



Uso de redes sociales en la preadolescencia: diferencias de género

Zara Suárez-García y David Álvarez-García*

Universidad de Oviedo, Oviedo (España)

PALABRAS CLAVE

Aplicaciones móviles
Educación Primaria
Internet
Socialización
Redes sociales

RESUMEN

Las redes sociales se han convertido en un contexto de gran influencia en la socialización, el aprendizaje y la formación de la personalidad de infantes y adolescentes. El presente trabajo parte de dos objetivos. Por un lado, conocer la prevalencia de uso de redes sociales en una muestra de preadolescentes españoles, analizando qué redes sociales usan más y posibles diferencias en función del género. Por otro lado, conocer a quién siguen y qué tipo de contenidos ven en las redes sociales, analizando también posibles diferencias entre ellos y ellas. Para ello, se aplicó un cuestionario de autoinforme sobre uso de redes sociales a 548 estudiantes (49.7% chicas) de 6º de Educación Primaria (10-13 años). Los resultados obtenidos muestran un uso generalizado de las redes sociales en estas edades. Principalmente se usan aplicaciones que permiten compartir y ver vídeos, así como aplicaciones de mensajería instantánea. El patrón de uso muestra resultados congruentes con los roles de género tradicionales. Los chicos siguen más que las chicas publicaciones sobre deporte o videojuegos. Las chicas siguen más que los chicos publicaciones sobre música, moda, salud/belleza, política, arte y famosos. Las chicas siguen a través de redes sociales a familiares, en mayor medida que los chicos. Se discuten las principales implicaciones educativas de estos resultados.

Use of social networks in preadolescence: gender differences

KEYWORDS

Mobile apps
Primary Education
Internet
Socialization
Social networks

ABSTRACT

Social networks have become a context of great influence in the socialization, learning and formation of the personality of children and adolescents. This work has two objectives. On the one hand, to know the prevalence of the use of social networks in a sample of Spanish preadolescents, analyzing which social networks they use more and possible gender differences. On the other hand, knowing who they follow and what kind of content they see on social networks, also analyzing possible gender differences. For this, a self-report questionnaire on the use of social networks was applied to 548 students (49.7% girls) in the 6th year of Primary Education (10-13 years old). The obtained results show a generalized use of social networks in these ages. Applications that allow sharing and viewing videos, as well as instant messaging applications, are mainly used. The pattern of use shows results consistent with traditional gender roles. Boys follow publications about sports or video games more than girls. Girls follow publications about music, fashion, health/beauty, politics, art and celebrities more than boys. Girls follow family members through social networks to a greater extent than boys. The main educational implications of these results are discussed.

En los países desarrollados, el uso de Internet y de las redes sociales es cada vez más necesario, ya casi una exigencia, para la vida diaria. Los infantes y jóvenes crecen en un entorno en el que observan el uso de aplicaciones y dispositivos de forma cotidiana. En este contexto, su acceso como usuarios es cada vez

más temprano. Ya en el primer año de vida, los infantes interactúan con dispositivos de acceso a Internet en actividades dirigidas por los adultos, principalmente para calmarlos, entretenerlos o dormirlos (Kabali et al., 2015). Progresivamente, los manejan de manera cada vez más autónoma, a medida que van conso-

* Autor de correspondencia: David Álvarez-García. Facultad de Psicología, Universidad de Oviedo; Plaza Feijóo, s/n; CP33003; Oviedo, Asturias, España. alvarezgardavid@uniovi.es

Cómo citar: Suárez-García, Z., y Álvarez-García, D. (2023). Uso de redes sociales en la preadolescencia: diferencias de género. *Psychology, Society & Education*, 15(1), 30-39. <https://doi.org/10.21071/psyc.v15i1.15277>

Recibido: 27 de octubre de 2022. Primera revisión: 13 de febrero de 2023. Aceptado: 22 de marzo de 2023.

ISSN 1989-709X | © 2023. Psy, Soc & Educ.



lidando sus habilidades motrices y cognitivas. Entre el 30% y el 75% de los infantes europeos de 3 años utilizan Internet de manera activa (Holloway et al., 2013), lo cual se ve facilitado gracias al diseño de dispositivos cada vez más accesibles (por ej., *tablets* o *smartphones*) y de aplicaciones específicamente diseñadas para estas edades, principalmente educativas o de entretenimiento (Holloway et al., 2013; Huber et al., 2018). En torno a los 6 o 7 años aumenta el uso autónomo de Internet (Gamito et al., 2020), coincidiendo con la adquisición de la lectoescritura. Y así, el uso de redes sociales comienza también en edades tempranas, anteriores a las legalmente permitidas. Así, por ejemplo, Charmaraman et al. (2022) hallan en una muestra de estudiantes de Estados Unidos que más del 40% comenzaron a usar redes sociales como Instagram o Snapchat antes de los 10 años.

Las redes sociales se han convertido en los últimos años en uno de los contextos con mayor influencia en la socialización, el aprendizaje y la formación de la personalidad de infantes y adolescentes. Estar en las redes sociales se convierte en una exigencia social y es habitual utilizarlas para relacionarse (García y Del Hoyo, 2013). Las redes sociales permiten mantener el contacto con conocidos, familia o amigos, o establecer nuevas amistades. Favorecen el acceso a la información, la participación social y el aprendizaje; y los contenidos transmitidos a través de las redes o el *feedback* recibido a través de ellas contribuyen a la formación del autoconcepto, actitudes y comportamientos (Cipolletta et al., 2020).

Las personas a las que los menores ven en las redes sociales pasan a ser personas de referencia, atractivas, se convierten en modelos de conducta al igual que hasta el momento lo eran personas que aparecían en medios de comunicación y entretenimiento tradicionales, como el cine o la televisión. En un reciente estudio con estudiantes de 5º y 6º de Educación Primaria de España (Gutiérrez y Ramírez, 2022) en torno al 30% informaron que querían ser *youtubers* y/o *influencers*.

Por lo tanto, dado lo habitual de su uso y su potencial impacto, es importante tratar de comprender la relación de los niños/as y adolescentes con las redes sociales. En este sentido, un aspecto a analizar es la prevalencia de uso y el tipo de red social que más suelen utilizar. En España, Fernández-Montalvo et al. (2015) señalan que en torno al 60% de los niños y niñas de 6º de Educación Primaria analizados en su estudio usan redes sociales. Cada red social tiene sus particularidades, en cuanto al tipo de información que se comparte, funcionalidades y ajustes de seguridad y privacidad. En términos generales, los infantes y adolescentes españoles suelen preferir las que permiten ver o compartir vídeos (Gutiérrez y Ramírez, 2021; Tejada et al., 2019). La plataforma concreta, depende de la muestra analizada, el contexto y el año en el que se realizó el estudio. Así, por ejemplo, en España, en el estudio de Tejada et al. (2019) con estudiantes de 6º de Primaria, las tres redes sociales más usadas por el alumnado encuestado fueron, en este orden, Youtube (68%), WhatsApp (61.1%) e Instagram (36.3%); mientras que en el estudio de Gutiérrez y Ramírez (2021) con estudiantes de 5º y 6º de Primaria la plataforma preferida fue TikTok (63%), seguida de Youtube (38.2%) e Instagram (36.2%). Algunas redes sociales actualmente en auge, como el caso de Twitch,

aún no han sido apenas estudiadas, por su reciente aparición. Estos resultados permiten observar la tendencia actual, en la que en los últimos años la plataforma más utilizada ha sido Youtube, con vídeos de mediana o larga duración de carácter muy variado (entre ellos, tutoriales y educativos), mientras que hoy en día hay una tendencia entre los menores y jóvenes hacia plataformas más orientadas hacia los vídeos muy breves y de entretenimiento (TikTok); o hacia los contenidos en directo, principalmente referidos a deportes y videojuegos (Twitch).

Estudios previos sugieren que existen diferencias de género en cuanto a la plataforma que más siguen habitualmente. Si bien la investigación al respecto aún es muy escasa, se observa una tendencia a un mayor uso de Youtube por parte de los chicos que de las chicas (Gutiérrez y Ramírez, 2022; Kaloeti et al., 2021); y de un mayor uso de TikTok (Gutiérrez y Ramírez, 2022) o Instagram (Kaloeti et al., 2021; Matković et al., 2020; Tejada et al., 2019) por parte de las chicas que de los chicos.

Otro aspecto a analizar para comprender el uso de redes sociales por parte de los menores en estas edades es el tipo de contenidos que habitualmente siguen (que está muy vinculado con lo anterior, es decir, con el tipo de red social usada). Los estudios que han tratado de analizarlo en estas edades han sido hasta el momento escasos. En un reciente trabajo, Gutiérrez y Ramírez (2021) hallan en una muestra de estudiantes de 5º y 6º de Primaria que los contenidos más seguidos en YouTube son, en este orden: música (74.3%), videojuegos (*gamers*) (66.2%), retos (52.2%), deporte (39.4%), memes (37%) y cine y animación (35.9%). No obstante, existen diferencias entre chicos y chicas: los chicos ven en YouTube más deporte, videojuegos, memes y motor que las chicas, mientras que las chicas ven más vídeos de música, belleza y moda. Los resultados obtenidos por Casas et al. (2022) con una muestra de estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria españoles van en la misma línea: los chicos siguen más a *youtubers* que juegan a videojuegos en línea (*gamers*) y que hacen video-reacciones, mientras que las chicas siguen más a los *youtubers* que tratan temas de moda y belleza y que hacen videoblogs de su día a día. La mayor tendencia a los juegos en línea por parte de los chicos y a visitar redes sociales y comunicarse en línea por parte de las chicas se encuentra también en estudios internacionales realizados con adolescentes (Thomas, et al., 2020).

En este sentido, los estudios mencionados realizan sus análisis partiendo de las tradicionales diferencias de género. Sin embargo, teniendo en cuenta las edades de las muestras analizadas, todos ellos tienen implicaciones sobre la construcción de la identidad de género, ya que estos resultados están influenciados por los estereotipos de género. En términos generales, los niños suelen preferir actividades que implican acción y el manejo de habilidades viso-espaciales, entre ellas las actividades deportivas, frente a las niñas, que suelen preferir actividades con un mayor componente socioafectivo, educativo y que implican el desarrollo de habilidades verbales (Cherney y London, 2006). Respecto a Internet y redes sociales, la tendencia es similar: los niños prefieren jugar a videojuegos sobre temáticas relacionadas con los socialmente aceptado como actividades para chicos, mientras que en estos contextos las chicas suelen

sentirse excluidas, ya que estas prácticas son menos prosociales (Leonhardt, y Overå, 2021).

A pesar de la importancia del tema, la investigación previa apenas se ha centrado en el uso de las redes sociales en la preadolescencia. Como se ha indicado, la evidencia previa sugiere la existencia de un perfil de uso de redes sociales diferente entre los niños y las niñas preadolescentes. Hasta donde sabemos, en España solo dos estudios describen estos perfiles en estas edades (Gutiérrez y Ramírez, 2021; Tejada et al., 2019). Sin embargo, ninguno de estos trabajos se centra en indagar sobre el tipo de perfil y contenido que consumen los chicos y las chicas de Educación Primaria en el Principado de Asturias, ni analiza nuevas plataformas como lo son Twitch, Discord o Hangout.

Por todo ello, este estudio tiene como finalidad avanzar en el conocimiento del uso que se hace de las redes sociales en la preadolescencia, al finalizar la Educación Primaria, utilizando para ello una muestra de estudiantes de 6° de Primaria de Asturias (España). Esto se concreta en dos objetivos. Por un lado, conocer la prevalencia de uso de redes sociales y qué redes sociales usan más. Por otro lado, conocer a quién siguen y qué tipo de contenidos ven en las redes sociales. En ambos casos, se analizarán posibles diferencias en función del género. Con respecto al primer objetivo, de acuerdo con la evidencia previamente revisada, se espera que en torno al 60% de los estudiantes analizados usen redes sociales, principalmente Youtube, Instagram, TikTok y WhatsApp. Se espera encontrar diferencias de uso entre los niños y las niñas preadolescentes, con un uso más habitual de Youtube por parte de los chicos y de TikTok o Instagram por parte de las chicas. Con respecto al segundo objetivo, se espera que los estudiantes sigan contenidos variados, principalmente de música y videojuegos, con diferentes tendencias en función del género: los chicos más videojuegos, deporte, humor y motor; y las chicas más música, belleza y moda.

Método

Participantes

Los datos de este estudio fueron recabados de 548 estudiantes de 6° de Educación Primaria, de entre 10 y 13 años ($M = 11.3$, $DT = 0.55$), pertenecientes a 15 centros educativos públicos y privado-concertados de Asturias (España). Para obtener la muestra de estudiantes, se utilizó un muestreo probabilístico por conglomerados, de una sola etapa: se seleccionaron aleatoriamente 15 centros de entre el conjunto de centros en los que se imparte Educación Primaria en Asturias y, dentro de cada uno de los centros seleccionados, se evaluó a todo el alumnado de 6° curso que accedió a participar en el estudio. No se realizó afiliación proporcional en función de la titularidad del centro.

El tamaño de muestra manejado es modesto: participaron en el estudio el 5.2% de los 289 centros de Educación Primaria de Asturias y el 6.4% de los 8,575 estudiantes de 6° de Educación Primaria matriculados durante el curso 2020/2021 según datos de la Sociedad Asturiana de Estudios Económicos e Industriales (www.sadei.es). Sin embargo, se puede considerar representativo en términos de titularidad del centro y género del alumnado.

En Asturias, 230 de los centros de Educación Primaria son públicos (un 79.6%) y 56 privados (el 20.4%), de los cuales 53 son concertados (18.3%) y 6 no concertados (2.1%). En el presente trabajo, participaron 12 centros públicos (un 80% de los centros seleccionados) y 3 privados (un 20%), si bien todos ellos concertados y ninguno no concertado.

De los estudiantes matriculados en 6° de Educación Primaria durante el curso 2020/2021, 4,358 (un 50.8%) eran chicos y 4,215 (un 49.2%) eran chicas. En la muestra manejada, el 50.3% eran chicos y el 49.7% eran chicas. El 100% de los participantes informó que usaba Internet; el 74.9% que disponía de móvil propio; y el 61.7% que su móvil era un Smartphone.

Instrumento

Cuestionario sobre uso de redes sociales. Se diseñó un cuestionario *ad hoc* para medir el uso de redes sociales en preadolescentes (si usan redes sociales, cuáles, a quién siguen y qué tipo de contenidos ven en ellas), al no haber encontrado entre la literatura previa un cuestionario con este fin, actualizado y validado. A partir de investigaciones previamente publicadas sobre el tema (Fernández-Montalvo et al., 2015; Tejada et al., 2019), se creó un primer listado de ítems, que se envió a cinco expertos en el tema de estudio para que valorasen en qué medida resultaba claro el contenido de cada ítem; en qué medida cada ítem representaba, guardaba relación, con el contenido que pretendía medir; y si echaban en falta algún indicador. Una vez analizada y tenida en cuenta la respuesta de los expertos, se construyó el cuestionario que finalmente fue aplicado.

La versión finalmente aplicada consta de 14 preguntas. En primer lugar, dos preguntas sociodemográficas: edad (pregunta abierta) y género (dicotómica: chico/chica). Posteriormente, 12 preguntas sobre uso de redes sociales. Mediante preguntas dicotómicas (Sí/No), se preguntó si tenían teléfono móvil propio; en caso afirmativo, si era un *smartphone*, si usaban Internet, si visitaban alguna red social, si tenían cuenta en una red social, si seguían especialmente a algún *youtuber*; y si seguían especialmente algún perfil de Instagram. Mediante preguntas de opción múltiple, con la posibilidad de elegir varias de las opciones dadas, se les preguntó qué redes sociales solían visitar, en qué redes sociales se habían creado una cuenta, a quién siguen habitualmente en redes sociales, qué tipo de *youtuber* seguían (en caso de que siguiesen a alguno), y qué tipo de perfil de Instagram seguían (si seguían alguno).

Los análisis de validez de contenido realizados sugieren que los ítems que conforman el test son claros y pertinentes. Con relación a los 12 ítems sobre el uso de redes sociales, ocho expertos juzgaron su claridad y su adecuación para evaluar el uso de redes sociales en estudiantes de 6° de Educación Primaria. Utilizaron para ello una escala de 0 a 10 puntos para cada uno de los dos parámetros, dando la oportunidad de añadir observaciones. El promedio de las respuestas de los evaluadores superó el umbral de los 7 puntos, que se estableció para dar por válido el ítem, en cada ítem y parámetro. Se recogieron propuestas de mejora en la forma y el contenido, que fueron incluidas, para dar lugar a la versión finalmente aplicada.

Procedimiento

Se solicitó autorización a los equipos directivos de los centros seleccionados para aplicar la escala en sus respectivos centros. Se les informó de los objetivos y procedimientos del estudio, así como del carácter anónimo y voluntario para el alumnado. Dada la minoría de edad del alumnado a evaluar, se solicitó consentimiento informado a sus familias. Los alumnos fueron evaluados al final del curso académico 2020/2021, en los meses de abril y mayo de 2021. Los cuestionarios fueron administrados en el aula por miembros del equipo investigador, en formato papel, en horario lectivo. Los estudiantes también fueron informados en el momento de la aplicación del cuestionario del carácter anónimo, confidencial y voluntario de la encuesta. Los estudiantes tuvieron, con carácter general, 20 minutos para responder al cuestionario, adaptándose el tiempo a algunos casos que así lo necesitaron. El presente estudio forma parte de un proyecto más amplio, aprobado por el Comité de Ética de la Investigación del Principado de Asturias (Proyecto Ref. 105/19).

Análisis de datos

Una vez aplicados los cuestionarios, se volcó la información al paquete estadístico SPSS 25 para Windows, con el que se realizaron los análisis. Los análisis estadísticos que se realizaron fueron análisis descriptivos, en términos de frecuencias y porcentajes, y análisis de chi-cuadrado para conocer si esos porcentajes están relacionados con el género o son independientes de él. Se utilizó el estadístico V de Cramer para identificar la magnitud de esa asociación.

Resultados

¿Qué porcentaje de estudiantes de 6° de Primaria usan redes sociales y qué red social utilizan?

Como se muestra en la Tabla 1, prácticamente la totalidad de los estudiantes consultados indican que visitan redes sociales (tengan o no un perfil creado en ellas). Respecto al orden de preferencia en el uso de las diferentes redes sociales, tanto en chicos como en chicas las dos redes sociales más visitadas son Youtube y TikTok. En el caso de los chicos notablemente más el primero que el segundo y en las chicas prácticamente a la par. Las siguientes redes más visitadas son Twitch, WhatsApp e Instagram, en el caso de los chicos en este orden, y en el caso de las chicas con Instagram y sobre todo WhatsApp por encima de Twitch.

Respecto a la diferente prevalencia en el uso de cada red social en función del género, los chicos usan más que las chicas Youtube, Twitch y Twitter. Las chicas usan más que los chicos WhatsApp, TikTok y Pinterest. La plataforma más asociada a los chicos es Twitch, seguida de TikTok, más usada por las chicas. Respecto a Instagram, no existen diferencias significativas de uso en función del género.

Como se muestra en la Tabla 2, el porcentaje de estudiantes que informan tener cuenta en una red social es muy elevado. En cuanto al orden de preferencia para crear una cuenta en una red social, las tres redes sociales donde tanto chicos como chicas, conjuntamente considerados, más se han creado una cuenta son, en este orden, TikTok, WhatsApp y Youtube. Analizando específicamente el orden de preferencia en chicas, se observa este mismo patrón. En el caso de los chicos, donde

Tabla 1

Visita a redes sociales: porcentaje y diferencias de género

| | N | Total (%) | H/M (%) | $\chi^2_{(g)}$ | V |
|--|-----|-----------|-----------|---------------------------|-------|
| 20. ¿Visitas redes sociales (tengas o no un perfil creado en ellas)? | 546 | 91.6 | 89.8/93.4 | 2.295 ₍₁₎ | .065 |
| 21. En caso afirmativo, ¿qué redes sociales sueles visitar? (Puedes señalar más de una, si fuese el caso) | | | | | |
| a) YouTube | 546 | 82.6 | 85.8/79.4 | 3.835 ₍₁₎ * | .084 |
| b) Twitch | 546 | 38.1 | 52.9/23.2 | 51.255 ₍₁₎ *** | .306 |
| c) WhatsApp | 546 | 55.7 | 49.6/61.8 | 8.138 ₍₁₎ ** | .122 |
| d) Instagram | 545 | 36.7 | 35.8/37.6 | 0.206 ₍₁₎ | .019 |
| e) Twitter | 546 | 11 | 15/7 | 8.883 ₍₁₎ ** | .128 |
| f) Facebook | 546 | 9.3 | 9.9/8.8 | 0.171 ₍₁₎ | .018 |
| g) TikTok | 546 | 62.5 | 54.4/70.6 | 15.293 ₍₁₎ *** | .167 |
| h) Otro | 546 | 8.2 | 7.7/8.8 | 0.243 ₍₁₎ | .021 |
| i. Discord | 546 | 2 | 2.5/1.5 | 0.802 ₍₁₎ | .038 |
| ii. Snapchat | 546 | 2.2 | 1.4/2.9 | 1.408 ₍₁₎ | .051 |
| iii. Pinterest | 546 | 0.7 | 0/1.5 | 4.074 ₍₁₎ * | .086 |
| iv. Hangouts | 546 | 0.4 | 0.4/0.4 | <0.001 ₍₁₎ | <.001 |

Nota. H = Hombre; M = Mujer.

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

Tabla 2*Disponibilidad de cuenta en alguna red social: porcentaje y diferencias de género*

| | N | Total (%) | H/M (%) | $\chi^2_{(gl)}$ | V |
|--|-----|-----------|-----------|---------------------------|-------|
| 22. ¿Tienes cuenta en una red social? | 548 | 86.1 | 85.5/86.8 | 0.212 ₍₁₎ | .02 |
| 21. En caso afirmativo, ¿en qué red social? (Puedes señalar más de una, si fuese el caso) | | | | | |
| a) YouTube | 548 | 58.2 | 64.4/51.6 | 9.634 ₍₁₎ ** | .133 |
| b) Twitch | 548 | 33.4 | 44.7/22 | 31.876 ₍₁₎ *** | .241 |
| c) WhatsApp | 548 | 60.2 | 55.6/64.8 | 4.839 ₍₁₎ * | .094 |
| d) Instagram | 548 | 35.6 | 34.5/36.6 | 0.26 ₍₁₎ | .022 |
| e) Twitter | 548 | 10.6 | 13.8/7.3 | 6.101 ₍₁₎ * | .106 |
| f) Facebook | 548 | 9.9 | 10.9/8.8 | 0.692 ₍₁₎ | .036 |
| g) TikTok | 548 | 63 | 56/70 | 11.454 ₍₁₎ ** | .145 |
| h) Otro | 548 | 14.2 | 12.7/15.8 | 1.026 ₍₁₎ | .043 |
| i. Discord | 548 | 4.2 | 4.3/4 | 0.035 ₍₁₎ | .008 |
| ii. Snapchat | 548 | 4.2 | 2.5/5.9 | 3.779 ₍₁₎ | .083 |
| iii. Messenger | 548 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| iv. Pinterest | 548 | 1.3 | 0.4/2.2 | 3.673 ₍₁₎ | .082 |
| v. Hangouts | 548 | 0.9 | 1.1/0.7 | 0.191 ₍₁₎ | .019 |
| vi. Telegram | 548 | 0.4 | 0.4/0.4 | <0.001 ₍₁₎ | <.001 |

Nota. H = Hombre; M = Mujer.

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.**Tabla 3***Tipo de perfiles que siguen en redes sociales: porcentaje y diferencias de género*

| | N | Total (%) | H/M (%) | $\chi^2_{(gl)}$ | V |
|--|-----|-----------|-----------|-------------------------|------|
| 24. ¿A quién sigues habitualmente en redes sociales (YouTube, Instagram, ...)? (Puedes señalar más de una opción, si fuese el caso) | | | | | |
| a) A nadie | 547 | 13 | 13.8/12.1 | 0.344 ₍₁₎ | .025 |
| b) Amigos/as-conocidos/as, que no son de tu clase | 547 | 59.8 | 58.2/61.4 | 0.588 ₍₁₎ | .033 |
| c) Compañeros/as de clase | 547 | 58.5 | 54.2/62.9 | 4.249 ₍₁₎ | .088 |
| d) Familia | 547 | 39.9 | 34.2/45.6 | 7.422 ₍₁₎ ** | .116 |
| e) Profesores/as | 547 | 6.6 | 8.7/4.4 | 4.142 ₍₁₎ * | .087 |
| f) Influencers | 547 | 67.6 | 65.1/70.2 | 1.644 ₍₁₎ | .055 |
| h) Otro | 547 | 9.1 | 10.9/7.4 | 2.082 ₍₁₎ | .062 |
| i. Streamers | 547 | 1.6 | 2.2/1.1 | 0.984 ₍₁₎ | .042 |
| ii. Youtubers | 547 | 2.6 | 4/1.1 | 4.602 ₍₁₎ * | .092 |
| iii. Deportistas | 547 | 0.5 | 1.1/0 | 2.984 ₍₁₎ | .074 |
| iv. Desconocidos/as | 547 | 1.3 | 1.4/1.1 | 0.134 ₍₁₎ | .016 |
| v. Cantantes | 547 | 0.9 | 0.4/1.5 | 1.85 ₍₁₎ | .058 |
| vi. Actores/Actrices | 547 | 0.5 | 0/1.1 | 3.05 ₍₁₎ | .075 |
| vii. Famosos/as | 547 | 0.4 | 0/0.7 | 2.029 ₍₁₎ | .061 |

Nota. H = Hombre; M = Mujer.

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

más se han creado una cuenta es en Youtube, seguido de TikTok y WhatsApp.

Comparando la diferente prevalencia en la disponibilidad de cuenta en alguna red social en función del género, se observa que los chicos tienen cuenta, en mayor medida que las chicas, en Youtube, Twitch y Twitter, mientras que las chicas tienen cuenta, en mayor medida que los chicos, en TikTok y WhatsApp. La creación de una cuenta más asociada a ellos es

Twitch, seguida de TikTok, más creada por ellas. Ellos y ellas tienen una cuenta en Instagram en igual medida.

¿A quién siguen en las redes sociales y qué tipo de contenidos ven?

Los estudiantes consultados siguen a través de redes sociales principalmente a *influencers*, seguido de compañeros/as de

Tabla 4

Tipo de youtubers que siguen en redes sociales: porcentaje y diferencias de género

| | N | Total (%) | H/M (%) | $\chi^2_{(gl)}$ | V |
|--|-----|-----------|-----------|---------------------------|-------|
| 20. ¿Actualmente sigues especialmente a algún Youtuber? | 547 | 85.7 | 90.5/80.9 | 10.444(1)** | .138 |
| 21. En caso afirmativo, ¿de qué tipo? (Puedes señalar más de una, si fuese el caso) | | | | | |
| a) Un amigo/a o conocido/a | 547 | 29.8 | 35.6/23.9 | 9 ₍₁₎ ** | .128 |
| b) Música | 547 | 36.7 | 31.3/42.3 | 7.127 ₍₁₎ ** | .114 |
| c) Moda | 547 | 8.8 | 3.3/14.3 | 20.917 ₍₁₎ *** | .196 |
| d) Humor | 547 | 41.1 | 37.8/44.5 | 2.51 ₍₁₎ | .068 |
| e) Deporte | 547 | 23 | 32/14 | 25.073 ₍₁₎ *** | .214 |
| f) Videojuegos | 547 | 69.7 | 83.6/55.5 | 51.161 ₍₁₎ *** | .306 |
| g) Salud/Belleza (ejercicio, alimentación...) | 547 | 11.2 | 4.7/17.6 | 23.037 ₍₁₎ *** | .205 |
| h) Gastronomía | 547 | 5.7 | 6.5/4.8 | 0.798 ₍₁₎ | .038 |
| i) Viajes/Otras culturas | 547 | 18.6 | 20/17.3 | 0.667 ₍₁₎ | .035 |
| j) Política | 547 | 2.6 | 4.4/0.7 | 7.219 ₍₁₎ ** | .115 |
| k) Arte (fotografía, literatura, pintura...) | 547 | 18.5 | 7.6/29.4 | 43.069 ₍₁₎ *** | .281 |
| l) Otros | 547 | 9.5 | 8/11 | 1.459 ₍₁₎ | .052 |
| i. Coches | 547 | 0.5 | 1.1/0 | 2.984 ₍₁₎ | .074 |
| ii. Dinosaurios | 547 | 0.2 | 0.4/0 | 0.991 ₍₁₎ | .042 |
| iii. Baile | 547 | 0.4 | 0/0.7 | 2.029 ₍₁₎ | .061 |
| iv. Decoración | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| v. Historia bélica | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| vi. Transiciones | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| vii. Vlog | 547 | 0.5 | 0.4/0.7 | 0.346 ₍₁₎ | .025 |
| viii. Terror | 547 | 0.4 | 0.7/0 | 1.985 ₍₁₎ | .060 |
| ix. Animación | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| x. Historia | 547 | 0.5 | 0.7/0.4 | 0.324 ₍₁₎ | .024 |
| xi. Relajación | 547 | 0.4 | 0/0.7 | 2.029 ₍₁₎ | .061 |
| xii. Animales | 547 | 0.5 | 0.7/0.4 | 0.324 ₍₁₎ | .024 |
| xiii. Documentales | 547 | 0.4 | 0.7/0 | 1.985 ₍₁₎ | .060 |
| xiv. Actores/Actrices | 547 | 0.4 | 0.4/0.4 | 0.000 ₍₁₎ | .000 |
| xv. Entretenimiento | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| xvi. Influencers | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| xvii. Streamers | 547 | 0.4 | 0.4/0.4 | <0.001 ₍₁₎ | <.001 |
| xviii. Reacciones y críticas | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| xix. Noticias | 547 | 0.2 | 0.4/0 | 0.991 ₍₁₎ | .042 |

Nota. H = Hombre; M = Mujer.

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

clase y amigos/as, y familia (Tabla 3). El patrón de resultados es muy similar entre chicos y chicas. La diferencia más destacable es que las chicas siguen más a través de redes sociales a personas de su familia que los chicos.

Como se muestra en la Tabla 4, un porcentaje muy alto de estudiantes sigue a algún *youtuber* (más en el caso de los chicos que de las chicas, pero en ambos casos muy alto). Las dos principales temáticas de los contenidos de estos *youtubers* son los videojuegos y el humor, tanto en los chicos como en las chicas.

Los chicos siguen más que las chicas *youtubers* que son amigos o conocidos, o que publican sobre deporte o videojuegos. Las chicas siguen más que los chicos *youtubers* que publican sobre música, moda, salud/belleza, política y arte. La mayor asociación entre el género del alumno y el tipo de *youtuber* al que sigue se encuentra en los *youtubers* que publican sobre videojuegos (más seguidos por los chicos) y sobre arte (más seguidos por las chicas).

El porcentaje de estudiantes que siguen algún perfil de Instagram es notablemente inferior al que sigue a algún *youtuber*, pero no obstante también significativo (Tabla 5). Tanto los chicos como las chicas siguen principalmente a amigos o conocidos, seguido de *instagrammers* que publican sobre videojuegos. El humor también tiene un papel importante: el tercer tipo de *instagrammers* más seguidos para las chicas y el cuarto para los chicos.

Las chicas siguen más que los chicos perfiles de Instagram sobre moda, arte y famosos/as. Los chicos siguen más que las chicas perfiles de Instagram sobre deporte. Precisamente esta

última es la asociación más intensa entre el género del alumno y el perfil de Instagram al que sigue.

Discusión

El primer objetivo de este trabajo ha sido conocer la prevalencia de uso de redes sociales en una muestra de estudiantes de 6º de Educación Primaria españoles, así como identificar qué redes sociales usan más, identificando posibles diferencias de género. El porcentaje de estudiantes que usan redes sociales en la muestra analizada ha sido superior al esperado teniendo en cuenta los resultados de estudios previamente realizados en España en estas edades. En concreto, frente al 60% hallado en el estudio de Fernández-Montalvo et al. (2015), en el presente trabajo hemos hallado porcentajes superiores al 80%. Una posible explicación a esta diferencia podría ser un incremento en los últimos años del uso de redes sociales en estas edades, así como al aumento de exposición a pantallas desde confinamiento por el COVID-19 (Salmerón, 2020). No obstante, las diferencias tanto contextuales como metodológicas entre ambos estudios también podrían explicar las diferencias halladas.

En la muestra analizada, los preadolescentes informan utilizar redes sociales que les permiten ver vídeos grabados o retransmisiones en directo y mantener el contacto con amigos/as, ya sea a través de videollamada o de mensajes instantáneos. De ahí que las redes sociales en las que más se han creado una cuenta sean

Tabla 5

Tipo de perfiles de Instagram que siguen en redes sociales: porcentaje y diferencias de género

| | N | Total (%) | H/M (%) | $\chi^2_{(gl)}$ | V |
|--|-----|-----------|-----------|---------------------------|------|
| 20. ¿Actualmente sigues especialmente algún perfil de Instagram? | 547 | 40 | 37.8/42.3 | 1.134(1) | .046 |
| 21. En caso afirmativo, ¿de qué tipo? (Puedes señalar más de una, si fuese el caso) | | | | | |
| a) Un amigo/a o conocido/a | 547 | 32.5 | 30.9/34.2 | 0.671 ₍₁₎ | .035 |
| b) Música | 547 | 15.2 | 11.3/19.1 | 6.538 ₍₁₎ | .109 |
| c) Moda | 547 | 8 | 4/12.1 | 12.226 ₍₁₎ *** | .15 |
| d) Humor | 547 | 17.4 | 14.9/19.9 | 2.329 ₍₁₎ | .065 |
| e) Deporte | 547 | 14.3 | 20/8.5 | 14.905 ₍₁₎ *** | .165 |
| f) Videojuegos | 547 | 24.9 | 27.6/22.1 | 2.277 ₍₁₎ | .065 |
| g) Salud/Belleza (ejercicio, alimentación...) | 547 | 4.2 | 2.5/5.9 | 3.78 ₍₁₎ | .083 |
| h) Gastronomía | 547 | 2.4 | 2.9/1.8 | 0.676 ₍₁₎ | .035 |
| i) Viajes/Otras culturas | 547 | 6.9 | 5.8/8.1 | 1.09 ₍₁₎ | .045 |
| j) Política | 546 | 1.5 | 2.2/0.7 | 2 ₍₁₎ | .061 |
| k) Arte (fotografía, literatura, pintura...) | 547 | 8.6 | 4.4/12.9 | 12.591 ₍₁₎ *** | .152 |
| l) Otros | 547 | 4.2 | 1.8/6.6 | 7.82 ₍₁₎ ** | .12 |
| i. Baile | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |
| ii. Actores/Actrices | 547 | 0.7 | 0.4/1.1 | 1.03 ₍₁₎ | .043 |
| iii. Famosos/as | 547 | 0.9 | 0/1.8 | 5.101 ₍₁₎ * | .096 |
| iv. Coches | 547 | 0.5 | 0.7/0.4 | 0.324 ₍₁₎ | .024 |
| v. Entretenimiento | 547 | 0.2 | 0/0.4 | 1.013 ₍₁₎ | .043 |

Nota. H = Hombre; M = Mujer.

* $p < .05$; ** $p < .01$; *** $p < .001$.

Youtube, TikTok y Whatsapp y las más vistas sean Youtube y TikTok, seguidas de otras como Instagram, WhatsApp y Twitch. Estos resultados son congruentes con la hipótesis de partida, basada en estudios previos (Gutiérrez y Ramírez, 2021; Tejada et al., 2019), según la cual las redes sociales más utilizadas a estas edades en España son Youtube, Instagram, TikTok y Whatsapp. En este sentido, estos resultados van en la línea de los hallazgos descritos por Casas et al. (2022) con una muestra de adolescentes españoles. Para concluir si esta es una tendencia común en ambos tramos de edad, sería necesario realizar más estudios al respecto.

En la muestra analizada, si bien esta es la tendencia general, en el caso de las chicas hay una mayor tendencia a utilizar Internet para mantener el contacto con amigos/as e incluso con la familia, por delante de ver plataformas de vídeos o retransmisiones; y un mayor porcentaje de chicas que de chicos visitan perfiles de usuario en redes sociales. Los chicos usan y tienen cuenta, en mayor medida que las chicas, en Youtube, Twitch y Twitter. Las chicas tienen usan y tienen cuenta, en mayor medida que los chicos, en TikTok y WhatsApp, además de utilizar más que los chicos Pinterest. La plataforma más asociada al género del estudiante es Twitch (que los chicos usan y en la que se crean una cuenta más que las chicas), seguida de TikTok (que las chicas usan y en la que se crean una cuenta más que los chicos). Estos resultados coinciden en gran medida con la hipótesis de partida, basada en la evidencia previa disponible, según la cual los chicos usan Youtube más que las chicas (Gutiérrez y Ramírez, 2022; Kaloeti et al., 2021) y las chicas usan más TikTok (Gutiérrez y Ramírez, 2022) o Instagram (Kaloeti et al., 2021; Matković et al., 2020) que los chicos. No obstante, en el presente trabajo no se ha observado una asociación estadísticamente significativa entre visitar o tener cuenta en Instagram y el género. En este sentido, Matković et al. (2020), con una muestra de estudiantes croatas, si hallaron diferencias estadísticamente significativas. Una posible explicación es la disparidad de contextos entre ambos estudios, así como el continuo cambio de tendencias y la aparición de nuevas redes sociales (Matković et al., 2020).

El segundo objetivo de este trabajo ha sido conocer a quién siguen y qué tipo de contenidos ven en las redes sociales, analizando posibles diferencias de género. Los resultados obtenidos muestran que, en términos generales, los estudiantes consultados siguen a través de redes sociales principalmente a *influencers*, seguido de compañeros de clase y amigos, y familia. El patrón de resultados es muy similar entre ellos y ellas. La diferencia más destacable es que las chicas siguen más a personas de su familia que los chicos. El tipo de red social utilizada añade matices a este resultado general. En Youtube, tanto chicos como chicas siguen principalmente a *youtubers* que crean vídeos con temáticas de videojuegos y humor. En Instagram, en cambio, tanto chicos como chicas siguen principalmente a amigos o conocidos, aunque también siguen de manera destacable a *instagrammers* con temáticas sobre videojuegos y humor.

En este estudio se han hallado diferencias de uso en función del género en cuanto al tipo de *youtubers* o perfiles de Instagram a los que siguen los preadolescentes. Los chicos siguen más que las chicas tanto a *youtubers* como perfiles de Instagram sobre deporte; y a *youtubers* que son amigos o conocidos,

o que publican sobre videojuegos. Las chicas siguen más que los chicos tanto a *youtubers* como perfiles de Instagram sobre moda y arte; a *youtubers* sobre música, salud/belleza y política, y perfiles de Instagram sobre famosos. Estos resultados son congruentes con la hipótesis de partida, basada en la evidencia previa, según la cual se esperaba que los chicos siguiesen más contenidos de videojuegos, deporte, humor y motor, y las chicas más música, belleza y moda (Gutiérrez y Ramírez, 2021). Esta tendencia concuerda con el tipo de contenido al que acceden adolescentes españoles en YouTube en función de si son chicos y chicas (Casas et al., 2022). Sin embargo, la evidencia previa tanto en preadolescentes como en adolescentes es escasa, lo que requiere de un mayor número de estudios que avalen estos resultados en España.

Los resultados obtenidos son congruentes con las tendencias en función del género tradicionales, halladas en estudios previos con infantes y preadolescentes. En términos generales, los chicos prefieren contenido relacionado con acción y deportes y ellas con actividades prosociales (Leonhardt, & Overå, 2021). Si bien es cierto, también un porcentaje alto de chicas sigue a *youtubers* que tratan contenido sobre videojuegos. Esto puede deberse a la creación de nuevos videojuegos basados en nuevas temáticas más atractivas para las chicas.

El presente trabajo tiene importantes implicaciones prácticas. En primer lugar, los resultados obtenidos sugieren que la educación en el uso seguro y responsable de las redes sociales es una necesidad clara que debe tener lugar antes de la edad en la que legalmente se pueden usar. Un uso inadecuado de la red puede exponer a los menores a posibles peligros (Astorga-Aguilar y Schmidt-Fonseca, 2019; González-Nuevo et al., 2021; Martínez-Libano, et al., 2022; Tejada, et al., 2019). Según el informe de EU Kids Online (Garmendia et al., 2019) algunos riesgos son: el *ciberbullying*, el *sexting*, el *grooming*, la adicción a internet, la pornografía, exponer su vida privada y contactar con extraños. Lo paradójico es que los menores, aún conociendo los peligros, no cambian su forma de actuar en internet (Dans-Álvarez-de-Sotomayor, et al., 2022; Gómez, et al., 2020). Este hecho constata la necesidad de crear una política de alfabetización digital centrada en el uso seguro de internet (Garmendia et al., 2019), lo que su vez evitará otros riesgos como las apuestas en línea, el uso de videojuegos online o el uso compulsivo de internet en franjas de edad posteriores (Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones, 2022).

En segundo lugar, al pensar la formación para un uso seguro, responsable y respetuoso de las redes sociales, se debe tener en cuenta que los preadolescentes usan las redes sociales principalmente para seguir a *influencers* a través de Youtube y TikTok, así como, en el caso de chicos, de Twitch. Por lo tanto, es importante trabajar los procesos de influencia social por parte de esas nuevas figuras de referencia (Brown y Anistranski, 2020). Los preadolescentes deben tener una actitud crítica ante los contenidos que reciben, que en algunos casos son retos peligrosos, informaciones poco rigurosas, formas de vida idealizadas, etc. También es importante que las familias estén al tanto de los contenidos que reciben los preadolescentes, que en algunos casos es inapropiado para su edad.

Los preadolescentes también usan las redes sociales para mantener el contacto con amigos (por ej., mediante WhatsApp) o seguir a amigos o conocidos (por ej., mediante Instagram). En este sentido, también conviene trabajar desde el ámbito escolar y familiar un uso educado y respetuoso de las redes (netiqueta), teniendo en cuenta el importante impacto que pueden tener para la persona los comentarios recibidos en las redes o las reacciones que reciba a sus publicaciones (Ortega-Barón et al., 2021). También convendría trabajar los efectos negativos de la comparación social (Yang et al. 2019; Yoon et al., 2019).

En tercer lugar, existe una tendencia a que chicos y chicas sigan los contenidos que se ajustan a los estereotipos tradicionales. En este sentido, resulta relevante incluir el uso de las redes sociales en el trabajo coeducativo. Es importante que los preadolescentes conozcan estos sesgos, se los cuestionen y reflexionen acerca de los modelos sociales que los sustentan.

En suma, el presente trabajo supone una contribución al ámbito de estudio, en tanto que ofrece datos actualizados sobre el uso de las redes sociales en la preadolescencia, se centra en unas edades muy poco analizadas hasta el momento y sus conclusiones sugieren importantes implicaciones educativas. Sin embargo, cabe reconocer algunas limitaciones, que deberían ser tenidas en cuenta en posteriores estudios. Entre ellas, se podrían destacar dos. Por un lado, la muestra ha sido seleccionada de manera aleatoria, pero se acota a unas edades y contexto geográfico concretos. Por lo tanto, cualquier generalización de los resultados de este estudio a otras edades o contextos se debería hacer con cautela. En el futuro, sería conveniente replicar el estudio ampliando las edades y el contexto geográfico. Por otro, en el presente trabajo la información se ha recabado únicamente mediante test. De cara a futuro, sería recomendable complementar esta información con grupos de discusión, en la que los preadolescentes puedan informar de manera más amplia y abierta acerca de su relación con las redes sociales.

Conflicto de interés

Los autores declaran no tener ningún conflicto de interés.

Financiación

Este trabajo ha sido financiado por la Unión Europea (Fondo Europeo de Desarrollo Regional- FEDER) (Ref. FCGRUPI-NIDI/2018/000199); por el Gobierno del Principado de Asturias (España) (Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación 2018-2022) (Ref.FC-15-GRUPIN14-053); y por la Consejería de Educación y Cultura del Principado de Asturias (Ayuda Predoctoral y Postdoctoral “Severo Ochoa” a la primera firmante).

Referencias

Astorga-Aguilar, C., y Schmidt-Fonseca, I. (2019). Peligros de las redes sociales: Cómo educar a nuestros hijos e hijas en ciberseguridad. *Revista Electrónica Educare*, 23(3), 339-362. <http://doi:10.15359/ree.23-3.17>

- Brown, B. B., y Anistranski, J. A. (2020). *Peer Influence in Adolescence*. En S. Hupp, y J. D. Jewell (Eds.), *The encyclopedia of child and adolescent development Vol. 9* (1-11). Wiley-Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781119171492.wecad398>
- Casas, J. A., Jiménez, D., y Sánchez, S. (2022). Estudio exploratorio sobre la influencia de los youtubers en los adolescentes. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 24(06), 1-11. <https://doi.org/10.24320/redie.2022.24.e06.4088>
- Cherney, I. D., y London, K. (2006). Gender-linked differences in the toys, television shows, computer games, and outdoor activities of 5- to 13-year-old children. *Sex Roles*, 54, 717. <https://doi.org/10.1007/s11199-006-9037-8>
- Cipolletta, S., Malighetti, C., Cenedese, C., y Spoto, A. (2020). How can adolescents benefit from the use of social networks? The generation on Instagram. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 6952. <https://doi.org/10.3390/ijerph17196952>
- Dans-Álvarez-de-Sotomayor, I., Muñoz-Carril, P. C., y González-Sanmamed, M. (2022). Usos y abusos de las redes sociales por estudiantado español de Educación Secundaria. *Revista Electrónica Educare*, 26(3), 354-369. <https://doi.org/10.15359/ree.26-3.20>
- Fernández-Montalvo, J., Peñalva, A., y Irazabal, I. (2015). Hábitos de uso y conductas de riesgo en Internet en la preadolescencia. *Comunicar*, 44, 113-120. <http://doi.org/10.3916/C44-2015-12>
- Gamito, R., Aristazabal, P., Vizcarra, M. T., y León, I. (2020). Seguridad y protección digital de la infancia: Retos de la escuela del siglo XXI. *Educar*, 56(1), 219-237. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1113>
- Garmendia, M., Jiménez, E., Karrera, I., Larrañaga, N., Casado, M. Á., Martínez, G., y Garitaonandia, C. (2019). *Actividades, mediación, oportunidades y riesgos online de los menores en la era de la convergencia mediática*. INCIBE.
- García, M., y Del Hoyo, M. (2013). Redes sociales, un medio para la movilización juvenil. *Zer: Revista de Estudios de Comunicación*, 18(34), 111-125. <https://doi.org/10.1387/zer.10649>
- Gómez, R. G., Llorente, P. A., Morales, M. T. V., y Hernández, I. L. (2020). Seguridad y protección digital de la infancia: retos de la escuela del siglo XXI. *Educar*, 56(1), 219-237. <https://doi.org/10.5565/rev/educar.1113>
- González-Nuevo, C., Cuesta, M., Postigo, Á., Menéndez-Aller, Á., y Muñoz, J. (2021). Problematic social network use: Structure and assessment. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 1-16. <https://doi.org/10.1007/s11469-021-00711-y>
- Gutiérrez, P., y Ramírez, A. (2022). El deseo de los menores por ser youtuber y/o influencer. Narcisismo como factor de influencia. *Pixel-Bit*, 63, 227-255. <https://doi.org/10.12795/pixelbit.92341>
- Holloway, D., Green, L., y Livingstone, S. (2013). *Zero to eight: Young children and their Internet use*. EU Kids Online.
- Huber, B., Highfield, K., y Kaufman, J. (2018). Detailing the digital experience: Parent reports of children's media use in the home learning environment. *British Journal of Educational Technology*, 49, 821-833. <https://doi.org/10.1111/bjet.12667>
- Kabali, H. K., Irigoyen, M. M., Nunez-Davis, R., Budacki, J. G., Mohanty, S. H., Leister, K. P., y Bonner, R. L. Jr. (2015). Exposure and use of mobile media devices by young children. *Pediatrics*, 136(6), 1044-50. <https://doi.org/10.1542/peds.2015-2151>
- Kaloeti, D. V. S., Manalu, R., Kristiana, I. F., y Bidzan, M. (2021). The role of social media use in peer bullying victimization and onset of anxiety among Indonesian elementary school children.

- Frontiers in Psychology*, 28(12), 635725. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.635725>
- Leonhardt, M., y Overå, S. (2021). Are there differences in video gaming and use of social media among boys and girls? - A mixed methods approach. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(11), 6085. <https://doi.org/10.3390/ijerph18116085>
- Martínez-Líbano, J., González-Campusano, N., y Pereira-Castillo, J. I. (2022). Las redes sociales y su influencia en la salud mental de los estudiantes universitarios: Una revisión sistemática. *REIDOCREA*, 11(4), 44-57. <https://doi.org/10.30827/Digibug.72270>
- Matković, R., Vejmelka, L., y Ključević, Z. (2020). *Use of security settings on social networks of elementary and high school students in the Split-Dalmatia County*. 43rd International Convention on Information, Communication and Electronic Technology (MIPRO), 1476-1481. <https://doi.org/10.23919/MIPRO48935.2020.9245249>
- Observatorio Español de las Drogas y las Adicciones (2022). *Informe sobre trastornos comportamentales 2022: juego con dinero, uso de videojuegos y uso compulsivo de internet en las encuestas de drogas y otras adicciones en España EDADES y ESTUDES*. Ministerio de Sanidad. Delegación de Gobierno para el Plan Nacional sobre Drogas.
- Ortega-Barón, J., González-Cabrera, J., Machimbarrena, J. M., y Montiel, I. (2021). Safety.Net: A pilot study on a multi-risk internet prevention program. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(8), 4249. <https://doi.org/10.3390/ijerph18084249>
- Ruvalcaba, O., Shulze, J., Kim, A., Berzenski, S. R., y Otten, M. P. (2018). Women's experiences in eSports: Gendered differences in peer and spectator feedback during competitive video game play. *Journal of Sport and Social Issues*, 42(4), 295-311. <https://doi.org/10.1177/0193723518773287>
- Salmerón, M. (2020). Salud digital en tiempos de coronavirus ¿qué cambió? *Revista de Formación Continuada de la Sociedad Española de Medicina de la Adolescencia*, 8(3), 6-10.
- Tejada, E., Castaño, C., y Romero, A. (2019). Los hábitos de uso en las redes sociales de los preadolescentes. *Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 119-133. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.23245>
- Thomas, G., Bennie, J. A., De Cocker, K., Ireland, M. J., y Biddle, S. J. (2020). Screen-based behaviors in Australian adolescents: Longitudinal trends from a 4-year follow-up study. *Preventive Medicine*, 141, 106258. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2020.106258>
- Yang, F. R., Wei, C. F., y Tang, J. H. (2019). Effect of Facebook social comparison on well-being: A meta-analysis. *Journal of Internet Technology*, 20, 1829-1836. <http://doi.org/10.3966/160792642019102006013>
- Yoon, S., Kleinman, M., Mertz, J., y Brannick, M. (2019). Is social network site usage related to depression? A meta-analysis of Facebook–depression relations. *Journal of Affective Disorders*, 248, 65-72. <http://doi.org/10.1016/j.jad.2019.01.026>