros No Acompañados. *Inguruak: Revista Vasca de Sociología y Ciencia Política*, 69, 57-77.

CIDALIA S.L.L. (2022). *Estudio sobre las principales brechas de derechos que confrontan las mujeres migrantes residentes en la Comunitat Valenciana: Propuestas de intervención desde un enfoque de DDHH, género e interseccionalidad*. Asociación Por Ti Mujer.

<https://asociacionportimujer.org/estudio-sobre-las-principales-brechas-de-derechos-que-confrontan-las-mujeres-migrantes-en-la-comunitat-valenciana/>

Consejo de Europa. (s.f.). *Educational toolkit "Keep calm and stop hate speech"*. No Hate Speech Youth Campaign. <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign/-/educational-toolkit-keep-calm-and-stop-hate-speech->

Consejo de Europa. (s.f.). *No Hate Speech Youth Campaign*. <https://www.coe.int/en/web/no-hate-campaign>

Constantin, A. A., y Cuadrado, I. (2021). How do adolescents perceive Chinese and Romanian immigrants? Testing the extended stereotype content model. *International Journal of Social Psychology*, 36(1), 179-211.

Corbu, N., Oprea, D. A., y Frunzaru, V. (2022). Romanian adolescents, fake news, and the third-person effect: A cross-sectional study. *Journal of Children and Media*, 16(3), 387-405.

Course-Choi, J. (2019). *Adolescents' engagement with social media* (Doctoral thesis, Canterbury Christ Church University). <https://create.canterbury.ac.uk/28167338/>

Dávalos, C. (2020). Localizing masculinities in the global care chains: experiences of migrant men in Spain and Ecuador. *Gender, Place & Culture*, 27(12), 1703-1722.

David, Y. (2023). The effects of exposure to gendered stereotypes on emotions toward immigrants and attitudes toward refugees. *Journal of Ethnic and Migration Studies*, 49(19), 4828-4849.

Deole, S. S., y Huang, Y. (2024). Suffering and prejudice: Do negative emotions predict immigration concerns?. *Journal of Population Economics*, 37(2), 54.

Donován, T. (2023). Measuring and predicting the radical-right gender gap. *West European Politics*, 46(1), 255-264.

Ekman, M. (2019). Anti-immigration and racist discourse in social media. *European Journal of Communication*, 34(6), 606-618.

Eckstein, K., Noack, P., y Gniewosz, B. (2012). Attitudes toward political engagement and willingness to participate in politics: Trajectories throughout adolescence. *Journal of Adolescence*, 35(3), 485-495.

Escartín, J. (2024, agosto 25). Desinformación y bulos: ¿Está España cerca de un estallido social contra los inmigrantes? *El Huffington Post*. [Desinformación y bulos: ¿está España cerca de un estallido social contra los inmigrantes?](https://www.huffpost.es/2024/08/25/desinformacion-y-bulos-esta-espana-cerca-de-un-estallido-social-contra-los-inmigrantes/)

FAD Juventud. (2023). *Desactiva tus prejuicios*. Campus FAD. <https://www.campusfad.org/proyecto/desactiva-tus-prejuicios/>

Fernández, M., Valbuena, C., y Caro, R. (2019). *Evolución del racismo, la xenofobia y otras formas de intolerancia en España (Informe-encuesta 2017)*. OBERAXE.

http://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento_0121.htm

Freeman, J. L., Caldwell, P. H., y Scott, K. M. (2023). How adolescents trust health information on social media: a systematic review. *Academic Pediatrics*, 23(4), 703-719.

Frías, M. (2022). *La interseccionalidad de la discriminación por razones de raza, etnia y género: Informe*. Dirección General de Atención Humanitaria e Inclusión Social de la Inmigración, Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. [ISBN 978-84-09-41122-1]

Fundación Alternativas. (2022). *La percepción de la inmigración entre los jóvenes en España, Dinamarca y Rumanía*. Julio 2022. (Informe 40dB). Fundación Alternativas.
https://www.alianzaporlasolidaridad.org/axs2020/wp-content/uploads/Informe_ESP.pdf

García-Ordóñez, O. A., Cejas-Leyva, L. M., Moreno-De La Herrán, I. A., y Ledezma-Mercado, J. N. (2024) The influence of social media on the construction of adolescent identities: A study from social psychology in multicultural contexts. *Journal of Contemporary Sociology*, 11(30), 1-7.

García Ortega, A. (2022, 22 de noviembre). *¿Crees que puedes escapar de la desinformación? Llegan los escape rooms de alfabetización mediática*. Revista de Innovación en Periodismo.
[¿Crees que puedes escapar de la desinformación? Llegan los escapes rooms de alfabetización mediática – Revista de Innovación en Periodismo](#)

GEA 21. (2019). *Percepciones, discursos y actitudes hacia las personas inmigrantes en un barrio de Madrid*. OBERAXE.
https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento_0119.htm

Gniewosz, B., y Noack, P. (2015). Parental influences on adolescents' negative attitudes toward immigrants. *Journal of Youth and Adolescence*, 44, 1787-1802.

González-Enríquez, C. y Rincken, S. (2021). La opinión pública ante la inmigración y el efecto VOX (ARI 33/2021). *Real Instituto Elcano*.
<https://www.realinstitutoelcano.org/en/analyses/spanish-public-opinion-on-immigration-and-the-effect-of-vox/>

Guan, Y. (2024). A study of adolescents' behavioral responses to public events and guidance trends in social media platforms. *Journal of Social Science Humanities and Literature*, 7(2), 112-124.

Herrero-Diz, P., Conde-Jiménez, J., y Reyes-de-Cózar, S. (2021). Spanish adolescents and fake news: level of awareness and credibility of information. *Culture and Education*, 33(1), 1-27.

Herzog, B. (2023). *Migraciones y discursos: Propuestas para el debate público* (B. Herzog, Ed.). Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia - Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. <https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/index.htm>

INE (2024). Porcentaje de población extranjera por comunidad autónoma y provincia.
https://www.ine.es/jaxi/Datos.htm?path=/t20/e245/p04/provi/&file=@tamu004.px#_tabs-mapa

Iglesias, J., y Ares, A. (2021). *Lo que esconde el sosiego: Prejuicio étnico y relaciones de convivencia entre nativos e inmigrantes en barrios populares*. Fundación FOESSA.

Iglesias Martínez, J., Ares Mateos, A., Rodríguez Calles, L., Estrada Villaseñor, C., y de la Fuente Pérez, M. C. (2022). *Caminos de convivencia: Claves para una adecuada integración social y convivencia intercultural en contextos locales*. Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE), Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

Instituto Nacional de Estadística (INE). (2024). *Censo 2024*.
<https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/CENSO2024.htm>

Institut Valencià de la Joventut (IVAJ). (2023). *Red RUMRUM: Red Antirumores de la Comunitat Valenciana*. Generalitat Valenciana. <https://ivaj.gva.es/es/nace-rumrum-la-red-antirumores>

Junquera, N., Álvarez, J. A. y Clemente, Y. (2024, octubre 8). El 57% cree que hay "demasiados" inmigrantes en España y el 75% los asocia a conceptos negativos. *El País*. <https://elpais.com/espana/2024-10-08/el-57-cree-que-hay-demasiados-inmigrantes-en-espana-y-el-75-los-asocia-a-conceptos-negativos.html>

Ku, K. Y., Kong, Q., Song, Y., Deng, L., Kang, Y., y Hu, A. (2019). What predicts adolescents' critical thinking about real-life news? The roles of social media news consumption and news media literacy. *Thinking Skills and Creativity*, 33, 100570.

La Roi, C., Dijkstra, J. K., Kretschmer, T., Savickaitė, R., y Veenstra, R. (2020). Peers and homophobic attitudes in adolescence: Examining selection and influence processes in friendships and antipathies. *Journal of Youth and Adolescence*, 49(11), 2229-2245.

Leurs, K., Agirreazkuenaga, I., Smets, K., y Mevsimler, M. (2020). The politics and poetics of migrant narratives. *European Journal of Cultural Studies*, 23(5), 679-697.

Lowenstein-Barkai, H., y Lev-on, A. (2022). News videos consumption in an age of new media: A comparison between adolescents and adults. *Journal of Children and Media*, 16(1), 78-94.

Mahía Casado, R. y Medina Moral, E. (2022). *Informe sobre la integración de los estudiantes extranjeros en el sistema educativo español*. Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE). <https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/index.htm>

Maldita.es. (s.f.). *Frena. Verifica. Comparte*. <https://frenayverifica.maldita.es/>

Mansergas, A. (2025, 25 de marzo). *El testimonio de un menor no acompañado: "Quien es racista, le falta información"*. Cadena SER. <https://cadenaser.com/comunitat-valenciana/2025/03/25/el-testimonio-de-un-menor-no-acompanado-quien-es-racista-le-falta-informacion-radio-valencia/>

Migration Summit. (s.f.). *Deliberation and the civic mission of youth-led organizations*. <https://www.migrationsummit.org>

Miklikowska, M. (2017). Development of anti-immigrant attitudes in adolescence: The role of parents, peers, intergroup friendships, and empathy. *British Journal of Psychology*, 108(3), 626-648.

Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones. (s.f.). *Programa Nacional del Fondo de Asilo, Migración e Integración (FAMI) 2021-2027*. Gobierno de España. <https://www.inclusion.gob.es/web/migraciones/programa-nacional>

Musolff, A. (2019). *Language aggression in public debates on immigration*. John Benjamins Publishing Company.

Mut-Montalva, E., Torres, F., Pérez, Y., y Monsell, M. (2020). La convivencia en una ciudad multicultural: Valencia en las dos últimas décadas. *V Congreso Internacional de Estudios de Desarrollo* (pp. 2029-2052). Bilbao. [ISBN 978-84-16257-56-0]

Nicolás, J. (2024, octubre 11). ¿Por qué los jóvenes son de derechas? *El País*. <https://elpais.com/opinion/2024-10-11/por-que-los-jovenes-son-de-derechas.html>

Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE). (2024). *Informe anual de monitorización del discurso de odio en redes sociales 2023*. Ministerio de Inclusión, Seguridad

Social y Migraciones.

https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento_0164.htm

OCC y Empodera.org. (s.f.). *Untold Stories: The power of Digital Storytelling to promote intercultural dialogue*. <https://empodera.org/untold-stories-the-power-of-digital-storytelling-to-promote-intercultural-dialogue/>

Olmos Alcaraz, A. (2023). Desinformación, posverdad, polarización y racismo en Twitter: análisis del discurso de Vox sobre las migraciones durante la campaña electoral andaluza (2022). <https://digibug.ugr.es/handle/10481/85226>

Organización Internacional para las Migraciones (OIM). (2023). *Migrando Miradas: Evento de formación del 5 al 7 de mayo en Madrid*. <https://spain.iom.int/es/events/evento-formacion-migrando-miradas-del-5-al-7-de-mayo-madrid>

Organización Mundial de la Salud (OMS, s.f.). Adolescent health. https://www.who.int/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1

Osorio García de Oteyza, M., y Catela Marcos, I. (2023). Tweets on migrants during the election campaigns in the Community of Madrid. *Comunicación y Sociedad*, e8418.

Oxfam Intermón. (2019). *Cinco historias de la frontera: Cuaderno de trabajo para la tutoría y la acción educativa*. [c0591f0ac0d695e726ba19b51bd11b1c000063.pdf](https://oxfamintermon.org/documentos/cinco-historias-de-la-frontera-cuaderno-de-trabajo-para-la-tutoria-y-la-accion-educativa-c0591f0ac0d695e726ba19b51bd11b1c000063.pdf)

Papapicco, C., Lamanna, I., y D'Errico, F. (2022). Adolescents' vulnerability to fake news and to racial hoaxes: A qualitative analysis on Italian sample. *Multimodal Technologies and Interaction*, 6(3), 20.

Pennycook, G., y Rand, D. G. (2021). The psychology of fake news. *Trends in Cognitive Sciences*, 25(5), 388-402.

Pires, F., Masanet, M. J., Tomasena, J. M., y Scolari, C. A. (2022). Learning with YouTube: Beyond formal and informal through new actors, strategies and affordances. *Convergence*, 28(3), 838-853.

Poslon, X. D., Láštiová, B., y Prošek, T. (2024). Threat mediates the effect of perceived anti-prejudice social norms on adolescents' preferences for immigrants' acculturation. *International Journal of Intercultural Relations*, 102, 102042.

Ramos Hidalgo, R. M. (2023). Bolivianas en España: entramado de historias migratorias y roles de género. *Revista de Investigaciones Feministas*, 14(1), 97-107.

Rocu Gómez, P., Barbosa Rodrigues, F., y Ramírez-Rico, E. (2024). ¿Es discriminado el alumnado africano y afrodescendiente en el ámbito deportivo escolar? Análisis y decálogo antirracista. Observatorio Español del Racismo y la Xenofobia (OBERAXE), Ministerio de Inclusión, Seguridad Social y Migraciones.

https://www.inclusion.gob.es/oberaxe/es/publicaciones/documentos/documento_0162.htm

Sánchez, A. (2025, 8 de marzo). *El Consell Valencià de la Joventut pide reforzar la educación en igualdad y hacer frente a los discursos machistas*. Cadena SER.

<https://cadenaser.com/comunitat-valenciana/2025/03/08/el-consell-valencia-de-la-joventut-pide-reforzar-la-educacion-en-igualdad-y-hacer-frente-a-los-discursos-machistas-radio-valencia/>

Schweiger, S., y Cress, U. (2019). Attitude confidence and source credibility in information foraging with social tags. *PloS one*, 14(1), e0210423.

- Selnes, F. N. (2024). Fake news on social media: Understanding teens' (Dis) engagement with news. *Media, Culture & Society*, 46(2), 376-392.
- Serafis, D., Zappettini, F., y Assimakopoulos, S. (2023). The institutionalization of hatred politics in the Mediterranean: Studying corpora of online news portals during the European 'refugee crisis'. *Topoi*, 42(2), 651-670.
- Shu, K., Mahudeswaran, D., Wang, S., Lee, D., y Liu, H. (2020). Fakenewsnet: A data repository with news content, social context, and spatiotemporal information for studying fake news on social media. *Big Data*, 8(3), 171-188.
- Sormanen, N., Rantala, E., Lonkila, M., y Wilska, T. A. (2022). News consumption repertoires among Finnish adolescents: Moderate digital traditionalists, minimalist social media stumblers, and frequent omnivores. *Nordicom Review*, 43(2), 234-253.
- Suárez-Orozco, C., y Qin, D. B. (2006). Gendered perspectives in psychology: Immigrant origin youth. *International Migration Review*, 40(1), 165-198.
- Téllez Infantes, M., y Sanfélix Albelda, J. (2022). *Estudio y diagnóstico sobre los hombres urbanos de la Comunidad Valenciana desde la perspectiva de género*. Generalitat Valenciana. <https://inclusio.gva.es/documents/383153989/383297414/UMH+Hombres+urbanos+desde+la+perspectiva+de+género.pdf>
- Theorin, N. (2021). How news frames affect immigration attitudes: Perceptions and emotions as underpinning mechanisms?. In *Media and public attitudes toward migration in Europe* (pp. 190-208). Routledge.
- Torres, F. (Dir.), Pérez, Y., Mut, E., Giner, J., y Monsell, M. (2018). *Hacia una ciudad intercultural: El vecindario inmigrante en Valencia. 2006-2016. Estudio-diagnóstico de la inmigración en la ciudad de València y materiales para el diseño del Plan Municipal de Inmigración e Interculturalidad 2018-2022. Concejalía de Cooperación al Desarrollo y Migración. Ayuntamiento de Valencia*. ISBN: 978-84-9089-105-6. <https://www.researchgate.net/publication/323259435>
- Torres, F., Pérez, Y., Mut, E., y Giner, J. (2019). *Plan marco municipal de inmigración e interculturalidad 2019-2022*. Torres, F. (Dir.), Ayuntamiento de Valencia.
- Valdés, I., y Castro, S. (2025, 21 de abril). *Bróders, el foro que escucha a los chicos: de los celos y las relaciones amorosas al tamaño del pene*. El País. [Bróders, el foro que escucha a los chicos: de los celos y las relaciones amorosas al tamaño del pene | Sociedad | EL PAÍS](#)
- van Zalk, M. H. W., y Kerr, M. (2014). Developmental trajectories of prejudice and tolerance toward immigrants from early to late adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 43, 1658-1671.
- van Zalk, M. H. W., Kerr, M., Van Zalk, N., y Stattin, H. (2013). Xenophobia and tolerance toward immigrants in adolescence: Cross-influence processes within friendships. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 41, 627-639.
- Vidal-Coso, E., y Miret-Gamundi, P. (2014). The labour trajectories of immigrant women in Spain: Are there signs of upward social mobility?. *Demographic Research*, 31, 337-380.
- Villena, P. (2025, mayo 24). *Falange Española sale a las calles de Madrid en una manifestación llena de adolescentes*. El País. <https://elpais.com/espana/madrid/2025-05-24/falange-espanola-sale-a-las-calles-de-madrid-en-una-manifestacion-llena-de-adolescentes.html>

Vissenberg, J., Coninck, D. D., y d'Haenens, L. (2021). Relating adolescents' exposure to legacy and digital news media and intergroup contact to their attitudes towards immigrants. *Communications*, 46(3), 373-393.

Zafra, I. (2025, 24 de marzo). "Están en contra del feminismo y hablan bien de Franco": los profesores luchan contra la ola de extrema derecha de sus alumnos. *El País*.
<https://elpais.com/educacion/2025-03-24/estan-en-contra-del-feminismo-y-hablan-bien-de-franco-los-profesores-luchan-contra-la-ola-de-extrema-derecha-de-sus-alumnos.html>

Ziv, L., y Yavetz, G. (2025). Navigating the political minefield: Strategies for online participation in a polarized society. *Frontiers in Communication*, 10, 1528169.

UNESCO. (s.f.). Media and Information Literacy Curriculum for Teachers.
<https://www.unesco.org/mil4teachers/en/curriculum>

UNESCO MGIEP. (s.f.). *Talking Across Generations on Education (TAGe)*.
<https://mgiep.unesco.org/tag>

Anexo 1

Cuestionario

Presentación

Percepciones Juveniles sobre la Migración Forzada: Narrativas, Discursos e Impactos en la Comunitat Valenciana

Estimado/a estudiante,

La Universidad de Alicante, junto con la Fundación Ayuda en Acción, está realizando un estudio para comprender cómo perciben los procesos migratorios los y las jóvenes. Queremos conocer tus experiencias sobre este tema.

Tómate el tiempo que necesites en contestar. El cuestionario es completamente confidencial y anónimo, y tus datos serán utilizados exclusivamente con fines científicos y estadísticos. No hay respuestas correctas o incorrectas, lo que nos interesa es conocer tus opiniones.

Nos gustaría darte las gracias de antemano por tu participación y por tomarte el tiempo para contestar el cuestionario.

Dra. Carla Rodríguez Sánchez Directora del Proyecto Departamento de Marketing Universidad de Alicante	Dr. Franco Sancho Esper Co-director del Proyecto Departamento de Marketing Universidad de Alicante
---	--

ACEPTACION He leído y entendido las instrucciones y QUIERO formar parte del estudio.

- Si, Acepto (1)
- No (2)

P1. Si pudieras elegir, ¿en qué tipo de sociedad te gustaría vivir?

- Una sociedad con personas de diferente origen, cultura y religión. (1)
- Una sociedad en la que la gran mayoría de la gente tenga el mismo origen, cultura y religión. (2)

P2. Indica las 3 opciones que primero te vienen a la mente cuando oyes la palabra INMIGRACIÓN. (Marca solo 3 opciones). Respuestas aleatorizadas.

- Personas extranjeras (10)
- Nacionalidades o etnias concretas (11)

- Imagen de las pateras (12)
- Su propia condición de inmigrantes (13)
- Necesidad de venir a trabajar (14)
- Refugiados, huida, guerra (15)
- Historias de españoles emigrantes (16)
- Pobreza y desigualdad (17)
- Sentimiento de empatía y solidaridad (18)
- Efectos positivos sobre la cultura, la economía y el trabajo (19)
- Aumento desmedido de inmigrantes (20)
- Ilegalidad, irregularidad (21)
- Privilegios sociales frente a los españoles (22)
- Efectos negativos sobre la cultura, la economía, el trabajo (23)
- Sentimiento de amenaza por hallarse España en un contexto de crisis (24)
- Sentimientos negativos directos hacia la inmigración (25)
- Problemas de integración, delincuencia e inseguridad (26)
- Referencias genéricas a que es un problema (27)
- Cobertura de trabajos esenciales para el funcionamiento de la sociedad. (28)
- Fortalecimiento de las relaciones internacionales y multiculturalidad. (29)

P3. Indica las 3 opciones que primero te vienen a la mente cuando se habla de INMIGRANTES que viven en ESPAÑA. (Marca solo 3 opciones). Respuestas aleatorizadas.

- Marroquíes (10)

- Rumanos (11)
- Ecuatorianos (12)
- Colombianos (13)
- Peruanos (14)
- Argentinos (15)
- Latinoamericanos, hispanos, hispanoamericanos (en general) (16)
- Chinos (17)
- Africanos (en general) (18)
- Negros (19)
- Árabes (20)
- Musulmanes (21)
- Búlgaros (22)
- Ucranianos (23)
- Otras nacionalidades específicas de países del Este y Europa del Este (ej-. Polonia, Bulgaria, etc.) (24)
- Senegaleses (25)
- Nigerianos (26)
- Otras nacionalidades subsaharianas (27)
- Nacionalidades específicas de Europa occidental (ej. Francia, Alemania, etc.) (28)
- Bolivianos (29)
- Otras nacionalidades específicas de Latinoamérica (30)

- Moros (31)
- Gitanos (32)
- Gitanos rumanos (33)
- Integristas, islamistas (34)
- Extranjeros, personas de otros países (35)
- Referencias a personas conocidas (familia) (36)
- Refugiados (37)
- Otras nacionalidades específicas asiáticas (en general) (38)
- Sirios (39)

P4. En tu opinión, ¿el número de inmigrantes que hay actualmente en España es...?

- Muy bajo (sería mejor que hubiera más inmigrantes). (1)
- Aceptable, está bien. (2)
- Elevado número de inmigrantes. (3)
- Excesivo número de inmigrantes. (4)

P5. Marca en cada una de las siguientes afirmaciones el número que mejor refleje tu opinión sobre el impacto de la inmigración en nuestro país. Cuanto más te acerques al 1 o al 7 más de acuerdo estás con la versión de la columna de la izquierda (1) o la derecha (7). LA INMIGRACIÓN EN NUESTRO PAÍS (ESPAÑA)....

	1	2	3	4	5	6	7	
Quita empleos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Genera empleos
Es mala para la economía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Es buena para la economía
Se aprovechan de los recursos públicos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	educación, sanidad, vivienda...

Perjudica la vida cultural	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Enriquece la vida cultural
Dificulta la convivencia	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Facilita la convivencia

P6. ¿Con qué frecuencia HABLAS sobre temas de inmigración en los siguientes contextos (situaciones)?

	Nunca (1)	Muy raramente (2)	Raramente (3)	Ocasionalmente (4)	Frecuentemente (5)	Muy frecuentemente (6)	Siempre (7)
Con tu familia (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Con amigos/as (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En el instituto (con compañeros/as o profesores/as) (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En redes sociales (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En actividades extracurriculares (deportes, clubes, asociaciones, etc.) (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En otros espacios (escribelo): (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P7. ¿Cuáles son las TRES principales fuentes de información que usas para informarte sobre temas de actualidad relacionados con la inmigración? (Marca solo 3 opciones). Respuestas aleatorizadas.

- Televisión (10)
- Redes sociales (Instagram, Twitter, Facebook, Tik Tok, etc.) (11)
- Periódicos online (12)
- Blogs o foros (13)
- Amigos o familiares (14)
- Podcasts o videos en plataformas (YouTube, Spotify, etc.) (15)

Radio (16)

Otras fuentes (escribela) (17) _____

P8. ¿Qué tan CREÍBLES consideras las siguientes fuentes de información para informarte sobre temas de actualidad relacionados con la inmigración? Respuestas aleatorizadas.

	Nada creíble (1)	Muy poco creíble (2)	Poco creíble (3)	Algo creíble (4)	Bastante creíble (5)	Muy creíble (6)	Totalmente creíble (7)
Televisión (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Redes sociales (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Periódicos online (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Blogs o foros (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Amigos o familiares (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Podcasts o videos en plataformas (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Radio (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P9. En general, ¿qué sentimientos te producen las noticias que recibes sobre inmigración? Respuestas aleatorizadas.

LAS NOTICIAS SOBRE INMIGRACIÓN ME PRODUCEN...

	1. No describe bien mis sentimientos en absoluto (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7. Describe muy bien mis sentimientos (7)
Empatía (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pena (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Interés (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ira (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Hartazgo (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Esperanza (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Preocupación (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P10. ¿Con qué frecuencia DUDAS de una noticia o información sobre inmigración y BUSCAS más información para saber si la noticia que has leído (por ejemplo, en redes sociales) es cierta o no (es decir, contrastas la información) mirando otras fuentes de información (por ejemplo, con periódicos online)? (Contraste de posibles fake news)

- Nunca (1)
- Muy raramente (2)
- Raramente (3)
- Ocasionalmente (4)
- Frecuentemente (5)
- Muy frecuentemente (6)
- Siempre (7)

P11. ¿Qué tipo de fuentes de información utilizas para contrastar dicha información? (Selecciona todas las opciones que correspondan). Respuestas aleatorizadas.

- Medios nacionales (10)
- Medios internacionales (11)
- Medios de tu país de origen (sólo si eres inmigrante) (12)
- Redes sociales (13)
- Sitios de verificación de hechos (fact-checking) (14)
- Opiniones de expertos (15)
- Blogs y foros (16)
- Familiares (40)

Amigos/as (41)

Otras fuentes (escribela): (17)

P12. ¿En qué situaciones DUDAS de una noticia o información sobre inmigración y BUSCAS más información para saber si la noticia que has leído es cierta o no? (Selecciona todas las opciones que correspondan).

Cuando la información parece poco objetiva. (10)

Cuando la información parece un bulo. (11)

Cuando es un tema importante y quiero asegurarme de su veracidad. (12)

Cuando desconfío de la fuente original. (13)

Cuando otras personas la ponen en duda. (14)

En otros casos (escribelo): (15) _____

P13. ¿En qué medida utilizas las siguientes redes sociales?

	Nunca (1)	Muy raramente (2)	Raramente (3)	Ocasionalmente (4)	Frecuentemente (5)	Muy frecuentemente (6)	Siempre (7)
WhatsApp (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitter (actualmente X) (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Instagram (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
TikTok (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Facebook (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Youtube (6)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Snapchat (7)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Twitch (8)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Otras (escribela): (9)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P14. ¿Con qué frecuencia interactúas o reaccionas con publicaciones sobre inmigración en redes sociales...

	Nunca (1)	Muy raramente (2)	Raramente (3)	Ocasionalmente (4)	Frecuentemente (5)	Muy frecuentemente (6)	Siempre (7)
... dando "me gusta"? (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... comentando? (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... compartiendo? (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...compartiendo y generando contenido propio? (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
... denunciando, bloqueando? (5)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

P16. Haz lo mismo que en la pregunta anterior (es decir, indicar grado de acuerdo y probabilidad de compartir) con las siguientes afirmaciones. Nivel de acuerdo: 1 = Total desacuerdo - 7 = Total acuerdo. Probabilidad de compartir en redes sociales: 1 = Muy poco probable - 7 = Muy probable.

	Grado de acuerdo							Probabilidad de compartir en redes sociales						
	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)	1 (1)	2 (2)	3 (3)	4 (4)	5 (5)	6 (6)	7 (7)
La diversidad cultural que aportan los inmigrantes enriquece nuestra sociedad y fomenta el aprendizaje mutuo. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Los inmigrantes contribuyen al desarrollo económico de nuestro país mediante su trabajo y esfuerzo. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
El intercambio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

cultural con personas inmigrantes nos ayuda a construir una sociedad más inclusiva y solidaria. (3)
 Los inmigrantes desempeñan un papel clave en áreas esenciales como la salud, el cuidado y las pensiones, contribuyendo al bienestar de todos... (4)

P17. A continuación IMAGÍNAE en las siguientes SITUACIONES COTIDIANAS en las que tuvieras que recurrir a distintas personas... ¿quién te esperarías que te atendiera en cada una de estas situaciones, una mujer o un hombre o cualquiera de ellos? ¿y en relación a su origen/nacionalidad?

	SEXO			ORÍGEN		
	Hombre (1)	Mujer (2)	Cualquiera (3)	Nacional (España) (1)	Inmigrante (2)	Cualquiera (3)
Para trabajar en albañilería, reparaciones de la caldera, calentador, lavadora o lavavajillas. (1)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si acudiera a la policía o a la guardia civil a poner una denuncia. (2)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Coger un taxi. (3)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si acudes al médico. (4)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Si llamas a alguien para reparar un ordenador. (10)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si buscas a alguien para cuidar a un bebé, una persona anciana o dependiente. (11)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Las personas que presentan un informativo en televisión. (12)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Si vas a escuchar un podcast, o ver videos en internet. (13)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

SOBRE TI...

P18. Sexo:

- Masculino (1)
- Femenino (2)
- No binario / tercer género (3)

P19. Indica tu edad

P20. ¿Cuál es tu situación actual en cuanto a nacionalidad? (Selecciona una sola opción)

- Sólo tengo la nacionalidad española. (1)
- Tengo doble nacionalidad (española y otra). (2)
- Tengo únicamente la nacionalidad de otro país. (3)

P21. Dirías que donde resides tú es:

- Área rural o villa (menos de 1.500 habitantes) (1)
- Pueblo (entre 1.501 y 10.000 habitantes) (2)
- Ciudad (entre 10.001 habitantes y 250.000 habitantes) (3)
- Gran ciudad (más de 250.000 habitantes) (4)

P22. Imagina que hay elecciones generales mañana y puedes votar. ¿A qué partido político votarías de los siguientes? (Selecciona sólo una opción). Respuestas aleatorizadas.

- Podemos/Sumar (1)
- PSOE (2)
- PP (3)
- VOX (4)
- Otro: (Escríbelo) (5) _____
- No votaría (6)
- No sabe/No contesta (7)

Anexo 2

Guión Focus Group

Introducción

Bienvenida y Presentación

Explicación del propósito:

Este *focus group* forma parte de un estudio de la Universidad de Alicante en colaboración con la Fundación Ayuda en Acción. Nos interesa conocer cómo los jóvenes perciben la migración y cómo interpretan la información que reciben sobre este tema.

Reglas básicas:

- No hay respuestas correctas o incorrectas, buscamos opiniones honestas.
- Se respeta el turno de palabra y todas las opiniones.
- Se garantiza el anonimato y la confidencialidad de lo que se diga aquí.

Dinámica de calentamiento:

Para romper el hielo, vamos a hacer una pequeña presentación. Digan su nombre y cuenten algo breve sobre ustedes, por ejemplo, cuál es su película favorita o qué red social usan más para informarse."

Bloque 1: percepción general sobre la migración

Objetivo: Explorar actitudes y percepciones generales sobre la inmigración.

Pregunta de apertura:

- Si tuvieran que describir la inmigración en España en pocas palabras, ¿qué palabras usarían? ¿Por qué?"

Experiencias personales y cercanas:

- ¿Conocen a personas migrantes en su entorno (amigos, compañeros de clase, vecinos)?

- ¿Cómo describirían su experiencia en España?
- ¿Han sentido que la migración ha cambiado su comunidad o su escuela de alguna manera?"

Discusión de estereotipos:

- En la encuesta previa, algunas personas mencionaron palabras como ‘trabajo’, ‘pobreza’ o ‘delincuencia’ cuando piensan en inmigración. ¿Por qué creen que estas palabras aparecen? ¿Cómo se forman estos pensamientos?"

Bloque 2: fuentes de información y su impacto

Objetivo: Analizar cómo las redes sociales y otros medios influyen en la percepción de la inmigración.

Medios de información:

- ¿Dónde suelen informarse sobre noticias de inmigración? ¿Redes sociales, televisión, familia, escuela? ¿Qué fuente les parece más confiable?
- ¿Cómo influyen en ustedes las imágenes y noticias que ven sobre inmigración? ¿Les generan emociones como empatía, miedo, rechazo?

Fake news y discursos polarizados:

- ¿Han visto noticias falsas o engañosas sobre inmigración? ¿Cómo las identifican?
- ¿Qué tipo de discursos o comentarios ven en redes sociales sobre inmigración? ¿Cómo reaccionan ante ellos?

Impacto en la convivencia:

- ¿Cómo creen que la información que consumimos afecta la manera en que tratamos a personas migrantes en la vida diaria?

Bloque 3: actitudes y convivencia en la escuela y la sociedad

Objetivo: Explorar cómo perciben la integración y convivencia con inmigrantes en su entorno.

Percepción de la diversidad en su comunidad:

- ¿Cómo describirían la convivencia entre personas de distintos orígenes en su escuela o barrio?
- ¿Han visto o vivido situaciones de discriminación o racismo? ¿Cómo creen que deberían abordarse?

Cambio de actitudes y soluciones:

- ¿Qué creen que se podría hacer para mejorar la convivencia entre personas migrantes y no migrantes en la escuela o en la sociedad?
- Si tuvieran que proponer una campaña en redes sociales para mejorar la percepción de la inmigración, ¿qué mensaje transmitirían?

Cierre y reflexión final

Objetivo: Sintetizar lo discutido y cerrar el grupo de manera positiva.

Reflexión:

- Después de esta conversación, ¿han cambiado o reforzado alguna de sus ideas sobre la inmigración?
- ¿Hay algo más que les gustaría compartir antes de terminar?

Agradecimiento y despedida.

