







Identidad onlife: La cuestión del género y la edad en el comportamiento adolescente ante las redes

Onlife identity: The question of gender and age in teenagers' online behaviour

-  Dra. Sara Serrate-González Profesora Titular, Departamento de Teoría e Historia de la Educación, Universidad de Salamanca (España) (sarasg@usal.es) (<https://orcid.org/0000-0002-9985-7623>)
-  Dr. Alberto Sánchez-Rojo. Profesor Ayudante Doctor, Departamento de Estudios Educativos, Universidad Complutense de Madrid (España) (asanchezrojo@ucm.es) (<https://orcid.org/0000-0003-2532-5867>)
-  Luis-E. Andrade-Silva. Personal Docente e Investigador en Formación, Departamento de Psicología Social y Antropología, Universidad de Salamanca (España) (luiseduas@usal.es) (<https://orcid.org/0000-0001-8553-9002>)
-  Dr. José-Manuel Muñoz-Rodríguez. Profesor Titular, Departamento de Teoría e Historia de la Educación, Universidad de Salamanca (España) (pepema@usal.es) (<https://orcid.org/0000-0002-4688-6420>)

RESUMEN

La presencia del ciberespacio en la vida juvenil es tal que ya no podemos distinguir los ámbitos online y offline, viviendo un proceso de desarrollo onlife no siempre equitativo en cuanto al género. Este trabajo pretende dar cuenta del comportamiento de los adolescentes españoles en la red en función del género y la edad, las decisiones que toman cuando construyen su identidad virtual y los efectos que tienen para ellos. Se ha realizado un estudio cuantitativo a nivel nacional (N=2.076, 12-18 años) en el marco de un diseño no experimental de tipo ex post facto a través del estudio de encuesta. Los resultados muestran que en la preferencia por unas u otras redes se observan diferencias de género, tomando decisiones totalmente diferentes a la hora de estar presentes en la red, y que un alto porcentaje de las chicas, a diferencia de los chicos, afirma que su yo virtual y los comportamientos asociados a su yo influyen significativamente en la opinión que tienen de sí mismas y en la necesidad que sienten por sentirse integradas. En conclusión, las decisiones que los adolescentes realizan a la hora de crear su yo virtual no solo tiene consecuencias negativas derivadas de una mala gestión, sino que está plagada de mandatos y estereotipos que determinan cómo deben ser y qué deben de hacer en la red; algo especialmente acuciante para las chicas.

ABSTRACT

The presence of cyberspace in the lives of young people is such that we can no longer distinguish between online and offline spheres. They live a process of onlife development that is not always equitable in terms of gender. This paper aims to account for the online behaviour of Spanish adolescents according to gender and age, the decisions they make when constructing their virtual identity, and the effects that this has on them. A quantitative study has been carried out at a national level (N=2,076, 12-18 years old) following a non-experimental ex post facto design by means of a survey study. The results show that there are gender differences in the preference for one or other social network. A high percentage of girls make different choices when it comes to their online presence. Unlike boys, girls state that their virtual self and their behaviour significantly influence the opinion that they have of themselves and their need to feel integrated. In conclusion, the decisions that adolescents make when creating their virtual selves do not only have negative consequences derived from poor management, but are also plagued by mandates and stereotypes that determine how they should be and what they should do online; something that is especially pressing for girls.

PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Identidad digital, adolescencia, redes sociales, comportamiento digital, género, estereotipos.
Digital identity, adolescence, social networks, digital behaviour, gender, stereotypes.

1. Introducción y estado de la cuestión

De acuerdo con la última encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares españoles realizada por el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2021), el uso de Internet en los últimos tres meses en personas de 16 a 24 años es prácticamente universal (99,7%), realizando el 96,9% un uso diario. Estas cifras no han ido dejando de aumentar en los últimos años, más aún a partir de la pandemia (ONTSI, 2021), siendo esta franja de edad la más activa en el uso de Internet y asimismo en la utilización de aplicaciones y redes sociales. Si atendemos a quienes vienen inmediatamente por detrás, las personas de entre 10 y 15 años, observamos que, si bien el uso del móvil tiende a ir descendiendo, quizás por la extensión de discursos focalizados en posibles riesgos (Besolí et al., 2018), el uso del ordenador e Internet no deja de ir en aumento—un 95,1% y 97,5% respectivamente, frente al 91,5% y 94,5% detectado un año antes (INE, 2020)—. Existen estudios a nivel internacional que afirman que los adolescentes pasan más tiempo en la red que en la escuela o durmiendo (Rideout et al., 2022), lo cual convierte a Internet en el principal espacio de desarrollo para esta etapa y, por tanto, en un contexto que forzosamente influye en la construcción de su identidad y que, por lo tanto, no puede ni debe subestimarse (Muñoz, 2021). Floridi (2015: 1) utiliza el término «onlife» para describir la «experiencia de una realidad hiperconectada en la que ya no tiene sentido preguntar si uno está online u offline», pues todo está directamente conectado de manera indisoluble. El ciberespacio y lo que allí ocurre ha llegado a abarcarlo todo hasta el punto de que hoy es prácticamente imposible desconectar por completo. Vivimos conectados y somos constantemente afectados, queramos o no, por la red (Sánchez-Rojo & Martín-Lucas, 2021). Esto es algo con lo que debemos lidiar y de ahí que sea tan importante actualmente tratar de acabar con la brecha digital (Gurumurthy & Chami, 2019).

Todos y cada uno de nosotros habitamos hoy esta realidad híbrida, onlife, pero más si cabe lo hacen quienes nunca han conocido otra y que están aprendiendo a saber quiénes son y a socializar por medio de unos recursos de carácter particular. Los distintos espacios tanto de información como de comunicación e interacción que posibilita la red tienen configuraciones concretas que los convierten en herramientas no neutrales, demandando de los usuarios unos comportamientos concretos que terminan transformándose en ideales. Tal y como hace años demostró Langdom Winner (1988), las tecnologías en sí mismas, más allá del uso que hagamos de ellas, hacen política. Esto es algo que en el campo educativo es frecuentemente obviado y cuya importancia, sin embargo, es capital (Sánchez-Rojo & Martín-Lucas, 2021), puesto que es lo que determina, por ejemplo, que exista la denominada paradoja de la privacidad, consistente en defender la importancia de tener un espacio libre de la mirada de los demás, pero al mismo tiempo no dejar de subir públicamente a la red contenido audiovisual de la esfera más personal (Barnes, 2006); la autoafirmación como sujeto crítico e informado, pero incapaz de distinguir un bulo de una noticia real (Herrero-Curiel & La-Rosa, 2022); o el hecho de que los individuos traten de presentarse virtualmente tal y como son, porque la autenticidad parece ser un valor, pero que terminen encontrándose con impedimentos para ello porque el reconocimiento social y la popularidad demanda colgar unos contenidos específicos que hacen apostar más por la presentación de un yo ideal, más que real (Uski & Lampinen, 2014).

No obstante, si bien esto es cierto, y los distintos recursos que encontramos en la red demandan determinados comportamientos, también lo es que han sido creados y configurados desde determinado planteamiento sociocultural e ideológico concreto (Vansieleghe et al., 2019). De esta forma, teniendo en cuenta nuestro contexto socioeconómico actual, no es de extrañar que la red y los distintos espacios que la componen tiendan a fomentar más la competitividad y la lucha por el éxito, que el cuidado y la protección de la vulnerabilidad (Elias & Gill, 2017). De hecho, el acto de compartir videos e imágenes, la búsqueda de reconocimiento e influencia a través de likes o la aparente necesidad de tener que expresarse de un modo concreto, termina haciendo que fundamentalmente los adolescentes, por ser quienes están en proceso de construcción de sí mismos y quienes, por tanto, más necesitan el reconocimiento de los demás, acaben experimentando crisis de identidad, problemas de autoestima (Meeus et al., 2019) y estrés (Schmidt et al., 2021) difíciles de solucionar. Asimismo, en este proceso de autoconocimiento y desarrollo onlife se encuentran marcadas diferencias en cuanto al género, tal y como puede observarse en estudios sobre el impacto de la tecnología en la adolescencia como el recientemente elaborado por UNICEF España (2021).

Este estudio demuestra que, si bien las chicas tienen un mayor riesgo generalizado de hacer un uso problemático de Internet que los chicos, cuando atendemos a la utilización de determinadas plataformas como las de apuestas, los datos se invierten. El género es «una construcción sociocultural encarnada y en evolución que da forma a cómo los individuos se mueven e interactúan con el mundo» (Kriger & Keyser-Verreault, 2022: 24) y, aunque esta evolución está conduciéndonos paulatinamente a la superación del binarismo que ha imperado durante siglos en Occidente, la presencia de este en el imaginario social sigue siendo actualmente dominante, produciéndose efectos de desigualdad que no deben ni pueden desconsiderarse. Así, por ejemplo, existen trabajos (Vannucci et al., 2020) que defienden una brecha de género en el acceso, uso y consumo de tecnologías digitales. Los chicos suelen considerarse más competentes y habilidosos a la hora de moverse por el ciberespacio que las chicas (Cai et al., 2017). No obstante, hay investigaciones que han demostrado que este hecho deriva más de la autopercepción que de una diferencia en la capacidad y competencia reales (Siddiq & Scherer, 2019). Esta autopercepción, sin embargo, no deja de ser sustancial, pues termina determinando qué clase de uso y consumo de la red termine haciendo cada género, así como qué tipo de aplicaciones y contenidos digitales acaben por demandarles y atraerles en mayor o menor medida, también en función del género (Rambaree & Knez, 2017). Chicos y chicas no interactúan, ni participan, ni comparten de la misma manera (Quazi et al., 2022), lo cual no sería un problema si este hecho no estuviese influido por estereotipos sexistas que acaban condenando a uno de los géneros a una posición de clara desigualdad en la realidad onlife actual (Kapidzic & Herring, 2015; Santos, 2018).

Partiendo de lo anterior, este trabajo pretende confirmar que el comportamiento de los adolescentes españoles en la Red es distinto en función del género y la edad y, en caso de ser así, señalar cómo influye este hecho en la construcción de su identidad. Esto se hace necesario a fin de desentrañar las gramáticas que vertebran su realidad onlife actual, cuyo conocimiento es imprescindible a la hora de plantearnos cómo les hemos de educar (Sánchez-Rojo et al., 2022). En este sentido, varios son los interrogantes a los que tratamos de dar respuesta:

- ¿Cuáles son las plataformas digitales que tienen mayor aceptación entre los y las adolescentes? ¿Existen diferencias en la preferencia de uso de razón de género? ¿Varía con la edad la preferencia de uso en función del género?
- ¿Qué decisiones toman los y las adolescentes a la hora de construir su yo onlife a través de sus perfiles en redes? ¿Existen diferencias de género en las decisiones que toman? ¿Varía con la edad esa construcción? ¿Qué muestran y qué ocultan en sus redes?
- ¿Qué efectos tiene la forma en la que construyen su yo onlife y el uso que hacen de las plataformas? ¿Existen diferencias de género en relación con la percepción individual y con la exposición a riesgos y peligros?

2. Material y métodos

Para la investigación que aquí se presenta se ha realizado un estudio cuantitativo en el marco de un diseño no experimental de tipo *ex post facto* a través del estudio de encuesta, utilizando el Cuestionario sobre uso de la tecnología para jóvenes de 12 a 18 años, diseñado y operativizado por los investigadores del proyecto CONECT.ID. Cada dimensión abordada se ha generado a partir de conceptos y variables, utilizando escalas tipo Likert y preguntas dicotómicas, teniendo en cuenta un análisis cualitativo previo del mismo proyecto (Muñoz et al., 2020; Hernández et al., 2021).

Para la obtención y codificación del instrumento se ha realizado un estudio piloto con 15 adolescentes a través de una muestra incidental, con el consentimiento de sus tutores legales y con el ímpetu de identificar cuestiones generales y/o preguntas concretas que pudieran ser susceptibles de error, así como estimar el tiempo medio de realización del cuestionario. Tras este proceso se ha mejorado la redacción y formulación de algunas preguntas, se eliminaron aquellas que podían resultar superfluas para así ajustar al máximo el tiempo de realización. También se han añadido etiquetas aclaratorias en las preguntas que generaron dudas.

Una vez finalizado el proceso, el cuestionario se ha transformado para su aplicación CAWI mediante formulario online. Al mismo tiempo y antes de su aplicación el cuestionario ha sido validado por ocho

investigadores de las áreas de: sociología, psicología y métodos de investigación en educación. Para medir la consistencia interna del instrumento se ha utilizado el estadístico Alfa de Cronbach, que indicó que la fiabilidad ofrecía garantías, con un valor de 0,713.

La selección de los participantes se ha realizado mediante un muestreo polietápico, estratificado por conglomerados, con selección de las unidades primarias de muestreo (centros) de forma aleatoria proporcional, y de las unidades últimas de muestreo (individuos) de forma aleatoria simple con cuotas de sexo y edad.

El cuestionario cuenta con preguntas de carácter cerrado y de carácter abierto. Se ha aplicado en un total de 31 centros de educación secundaria, segmentados por ámbito geográfico (Comunidades Autónomas españolas divididas en cuatro zonas: Centro, Noroeste, Levante y Sur), tamaño de municipio (rural o urbano) y entorno socioeconómico.

La elección de los centros (público, concertado o privado) ha seguido un criterio de oportunidad relacionado con las redes de contacto institucionales del equipo de investigación. Para cada uno de esos centros se han establecido cuotas para la recopilación de unidades muestrales, para cuya selección se aplican criterios aleatorios dentro de cada centro. De esta manera se consigue un compromiso de aleatoriedad de la muestra.

2.1. Procedimiento

Para procesar y trabajar los resultados se ha utilizado parte del software gráfico desarrollado desde el «Proyecto netCoin» (Network Coincidence Analysis)¹, cuyo objetivo es integrar técnicas estadísticas tradicionales con herramientas de aprendizaje automatizado y de análisis de redes con el propósito de obtener pantallas visuales e interactivas de datos. Se trata de combinar e integrar diferentes técnicas estadísticas bajo el estudio de la coincidencia de personas, objetos o características en una serie múltiple de escenarios. Es un software de código abierto y genera gráficos interactivos que permiten análisis exploratorios y de carácter confirmatorio de flujos de información. En este caso se ha utilizado la herramienta caring², que produce un gráfico de red a partir de un marco de datos convirtiendo las variables en dicotomías y descubriendo las coincidencias entre las variables dependientes (coincidencia estadísticamente probable de coaparición) y los efectos de una serie de variables exógenas respecto a estas.

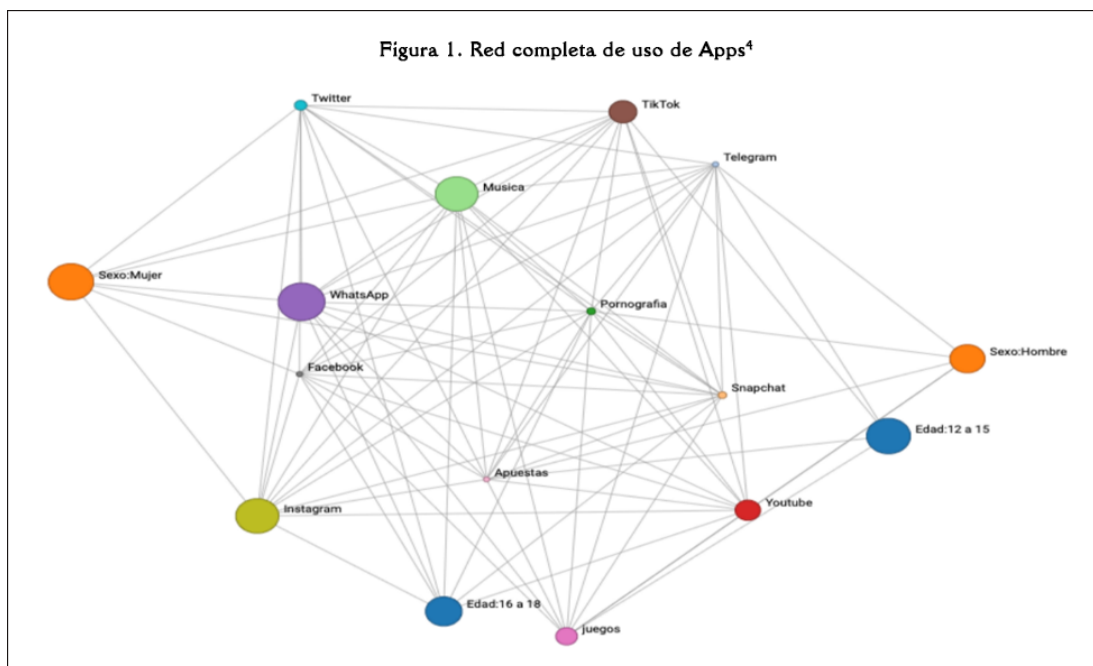
De acuerdo con Escobar y Martínez-Urbe (2020), el análisis de coincidencias permite descubrir pautas de concurrencias de una serie de sucesos en un conjunto de escenarios. Así, es posible ahondar en cómo se distribuyen de forma conjunta un set de características dispuestas en diferentes unidades en las que pueden o no estar presentes; al mismo tiempo que es posible diferenciar diversos grados de coincidencia: la nula, la simple, la probable, la dependiente, la estadísticamente probable y dependiente, la subtotal y la total. Junto a una adecuada e interactiva representación gráfica, su interpretación puede, por lo tanto, ayudar y precisar el entendimiento de la distribución de las coincidencias de un conjunto múltiple de sucesos.

2.2. Muestra

La muestra, tras su depuración, limpieza y codificación, cuenta con un $N=2.076$, un error muestral de aprox. $\pm 2,15\%$ para un nivel de confianza del $95,5\%$ y $p=q=50$ (2Σ). Un $57,2\%$ (1.182) de la muestra son mujeres y $42,8\%$ (884) hombres³. La edad de los estudiantes oscila entre los 12 y los 18 años (Medad= 14,92, DT=1,77), en la que un $55,4\%$ (1.151) de la población forma parte del grupo 12 a 15 años y un $44,6\%$ (925) del grupo de 16 a 18 años. El $68,4\%$ de los encuestados pertenece a zonas urbanas, el resto proviene de zonas rurales.

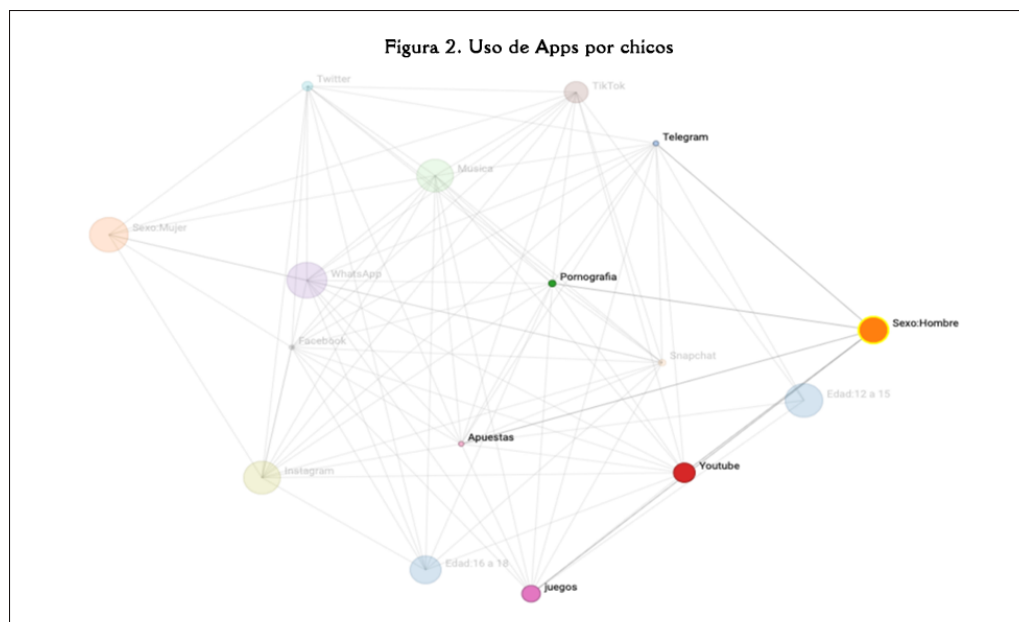
3. Análisis y resultados

Las Apps más utilizadas por los adolescentes son WhatsApp, Instagram y Apps de «streaming» de música ($66,47\%$, $60,44\%$ y $59,85\%$). No se han observado diferencias importantes entre ellas que lleven a afirmar que una App es más importante que otra. Teniendo en cuenta la edad, que se ha codificado en dos grupos (de 12 a 15 años, y de 16 a 18 años) sí que se encuentran diferencias significativas en el uso de Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter y Apps de «streaming» de música.



Nota. Elaborado con NetCoin Project.

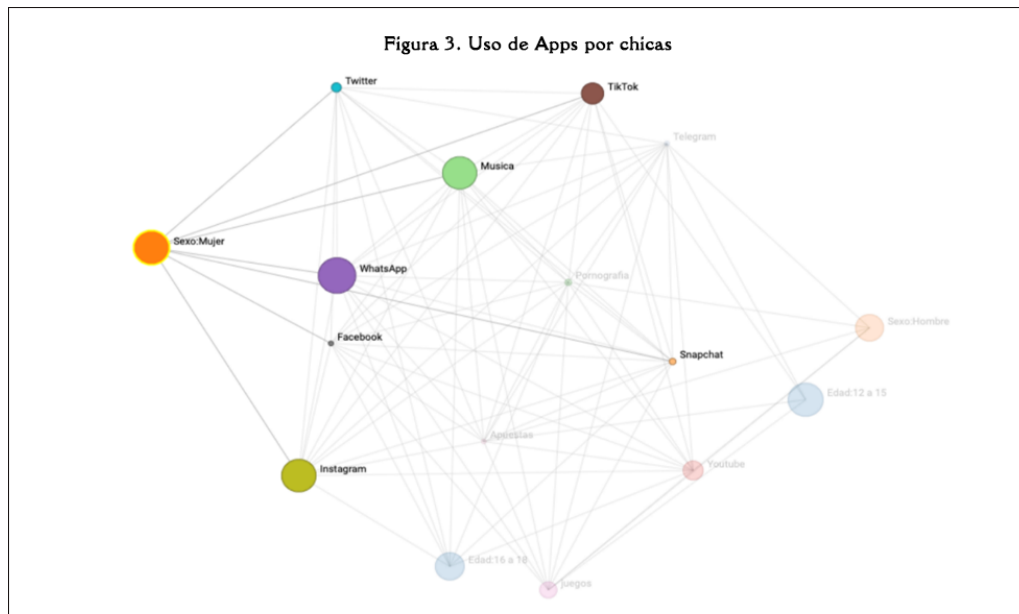
El uso de estas Apps aumenta sustancialmente a medida que avanza la edad, llegando en algunas de ellas a triplicarse, como es el caso de Twitter. En cambio, Tik Tok y las Apps de videojuegos pierden el interés para el grupo de edad más avanzado, como se puede observar en la Figura 1.



Nota. Elaborado con NetCoin Project.

Introduciendo el género en la ecuación de las aplicaciones más utilizadas por los adolescentes, el uso es diferencial y se manifiestan diferencias de género en todas las Apps propuestas en el cuestionario. YouTube y las Apps de videojuegos son aquellas que más utilizan los chicos, frente a las chicas, que utilizan en mayor medida Instagram, WhatsApp, Tik Tok, Twitter y Apps de streaming de música. Como se puede observar

en las Figuras 2 y 3, los chicos refieren utilizar Apps de pornografía y apuestas, algo que no sucede en el caso de ellas.



Nota. Elaborado con NetCoin Project.

3.1. Construcción del yo onlife

A la hora de construir sus perfiles virtuales se encuentran diferencias significativas tanto por género como por edad. Las chicas manifiestan utilizar una fotografía de sí mismas en mayor medida que los chicos, al mismo tiempo que afirman utilizar filtros para dar una mejor versión de sí mismas.

	Tabla 1. Construcción del yo onlife por grupo de edad y género							
	Grupo de edad							
	Grupo de 12 a 15				Grupo de 16 a 18			
	Chicas	Chicos	Total	Chi2/p*	Chicas	Chicos	Total	Chi2/p*
Varios perfiles en una misma red social	50,00	30,73	41,19	0,00	60,18	43,33	53,59	0,00
El número seguidores me importa	16,88	14,69	15,88	1,00	15,89	13,89	15,11	1,00
El número de likes o visualizaciones en mis publicaciones me influye	14,15	11,07	12,74	1,00	16,79	14,44	15,87	1,00
Utilizo mi fotografía real en mis redes sociales	77,01	55,73	67,28	0,00	91,79	82,22	88,04	0,00
Prefiero usar un nombre y una fotografía con las que no se me reconozca	21,38	36,64	28,36	0,00	8,21	17,78	11,96	0,00
Comparto en mis redes mi información personal (fotografías, ubicación, aficiones)	42,77	27,48	35,78	0,00	72,86	50,00	63,91	0,00
Filtro a mis contactos para que puedan ver mi información personal	29,26	21,37	25,65	0,03	41,79	38,61	40,54	1,00
Comparto lo que otros publican	37,30	33,21	35,43	1,00	58,57	50,83	55,54	0,02
Me comporto igual en la red que en persona	80,23	71,18	76,09	0,01	78,93	77,78	78,48	1,00
Utilizo filtros para dar una mejor versión de mí mismo	44,21	16,41	31,50	0,00	48,57	22,50	38,37	0,00
Sigo a Influencers o Gamers famosos	88,26	86,26	87,35	1,000	87,50	83,89	86,09	1,00
N total	622	524	1.146		560	360	920	

Nota. *Pearson chi2(1)/Bonferroni-adjusted p-values.

Indican en mayor medida que los chicos se comportan igual que lo hacen en sus vidas analógicas, comparten más información personal en sus redes y filtran a los contactos que pueden ver su información personal. Ellos refieren, en mayor medida que ellas, utilizar «nicknames» y fotos para que no se les reconozca. No se han encontrado diferencias significativas en cuanto a los influencers que siguen, y el número de likes y de seguidores no es estadísticamente relevante entre los géneros. A medida que la edad avanza, tanto los chicos como las chicas utilizan más a menudo fotos de sí mismos como foto de perfil en

sus redes sociales, al mismo tiempo que aumenta la frecuencia del uso de su nombre real, en detrimento de los «nicknames», y comparten más información personal. A más edad, los encuestados, tienen más perfiles, ellas siempre en mayor proporción que ellos (Tabla 1).

3.2. Efectos del uso de Internet, redes sociales y juegos online

Los usos y las decisiones que los adolescentes toman a la hora de ser y estar en la red, afectan a sus vidas de múltiples formas. Las chicas manifiestan que su actividad en las redes influye de forma significativa en la opinión que tienen de sí mismas (29,70%) en mayor medida que los chicos (20,14%). Al mismo tiempo, y siguiendo la misma lógica, las chicas manifiestan que su actividad online afecta de manera fundamental al control de sus tiempos (dedicación al estudio y sentimiento de pérdida de control del tiempo) y a su posicionamiento sobre distintos aspectos de su vida cotidiana (opinión sobre las cosas que pasan en el mundo o en hacerlas sentir parte de la sociedad), en mayor medida que a los chicos en todos los casos y de forma significativa en términos estadísticos.

Ellas afirman haber sufrido más acoso (19,20%) a través del mundo online que ellos (15,92%), así como un empeoramiento de sus vidas en mayor medida que ellos (14,47%, 9,50%). No se han encontrado diferencias significativas, y por ende parece no haber un efecto directo, entre los usos y dedicación a la red y sus relaciones personales, así como la renuncia a hacer actividades que les gustan, a pesar de que hayan manifestado que les absorbe mucho tiempo. Los chicos manifiestan en mayor proporción haber perdido dinero en apuestas online que las chicas y que el ser y estar en la red les ha hecho sentirse integrados en su grupo de amigos.

	Chicas	Chicos	Total	Chi2/p*
El tiempo que dedico a estudiar	59,56	47,51	54,40	0,000
En las relaciones de amistad en la vida real	22,76	21,72	22,31	1,000
En mi opinión sobre las cosas que pasan en el mundo real	48,56	39,93	44,87	0,002
En mi opinión sobre mí mismo/a	29,70	20,14	25,61	0,000
En hacerme sentir parte de la sociedad	55,92	46,04	51,69	0,000
En renunciar a hacer actividades de ocio que me gustan	19,46	22,62	20,81	1,000
En perder el control sobre el tiempo que dedico	75,04	62,56	69,70	0,000
En perder dinero en apuestas online	1,35	6,33	3,48	0,000
En empeorar mi vida	14,47	9,50	12,34	0,016
En sufrir acoso	19,20	11,54	15,92	0,000
En hacerme sentir integrado en mi grupo de amigos	35,53	42,87	38,67	0,016
N total	1.182	884	2.066	

Nota. *Pearson chi2(1)/Bonferroni-adjusted p-values.

4. Discusión y conclusiones

Que los adolescentes se rigen por la virtualidad es un hecho contrastado (Mace, 2020; Memon et al., 2018; Schofield & Kupiainen, 2015), y que las redes sociales contribuyen a la formación de la identidad y al desarrollo personal y social al ofrecer infinitas posibilidades para intercambiar información e interactuar con otros, también (Magnuson et al., 2008; Renau et al., 2012). Este estudio avanza en tres direcciones, dando respuesta a los interrogantes planteados. El primero de ellos, ampliamente estudiado, hacía referencia a las plataformas digitales que tienen mayor aceptación por los adolescentes, buscando comprobar la existencia de diferencias a razón de género y edad. Los resultados de nuestro estudio en esta línea se encuentran en sintonía con aquellos que han estudiado los espacios que este grupo de edad transita e incluso cómo evolucionan sus preferencias por unos u otros espacios digitales (García et al., 2021; Menezes et al., 2019). Hemos comprobado cómo los adolescentes de menor edad, entre los 12 y los 15 años, prefieren utilizar redes de comunicación y entretenimiento como WhatsApp, Tik Tok, Instagram y aplicaciones para escuchar música, y que en especial son las chicas las que se decantan por estas elecciones, cambiando sus prioridades a medida que avanza la edad, entre los 16 y los 18 años, a otras redes que permiten un mayor grado de información rápida e instantánea como es Twitter, manteniendo el nivel de uso de redes como Instagram y WhatsApp. En la preferencia por unas u otras redes se observa una diferencia de género, vinculada fundamentalmente a la exigencia de acción y actualización o presencia en las distintas redes. De esta forma, los resultados confirman lo que otras investigaciones ponen de manifiesto con relación a la construcción diferenciada de los géneros (Fernández-de-Arroyabe et al., 2018); esto es, que los chicos

frente a las chicas, aun teniendo los mismos objetivos de uso como el entretenimiento y el contacto e interacción con otros, prefieren espacios menos expositivos, como los juegos en red donde fácilmente pueden pasar desapercibidos, a pesar de que les dedican una gran proporción de tiempo a los mismos; y, también, espacios pasivos, como la visualización de vídeos a través de YouTube, por idénticas razones (García et al., 2021; Garmendia et al., 2016; López-de-Ayala et al., 2020).

Esta elección por unas u otras redes con claras diferencias de género no es banal o aleatoria. Está vinculada a las características de cada red social y a la finalidad o finalidades con las que se crearon – recurso de información, medio de comunicación instantánea, espacios de socialización, etc.–. Asimismo, en todas ellas se exige a quien se dé de alta crearse un perfil, delimitando sus características y, por lo tanto, el rol que quiere asumir. En estos espacios, siguiendo las palabras de Santos (2018), se generan formas del yo autoconstruidas, públicas y gestionadas por el individuo. Aquí es donde damos respuesta al segundo grupo de interrogantes, vinculados a las decisiones que toman los y las adolescentes a la hora de construir su yo virtual (perfil) y si, del mismo modo, se encuentran diferencias por género y edad. Hemos hallado que chicos y chicas toman decisiones totalmente diferentes a la hora de estar presentes en la red, de mostrarse a los demás y comportarse. Por ende, tienen consecuencias diferentes asociadas al hecho de ser chica o ser chico, algunas de ellas también mediadas por la edad. Parece que las chicas sienten una obligación no explícita a mostrarse transparentes en la red, forzadas bajo una creencia de libertad, a compartir información personal y su día a día online. Ofrecen, tal como ellas mismas afirman, una visión de sí mismas y del mundo que les rodea lo más semejante a su realidad analógica, totalmente permeada hoy por su vida en redes, utilizando en mayor medida que los chicos su fotografía. Esto parece contradecir el hecho de que utilicen filtros para mostrar una mejor versión de sí mismas, sin embargo, encaja con la paradoja ya apuntada por otras investigaciones consistente en que, si bien la red tiende a valorar la transparencia, lo hace imponiendo una serie de reglas y cánones que definen de manera estricta qué debe o no ser aceptado, lo cual hace complicada esta transparencia, sobre todo en la adolescencia, donde el juicio de los demás sobre uno mismo es esencial (Uski & Lampinen, 2014). El hecho de vivir una realidad onlife (Floridi, 2015) hace que la apariencia en la red sea sumamente importante y, al mismo tiempo, al menos de manera consciente, indistinguible de la apariencia analógica. Por otra parte, encontramos diferencias estadísticamente significativas que permiten identificar una mayor proporción de chicos que deciden que en los espacios de interacción virtual prefieren el anonimato y utilizar fotografías que no permitan su identificación.

Bien es cierto que se ha observado que a medida que avanzan en edad, adecúan la toma de decisiones respecto a quiénes quieren ser en la red y cómo mostrarse a los demás, pero no es algo que parezca ser importante para ellos de base, es decir, desde sus primeras incursiones en la red. Esto nos lleva a poder deducir que, en espacios públicos de interacción social, aun siendo el espacio virtual aparentemente de gestión privada, se están reproduciendo mandatos y exigencias tradicionales asociadas al género que cosifican a las chicas y las obligan a canonizar la idea de parecer ser quienes desean ser conjugada con la necesidad de que las vean como los otros quieren verlas. Esto hace, como han mostrado otros trabajos, que sientan una mayor presión en torno a su apariencia (Åberg et al., 2020). La edad de las adolescentes a este respecto probablemente tenga mucho que ver en esa falta de creación de un yo coherente que menciona la teoría del interaccionismo simbólico (Serpe & Stryker, 2011) en el proceso de construcción identitaria, un yo autodeterminado y autodefinido, con un prisma crítico que ofrece la madurez. Investigaciones realizadas con estudiantes en etapa universitaria, no han obtenido estos resultados, por el contrario, a medida que avanza la edad y el nivel de estudios las chicas parecen más resistentes a las presiones mediáticas impuestas hacia el género femenino (Manago et al., 2008; Renau et al., 2012).

Durante la etapa adolescente, todas las decisiones que toman a la hora de estar presentes en las redes sociales tienen una serie de consecuencias y efectos en ellos mismos, tanto para los chicos como para las chicas (Millán-Ghisleri & Caro-Samada, 2022). Los resultados obtenidos en este estudio permiten dar respuesta al tercer grupo de interrogantes, en la línea de la identificación de los efectos que genera la forma en la que construyen su identidad virtual. Preocupa encontrar que un alto porcentaje de las chicas afirman que su yo onlife y los comportamientos asociados a este (en tiempo de dedicación, gestión de contenido, interacción con otros, etc.) influyen significativamente en la opinión que tienen de sí mismas,

en la necesidad que sienten por sentirse integradas y aceptadas por la comunidad, aspectos asociados a un principio de corroboración y al intento desesperado por la búsqueda de la aceptación y la popularidad (De-Felice et al., 2022). Esto las llevan a ser conscientes de la pérdida de control del tiempo que dedican a su yo en las redes, dentro de esa encrucijada nada liberadora que ha encorsetado a las adolescentes al tener que ser como ellas quieran ser, pero con el hándicap de verse obligadas a buscar la aceptación de los demás bajo los cánones imperantes de belleza y feminidad (Oberst et al., 2016; Pérez-Curiel & Sanz-Marcos, 2019). El espacio virtual como espacio público y privado de nuestra realidad onlife debe de permitir a las adolescentes ser y estar de tal manera que les genere bienestar, como pilar y principio de empoderamiento y liberación, a través de la construcción y conjugación de identidades fluidas, adaptadas y moldeables. Sin embargo, como hemos podido observar, un alto porcentaje de las chicas que participaron en esta investigación afirman sentir que su yo virtual ha empeorado su vida y que en el espacio online han sufrido mayor acoso que los chicos de su edad, datos que ya se ponen de manifiesto en estudios como el de Wright (2017) o Mena y Velasco (2017). Los efectos para los chicos, sin embargo, están relacionados con la necesidad de sentirse aceptados por su grupo de iguales, o la pérdida de dinero en las apuestas online, pero no tanto con el cumplimiento de cánones de belleza, resultados que concuerdan con los hallados en investigaciones como la de García et al. (2021).

Los resultados obtenidos en el estudio no son nada alentadores. Desde que Prensky (2001) llamara nativos digitales a la generación que nació con la digitalidad presente, no han cesado de surgir investigaciones (Escofet et al., 2014; Kirschner & De-Bruyckere, 2017; Rowlands et al., 2008) en las que se ha demostrado que no es del todo así, pues dicha competencia no está adquirida de nacimiento, y mucho menos tiene el sentido crítico que necesita un nativo para moverse de manera autónoma y responsable en las redes, para construir su identidad en ese espacio intangible llamado red. Hemos observado, sin embargo, que la toma de decisiones que los adolescentes realizan a la hora de crear su yo virtual y, por lo tanto, de ser y estar en la red, no solo tiene consecuencias negativas derivadas de una mala gestión, sino que está plagada de mandatos y estereotipos que cosifican y determinan cómo deben ser, de qué se deben de preocupar y qué deben de hacer en la red; algo especialmente acuciante para las chicas. Podemos afirmar, tal como ponen de manifiesto estudios como el de García et al. (2021), que las redes sociales mantienen las tradicionales brechas de género, que incrementan los riesgos (Savoia et al., 2021) y que pueden derivar, sin un adecuado acompañamiento durante el proceso de construcción identitaria virtual durante la adolescencia, en un uso problemático (López-de-Ayala et al., 2022). Estamos de acuerdo con Dans (2015) cuando afirma que el juego identitario, como la elección del usuario y la formación de estereotipos a través de los perfiles digitales requiere una necesaria y urgente atención educativa. La pedagogía debe impulsar estrategias y procedimientos para afrontar el desarrollo identitario de los jóvenes que, como vemos, presenta unos rasgos no solo novedosos sino también problemáticos. Más allá de la alfabetización tecnológica, la educación debe apostar por la introducción de procesos que tienen que ver más con la cultura que con la tecnología, con el afecto que con la máquina. No estamos ante un problema tecnológico en sí, sino un problema cultural y antropológico, educativo. Una pedagogía, en definitiva, que sobrepase la instrumentalización educativa de las redes y avance desde planteamientos culturales y sociales que demandan las redes, mediando en procesos de adaptación crítica de la juventud al espacio-tiempo social de la red en que son, están y pertenecen. Esta pedagogía debe ser la base conceptual de indefectibles actuaciones socioeducativas⁴ y en concreto, sustentar el diseño de recursos como Apps que de forma ubicua en contextos –social, familiar, escolar– y espacios –escolar, virtual–⁵, ofrezca a agentes educativos y a los propios adolescentes, respuestas y pautas para una adecuada construcción de su identitaria onlife (Parra et al., 2021).

A pesar de que las limitaciones de los análisis bivariados se hayan corregido con la introducción de modelos log-lineal y errores estándar de la media, aún queda mucho trabajo en la elaboración, diseño e interpretación de estudios que contemplan este tipo de visualización de datos. Por ejemplo, la inclusión de otras formas de visualización de los nodos, con imágenes, otro tipo de variable u otra información, que está restringida por la forma en que se diseñan este tipo de aplicaciones para el tratamiento de esta clase de datos. Cabe señalar también que las limitaciones del estudio pueden venir marcadas por la época en que fueron recolectados los datos, época post confinamiento, etapa en la que los y las

adolescentes padecieron una distancia social y, en consecuencia, un uso intensivo de las redes. Así mismo, replicar esta investigación en muestras internacionales se hace necesario, buscando encontrar marcas culturales detrás de los estereotipos y sesgos de género en la red. Esto significa que las investigaciones que avancen en esta línea a nivel internacional deben también incidir en los discursos de la juventud y utilizar metodologías cualitativas. Se necesitan más trabajos empíricos y longitudinales para tener una base científica suficientemente sólida que nos permita actuar educativamente de manera precisa sobre los estereotipos de género que se vienen acentuando en la red.

Notas

¹ Disponible en <https://sociocav.usal.es/blog/nca/>.

² Disponible en <http://caring.usal.es/>.

³ De los 2.074 adolescentes encuestados tan solo 10 (0.482% del total) no contestaron ni indicaron otra opción a la pregunta sexo, que ofrecía tres opciones de respuesta: Hombre; Mujer; Otro (respuesta abierta).

⁴ Disponible en <http://caring.usal.es/files/1664236671/index.html>.

⁵ Recursos y materiales educativos creados por el Grupo de Investigación GIPEP-Procesos, Espacios y Prácticas Educativas disponibles en <https://bit.ly/3VCgbEw>.

Contribución de Autores

Idea, J.M.M.R.; S.S.G.; A.S.R.; Revisión de literatura (estado del arte), A.S.R.; S.S.G.; Metodología, L.E.A.S.; Análisis de datos, L.E.A.S.; Resultados, S.S.G.; L.E.A.S.; Discusión y conclusiones, J.M.M.R.; S.S.G.; Redacción (borrador original), J.M.M.R.; A.S.R.; S.S.G.; Revisión final, A.S.R.; S.S.G.; L.E.A.S.; Diseño del Proyecto y patrocinios, J.M.M.R.; S.S.G.

Apoyos

Grupo de Investigación GIPEP. Procesos, Espacios y Prácticas Educativas (GR209). Universidad de Salamanca. Esta investigación es parte de los proyectos de I+D+I CONECT-ID (PGC2018-097884-B-I00), NATEC-ID (PID2021-122993NB-I00) y NATUR-TEC KIDS LIVINGLAB (TED2021-130300A-C22) financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación.

Referencias

- Åberg, E., Koivulaab, A., & Kukkonena, I. (2020). A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites. *Telematics and Informatics*, 46, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101319>
- Barnes, S.B. (2006). A privacy paradox: Social networking in the United States. *First Monday*, (9), 11-11. <https://doi.org/10.5210/fm.v11i9.1394>
- Besolí, G., Palomas, N., & Chamorro, A. (2018). Uso del móvil en padres, niños y adolescentes: Creencias acerca de sus riesgos y beneficio. *Aloma*, 36, 29-39. <https://doi.org/10.51698/aloma.2018.36.1.29-39>
- Cai, Z., Fan, X., & Du, J. (2017). Gender and attitudes toward technology use: A meta-analysis. *Computers & Education*, 105, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.compedu.2016.11.003>
- Dans, I. (2015). Identidad digital de los adolescentes. La narrativa del yo. *Revista de Estudios e Investigación en Psicología y Educación*, 13, 1-4. <https://doi.org/10.17979/reipe.2015.0.13.145>
- De-Felice, G., Burrai, J., Mari, E., Paloni, F., Lausi, G., Giannini, A.M., & Quagliari, A. (2022). How do adolescents use social networks and what are their potential dangers? A qualitative study of gender differences. *International Journal Environmental Research and Public Health*, 19(9), 5691-5691. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095691>
- Elias, A.S., & Gill, R. (2017). Beauty surveillance: The digital self-monitoring cultures of neoliberalism. *European Journal of Cultural Studies*, 21(1), 59-77. <https://doi.org/10.1177/1367549417705604>
- Escobar, M., & Martínez-Urbe, L. (2020). Network coincidence analysis: The netCoin R Package. *Journal of Statistical Software*, 93(11), 1-32. <https://doi.org/10.18637/jss.v093.i11>
- Escofet, A., López, M., & Álvarez, G. (2014). Una mirada crítica sobre los nativos digitales: Análisis de los usos formales de TIC entre estudiantes universitarios. *Revista Q. Tecnología, Comunicación, Educación*, 9(17), 1-19. <https://bit.ly/3UIwvd8>
- Fernández-De-Arroyabe, A., Lazkano, I., & Eguskiza, L. (2018). Consumo y creación audiovisual en euskera de los adolescentes gipuzkoanos: Sobrevivir en un contexto digital dominado por lenguas hegemónicas. *European Public & Social Innovation Review*, 3, 82-94. <https://doi.org/10.31637/epsir.18-1.7>
- Floridi, L. (2015). Introduction. In L. Floridi (Ed.), *The onlife manifesto: Being human in a hyperconnected era* (pp. 1-3). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-04093-6>
- García, A., Catalina, B., & Tur, V. (2021). Diferencias de edad y género en el uso y consumo de medios sociales entre los adolescentes. *AdComunica*, 22, 211-234. <https://doi.org/10.6035/2174-0992.2021.22.12>
- Garmendia, M., Jiménez, E., Casado, M.A., & Mascheroni, G. (2010). Riesgos y oportunidades en Internet y uso de dispositivos móviles entre menores españoles. *Red.es/Universidad del País Vasco*. <https://bit.ly/3RI8GyO>
- Gurumurthy, A., & Chami, N. (2019). Development justice in the digital paradigm: Agenda 2030 and beyond. *Development*, 62, 19-28. <https://doi.org/10.1057/s41301-019-00203-6>
- Hernández, M.J., Renés, P., Campos, R., & González-Larrea, B. (2021). Privacidad en las redes sociales: Análisis de los riesgos de auto-representación digital de adolescentes españoles. *Revista Latina de Comunicación Social*, 79, 133-154.

- <https://doi.org/10.4185/RLCS-2021-1528>
- Herrero-Curiel, E., & La-Rosa, L. (2022). Secondary education students and media literacy in the age of disinformation. [Los estudiantes de secundaria y la alfabetización mediática en la era de la desinformación]. *Comunicar*, 73, 95-106. <https://doi.org/10.3916/C73-2022-08>
- INE (Ed.) (2020). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. INE. <https://bit.ly/3reRccc>
- INE (Ed.) (2021). *Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de información y comunicación en los hogares*. INE. <https://bit.ly/3xZPiQM>
- Kapidzic, S., & Herring, S.C. (2015). Race, gender, and self-presentation in teen profile photographs. *New Media & Society*, 17(6), 958-976. <https://doi.org/10.1177/1461444813520301>
- Kirschner, P., & De-Bruyckere, P. (2017). The myths of the digital native and the multitasker. *Teaching and Teacher Education*, 67, 135-142. <https://doi.org/10.1016/j.tate.2017.06.001>
- Kruger, D., & Keyser-Verreault, A. (2022). What is gender? In G. Kerr (Ed.), *Gender-based violence in children's sport* (pp. 24-29). Routledge. <https://bit.ly/3FP7cKE>
- López-De-Ayala, M.C., Catalina, B., & Pastor, Y. (2022). Problematic Internet use the preference for online social interaction and the motives for using the Internet as a mediating factor. *Communication & Society*, 35, 1-17. <https://doi.org/10.15581/003.35.2.1-17>
- López-De-Ayala, M.C., Vizcaíno-Laorga, R., & Montes, M. (2020). Hábitos y actitudes de los jóvenes ante las redes sociales: influencia del sexo, edad y clase social. *Profesional de la información*, 29. <https://doi.org/10.3145/epi.2020.nov.04>
- Mace, R. (2020). Reframing the ordinary: Cyberspace and education. *Teoría de la Educación*, 32, 109-129. <https://doi.org/10.14201/teri.22473>
- Magnuson, J., Dundes, M., & Dundes, L. (2008). Gender differences in social portraits' reflected in myspace profiles. *CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 239-241. <https://doi.org/10.1089/cpb.2007.0089>
- Manago, A., Graham, M., Greenfield, P., & Salikman, G. (2008). Self-presentation and gender on MySpace. *Journal of Applied Development Psychology*, 29(6), 446-458. <https://doi.org/10.1016/j.appdev.2008.07.001>
- Meeus, A., Beullens, K., & Eggermont, S. (2019). Like me (please?): Connecting online self-presentation to pre- and early adolescents' self-esteem. *New Media & Society*, 21, 2386-2403. <https://doi.org/10.1177/1461444819847447>
- Memon, A.M., Sharma, S.G., Mohite, S.S., & Jain, S. (2018). The role of online social networking on deliberate self-harm and suicidality in adolescents: A systematized review of the literature. *Indian Journal of Psychiatry*, 60(4), 384-392. https://doi.org/10.4103/psychiatry.IndianJPsychiatry_414_17
- Mena, E., & Velasco, L.C. (2017). Gender violence and social networks in adolescents. The case of the province of Malaga. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 237, 44-49. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2017.02.009>
- Menezes, M., Arvanitidis, P., Smaniotto, C., & Weinstein, Z. (2019). Teenagers' perception of public spaces and their practices in ICTs uses. In *CyberParks - The interface between people, places and technology* (pp. 109-119). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-13417-4_9
- Millán-Ghisler, E., & Caro-Samada, C. (2022). Prevención de la violencia y el acoso en la red en adolescentes: estrategias familiares de crecimiento personal. *Teoría de la Educación*, 34, 105-124. <https://doi.org/10.14201/teri.26157>
- Muñoz, J.M. (2021). *Identity in a hyperconnected society. Risks and educative proposals*. Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-85788-2>
- Muñoz, J.M., Torrijos, P., Serrate-González, S., & Murciano, A. (2020). Entornos digitales, conectividad y educación. Percepción y gestión del tiempo en la construcción de la identidad digital de la juventud. *Revista Española de Pedagogía*, 78(277), 457-476. <https://doi.org/10.22550/REP78-3-2020-07>
- Oberst, U., Chamorro, A., & Renau, V. (2016). Gender stereotypes 2.0: Self-representations of adolescents on Facebook. [Estereotipos de género 2.0: Auto-representaciones de adolescentes en Facebook]. *Comunicar*, 48, 81-90. <https://doi.org/10.3916/C48-2016-08>
- ONTSI (Ed.) (2021). *Estudio sobre usos y actitudes de consumo de contenidos digitales en España 2021*. Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. https://doi.org/10.30923/094-21-023-9_2021
- Parra, G., Ruedas, J., & Serrate-González, S. (2021). Las redes sociales y su influencia en la construcción de la identidad de género: Diseño de una App móvil como recurso social y educativo dirigida al contexto familiar. In *Identity in a hyperconnected society* (pp. 155-166). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-85788-2_11
- Pérez-Curiel, C., & Sanz-Marcos, P. (2019). Estrategia de marca, influencers y nuevos públicos en la comunicación de moda y lujo. Tendencia Gucci en Instagram. *Prisma Social*, 24, 1-24. <https://bit.ly/3iPq2YY>
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9, 2-6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Quazi, A., Hasan, N., Abayomi-Alli, O., & Hardaker, G. (2022). Gender differences in information and communication technology use & skills: a systematic review and meta-analysis. *Education and Information Technologies*, 27, 4225-4258. <https://doi.org/10.1007/s10639-021-10775-x>
- Rambaree, K., & Knez, I. (2017). Young people's identity & Facebook behaviour: The role of gender and ethnicity. *Cogent Social Sciences*, 3(1), 1359895-1359895. <https://doi.org/10.1080/23311886.2017.1359895>
- Renau, V., Carbonell, X., & Oberst, U. (2012). Redes sociales on-line, género y construcción del self. *Revista de Psicología*, 30(2), 97-107. <https://bit.ly/3Sld3ek>
- Rideout, V., Peebles, A., Mann, S., & Robb, M.B. (2021). *The common sense census: Media use by tweens and teens, 2021*. Common Sense. <https://bit.ly/3dPMHCl>
- Rowlands, I., Nicholas, D., Williams, P., Huntington, P., Fieldhouse, M., Gunter, B., Withey, R., Jamali, H.R., Dobrowski, T., & Tenopir, C. (2008). The Google generation: The information behaviour of the researcher of the future. *Aslib Proceedings*,

- 60(4), 290-310. <https://doi.org/10.1108/00012530810887953>
- Sánchez-Rojo, A., García-Del-Dujo, A., Muñoz, J.M., & Dacosta, A. (2022). Grammars of "onlife" identities: Educational re-significations. *Studies in Philosophy and Education*, 41(1), 3-19. <https://doi.org/10.1007/s11217-021-09811-7>
- Sánchez-Rojo, A., & Martín-Lucas, J. (2021). Educación y TIC: Entre medios y fines. Una reflexión postcrítica. *Educação & Sociedade*, 42. <https://doi.org/10.1590/es.239802>
- Santos, E. (2018). Construcción de la identidad digital a través del yo-objeto: Proceso de auto-objetivación y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura*, 15(2), 301-309. <https://doi.org/10.5209/TEKN.59724>
- Savoia, E., Harriman, N.W., Su, M., Cote, T., & Shortland, N. (2021). Adolescents' exposure to online risks: Gender disparities and vulnerabilities related to online behaviors. *Int. J. Environ. Res. Public Health*, 18(11), 5786-5786. <https://doi.org/10.3390/ijerph18115786>
- Schmidt, M., Frank, L., & Gimpel, H. (2021). How adolescents cope with technostress: A mixed-methods approach. *International Journal of Electronic Commerce*, 25(2), 154-180. <https://doi.org/10.1080/10864415.2021.1887696>
- Schofield, D., & Kupiainen, R. (2015). Young people's narratives of media and identity: Media-graphy as identity work in upper secondary school. *Nordicom Review*, 36(1), 79-93. <https://doi.org/10.1515/nor-2015-0007>
- Serpe, R.T., & Stryker, S. (2011). The symbolic interactionist perspective and identity theory. In *Handbook of identity theory and research* (pp. 225-248). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9_10
- Siddiq, F., & Scherer, R. (2019). Is there a gender gap? A meta-analysis of the gender differences in students' ICT literacy. *Educational Research Review*, 27, 205-217. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2019.03.007>
- UNICEF España (Ed.) (2021). *El impacto del uso de la tecnología en la adolescencia: Relaciones, riesgos y oportunidades. Un estudio comprensivo e inclusivo hacia el uso saludable de las TRIC*. UNICEF España. <https://bit.ly/3Y6hKfo>
- Uski, S., & Lampinen, A. (2014). Social norms and self-presentation on social network sites: Profile work in action. *New Media & Society*, 18(3), 447-464. <https://doi.org/10.1177/1461444814543164>
- Vannucci, A., Simpson, E.J., Gagnon, S., & Ohannessian, C.M. (2020). Social media use and risky behaviors in adolescents: A meta-analysis. *Journal of adolescence*, 79, 258-274. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2020.01.014>
- Vansieleghe, N., Vlieghe, J., & Zahn, M. (2019). *Education in the age of the screen. Possibilities and transformations in technology*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780429451478>
- Winner, L. (1988). *The whale and the reactor: A search for limits in an age of high technology*. University of Chicago Press. <https://doi.org/10.2307/3105261>
- Wright, M.F. (2017). The role of technologies, behaviors, gender, and gender stereotype traits in adolescents' cyber aggression. *Journal of Interpersonal Violence*, 35(7-8), 1719-1738. <https://doi.org/https://doi/10.1177/0886260517696858>