



**Estudi sobre l'impacte
de les xarxes socials
en les relacions
interpersonals
d'adolescents i joves**

**SANDRA SEDANO COLOM
MÒNICA GELABERT BOTELLA
LLUÍS BALLESTER BRAGE**



Sandra Sedano Colom

Palma, 1973. Llicenciada en Psicopedagogia, Experta Universitària en Estudis de Gènere i la seva Aplicació als Àmbits Socials i Especialista Universitària en Coeducació. És cap del Servei d'Igualtat de l'Ajuntament de Calvià i professora associada de la UIB. Ha estat responsable del Servei de Joventut de l'Ajuntament de Calvià (2007-2014) i corresponsable tècnica de *l'Estudi sobre els coneixements i la percepció sobre l'educació afectiva i sexual i de prevenció de les violències masclistes al municipi de Calvià*.



Mònica Gelabert Botella

Palma, 1989. Diplomada en Treball Social i Experta Universitària en Intervenció Social en Situacions de Tracta de Persones i Prostitució. És coordinadora de la Mesa de Violències Masclistes de Calvià i la Mesa d'Atenció a Dones Prostituides de Calvià (MAPCAL). Ha estat membre de l'equip investigador de *l'Estudi sobre els coneixements i la percepció sobre l'educació afectiva i sexual i de prevenció de les violències masclistes al municipi de Calvià*.



Lluís Ballester Brage

Santiago de Compostela, 1960. Doctor en Sociologia (UAB) i en Filosofia (UIB) i diplomant en Treball Social (UIB). Actualment, és investigador col·laborador del Departament de Pedagogia i Didàctiques Específiques i president del Instituto Galego de Xestión para o 3o Sector (IGAXES). Ha estat professor de Mètodes d'Investigació a la Universitat de les Illes Balears fins al 2020 i director de la Unitat de Planificació i Estudis del Consell de Mallorca, de l'Institut de Ciències de l'Educació de la UIB i de l'Agència de Qualitat Universitària de les Illes Balears. Ha fet feina en programes socioeducatius per a joves, justícia juvenil i serveis socials comunitaris. En el context de l'anàlisi de les relacions interpersonals, desenvolupa des del 2013 una investigació sobre nova pornografia en línia. Les seves publicacions es poden trobar en *Researchgate*.

Resum

L'Ajuntament de Calvià està elaborant un estudi sobre les xarxes socials i l'impacte social que tenen en les relacions interpersonals d'adolescents i joves del municipi (12-18 anys), amb l'objectiu d'entendre com influeixen en les percepcions, les actituds i les conductes de socialització del jovent calviàner. L'estudi es desenvolupa en dues fases. En la primera (2021), s'analitza quines xarxes fan servir els i les adolescents de Calvià, com i per a què, i s'examinen amb profunditat les característiques de les més utilitzades i l'impacte que tenen en el jovent de Calvià. En la segona fase (2022), s'analitzaran els nivells de consum problemàtic i s'estudiaran rigorosament les opinions i els discursos mitjançant grups de discussió i jornades amb persones expertes i professionals.

Paraules clau: Xarxes socials / Ús problemàtic / Impacte / Identitat

Resumen

El Ajuntament de Calvià está elaborando un estudio sobre las redes sociales y el impacto social que tienen en las relaciones interpersonales de adolescentes y jóvenes del municipio (12-18 años), con el objetivo de entender cómo influyen en las percepciones, actitudes y conductas de socialización de la juventud calviànera. El estudio se desarrolla en dos fases. En la primera (2021), se analiza qué redes usan los y las adolescentes de Calvià, cómo y para qué, y se examinan en profundidad las características de las más utilizadas y el impacto que tienen en la juventud de Calvià. En la segunda fase (2022), se analizarán los niveles de consumo problemático y se estudiarán rigurosamente las opiniones y los discursos mediante grupos de discusión y jornadas con personas expertas y profesionales.

Palabras clave: Redes sociales / Uso problemático / Impacto / Identidad

1. Fonamentació teòrica

En els darrers anys, especialment a partir del 2020, pel confinament i la pandèmia a causa de la COVID-19, ens hem fet molt més conscients de la relació que mantenim amb la cultura de pantalles, especialment del que representen les xarxes socials.

En moments d'aïllament físic, s'ha pogut mantenir la connexió rebent i enviant missatges constantment en àmplies xarxes de persones i des de qualsevol lloc del món. Per a l'adolescència, l'impacte d'aquest període d'aïllament, en una etapa de la vida orientada a experimentar les relacions amb iguals de tot tipus, i a intercanviar opinions, estils de vida, imatge, consum cultural, emocions i sexe, entre d'altres, només s'ha moderat parcialment gràcies als contactes que han mantingut per internet.

En el cas de Calvià, la realitat observada mitjançant l'estudi elaborat el 2020 sobre les relacions emocionals, afectives i sexuals va permetre tenir coneixement d'una part fonamental de la identitat: les relacions. Justament, el sentit d'aquest estudi és saber les relacions que s'estableixen en l'àmbit virtual mitjançant les xarxes socials.

1.1. Com definir les xarxes socials?

L'ús de les xarxes socials en la societat actual (Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, WhatsApp o TikTok) és omnipresent. L'arribada de les tecnologies de la comunicació als mòbils, la generalització de l'accés a connexions Wi-Fi, juntament amb altres tendències i nocions d'unificació, com la convergència dels mitjans i els con-

tinguts digitals, permeten a les persones usuàries integrar aquestes xarxes en la seva vida quotidiana (Mady i Baadel, 2020).

1.2. Però de què parlem quan deim «xarxes socials»?

Les característiques principals de les xarxes socials comporten una certa consideració de comunitat amb la creació de xarxes de persones usuàries que interactuen, dialoguen i aporten comunicació i coneixement. L'aprofitament de les necessitats de relació i l'aportació de reconeixement es basen en funcionalitats, rituals i pràctiques que s'instauren amb facilitat i estructurin bona part del temps de la vida quotidiana de les persones adolescents (Campos, 2013). L'arribada d'internet i, consegüentment, de les xarxes socials enfocades des d'aquesta perspectiva ha canviat les condicions tradicionals a l'hora de construir la identitat. Entre altres impactes, es redueix la rellevància de la interacció física, compensada amb l'augment, de manera considerable, de la interacció no presencial, és a dir, amb la dimensió virtual de les relacions.

1.3. Tipus de xarxes socials. Principals xarxes utilitzades per adolescents i joves

Les xarxes socials es poden classificar en dos tipus segons la funcionalitat i els objectius. Per una part, hi ha les anomenades *xarxes horitzontals* o *generalistes*, que són les més comunes i que tenen usos de tot tipus i interessos diversos. S'hi tracten temes generals, sense cap fi en particular.

Són, per exemple, Facebook, Twitter o Google+1. Per altra part, hi ha les *xarxes verticals*, en què, a diferència de les horitzontals, sí que ofereixen un objectiu concret i comú a totes les persones usuàries. LinkedIn en seria un exemple.

A més d'aquesta classificació, també es pot parlar de quatre tipus de xarxes:

- **Xarxes socials genèriques:** Són les més conegudes i les que tenen més persones usuàries, per exemple, Facebook, Twitter: S'hi han incorporat funcionalitats orientades a produir, distribuir i consumir vídeos, música i altres modalitats de comunicació properes a la cinematografia popular: En aquest darrer sector, el més dinàmic de totes les xarxes, han fet fortuna YouTube, Instagram i TikTok.
- **Xarxes socials professionals:** Són les que permeten que els membres es relacionin laboralment. Destaca la xarxa social LinkedIn. Els i les adolescents no segueixen aquest tipus de xarxes, per motius evidents.
- **Xarxes socials temàtiques:** Es basen a connectar persones que comparteixen la mateixa activitat (consum de música en línia, per exemple) o que volen relacionar-se en comunitats tancades amb funcionalitats específiques (xarxes de contactes), com Flickr, Spotify, Tinder o Azar.
- **Xarxes socials orientades a la comunicació:** Es tracta de xarxes que capten l'interès de les persones usuàries mitjançant l'oferta de mo-

dalitats de comunicació múltiple: text, imatges, documents, videoconnexió, etc. En aquest tipus s'hi poden classificar WhatsApp, Telegram, Signal o Messenger.

De manera coherent amb els interessos que marquen el seu moment evolutiu, les i els adolescents sobretot se centren a entretenir-se, experimentar, socialitzar, i conèixer com són i com viuen els seus iguals i saber-ne les preferències i opinions.

Contra el que es pot pensar, les xarxes socials no són tan sols un àmbit d'incitació al consum, a la pèrdua de temps i a l'entreteniment improductiu, sinó que també són un àmbit en el qual s'adquireixen nous coneixements i es fa una socialització especialment significativa. A les xarxes socials, les i els adolescents poden trobar persones amb qui comparteixen interessos i aficions i crear un vincle virtual. A més, poden trobar ràpidament vídeos, publicacions, grups o pàgines sobre un tema específic; contactar amb persones rellevants d'un determinat àmbit que els poden orientar (disseny, roba, música, cinema, etc.), i tenir accés ràpid a tutorials, vídeos de diversos nivells d'utilitat, etc. (Peña-Ayala, 2019).

1.4. Aspectes positius i risc de les xarxes socials per a adolescents i joves

El ciberassetjament i la ciberviolència estan presents a totes les xarxes i de maneres molt diverses. L'explotació sexual d'infants i adolescents (ESIA) també es pot identificar a partir de xarxes que freqüenten les i els adolescents, això al marge que hi ha xarxes orientades a la producció

i distribució directa de pornografia, feta en molts de casos per menors d'edat, com ara OnlyFans.

Entre els darrers riscos identificats, hi ha el ciberseducció de menors (*grooming*), en què un abusador cerca un perfil de víctima normalment jove i s'aprofita de la seva ingenuïtat o innocència per guanyar-se'n la confiança –moltes vegades fent ús de perfils falsos– amb l'únic objectiu d'obligar-la a tenir conductes d'abús sexual.

Arab i Díaz (2015) assenyalen que aquest procés passa per diferents etapes:

1. Amistat. Moment en el qual l'abusador vol crear confiança amb la víctima fent-se passar per un altre jove, i intenta treure-li informació personal: residència, edat, centre educatiu...
2. Engany. L'abusador fingeix estar enamorat de la víctima per aconseguir que prengui imatges o faci vídeos de contingut sexual, inclús davant la càmera web.
3. Xantatge. La víctima se sent manipulada per l'abusador, el qual l'amenaça de fer públic el contingut sexual que anteriorment la víctima li ha enviat si no continua fent-li arribar imatges o vídeos de caire sexual.

Les característiques de les xarxes fan que un dels perills més rellevants per a les i els adolescents sigui la connexió en línia amb desconeguts, que es vincula a diversos riscos identificats (ciberseducció de menors, però també sèxting, ESIA, etc.).

El sèxting, a diferència de la ciberseducció de menors (*grooming*), es fa sense una manipulació tan directa,

però condueix al mateix tipus de risc, és a dir, a mostrar contingut sexual. És una pràctica que consisteix a compartir imatges de caire sexual, personal o d'un altre tipus per mitjà de les xarxes socials. El risc és que les imatges siguin publicades i viralitzades sense permís. Així, la intimitat queda exposada a la mirada pública.

La ciberaddicció o conducta addictiva és un risc persistent entre els i les adolescents. Es pot definir com la pèrdua de control sobre la conducta de consum o sobre pràctiques concretes a les xarxes socials. Aquesta conducta comporta l'aïllament, i la desatenció de les relacions socials, les activitats acadèmiques, les activitats recreatives, la salut i la higiene personal. Alguns indicadors de la ciberaddicció són els següents:

- Disminueix notablement el rendiment acadèmic perquè dediquen massa temps a estar connectats.
- Manifesten gran irritabilitat si algú els molesta quan estan connectats.
- Tenen estrès, ansietat o depressió quan no estan connectats a les xarxes.
- Deixen de reunir-se amb les amistats per passar temps connectats.
- Revisen constantment el mòbil per veure si ha arribat un missatge. Arriben a rebre vibracions fantasmes, és a dir, creuen que els ha arribat un missatge, però només són missatges imaginats.

Des d'una perspectiva cognitiva, emocional i conductual, es pot concloure que el mal ús de les xarxes

socials o l'ús problemàtic d'aquestes obstaculitza la formació de la pròpia identitat com a subjectes, ja que les i els adolescents no tenen les eines adequades per entendre el perill que impliquen determinades activitats a les xarxes socials. Les persones usuàries de les xarxes socials ja no són tan sols consumidores, sinó que també són convidades constantment a crear contingut, en forma d'imatges, opinions, recomanacions de consum per a altres persones, etc. Construeixen el seu perfil, fan que aquest pugui ser públic o privat, s'expressen amb comentaris, missatges o imatges que altra gent pot bloquejar o afegir en el seu mur, etc. La creació de contingut en línia a les xarxes significa per a moltes persones un mitjà per gestionar la identitat, l'estil de vida i les relacions socials.

2. Objectius i metodologia

L'estudi de l'impacte de les xarxes socials inclou dues etapes diferenciades: la primera es basa en una consulta central a l'alumnat adolescent de Calvià, i la segona, més llarga, es basa en consultes qualitatives fetes al llarg del primer semestre del 2022.

La consulta central a l'alumnat adolescent es du a terme amb una enquesta semiestructurada que inclou preguntes obertes i preguntes amb enfocament quantitatiu. Té com a objectiu general descriure i analitzar les xarxes socials utilitzades pels i les joves de Calvià, i comprovar com influeixen en les percepcions, les actituds i les conductes de socialització del jovent calvianer.

Els objectius específics són els següents:

1. Analitzar quines xarxes fan servir els i les adolescents de Calvià, i com i per a què les utilitzen.
2. Conèixer amb profunditat les característiques de les xarxes més usades.
3. Conèixer l'impacte de les xarxes socials en el jovent calvianer.

L'estudi s'ha fet d'acord amb un disseny que respon als criteris que hi ha a continuació:

1. Aconseguir que sigui tan fiable com sigui possible per poder confiar en els resultats obtinguts.
2. Diferenciar l'estudi en dues fases. Els resultats de la primera part serviran per definir les consultes de la segona.
3. Desenvolupar la primera recollida de dades i informació centrada en l'alumnat adolescent de Calvià.
4. Mantenir l'equilibri per sexe i grups d'edat a la mostra empírica de l'enquesta.
5. Mantenir la distribució territorial com a referent a totes les consultes i garantir la representació de la realitat diversa del municipi.
6. Incloure totes les qüestions plantejades com a objectius específics a l'encàrrec fet per l'Ajuntament.

La primera investigació que forma part de l'estudi (2021-2022) s'ha desenvolupat amb un mètode que té doble enfocament: enquesta semiestructurada, amb preguntes obertes i preguntes amb enfocament quantitatiu. Les preguntes amb enfocament qualitatiu han estat analitzades al llarg dels primers mesos del 2022 i se n'inclouran els resultats en un segon informe juntament amb

els resultats de la resta de consultes qualitatives.

L'estudi centrat en l'alumnat de l'ESO i els cursos d'educació postobligatòria no universitària (12-18 anys) ha comptat amb una mostra de 774 enquestes vàlides. Amb una distribució entre 18 nuclis de població i 3 centres públics de Calvià, la mostra té una excel·lent representativitat de la població entre 11 i 18 anys escolaritzada en centres públics (ESO, batxillerat i cicles formatius). La mostra empírica, la realment validada, finalment té un marge d'error de l'1,959 % i un nivell de confiança de 2 sigmes ($p = q$). Es tracta d'una mostra probabilística amb unes característiques que la fan fiable.

El qüestionari ha estat dissenyat i revisat mitjançant un procediment de consulta de persones expertes; posteriorment, ha estat sotmès a una consulta entre els dos equips de recerca implicats: el Servei d'Igualtat de l'Ajuntament de Calvià i l'equip complet aportat per la UIB.

Totes les dades i la informació recollida s'han protegit mitjançant l'anonimat de l'alumnat i s'han analitzat amb els programes SPSS (versió 25) i NVIVO (versió 12). S'ha fet una anàlisi descriptiva i una anàlisi comparativa, amb estadística no paramètrica (Chi-quadrat) i ocasionalment amb estadística paramètrica (t test). Les respostes s'han analitzat diferenciant per sexe i per grups d'edat.

3. Anàlisi de dades i resultats

Durant el mes de desembre es van fer enquestes a l'alumnat dels instituts de secundària de Calvià per ob-

tenir informació i dades quantitatives. La caracterització de l'alumnat adolescent participant és la següent: alumnat de 1r a 4t ESO, batxillerat i cicles formatius, la majoria del qual pertany a una unitat de convivència amb pare-mare i adolescents (63,7 %); amb una presència rellevant de famílies monoparentals (14 %), majoritàriament mares i fills o filles, i un 15,1 % de situacions de convivència associades a separacions o divorcis.

No hi ha cap nucli del municipi sense representació i s'ajusta a la distribució de la població entre 11 i 18 anys. S'ha prescindit de l'alumnat que resideix a Palma i del que està escolaritzat en centres privats o concertats.

Pel que fa al sexe, la mostra és molt equilibrada (51 % dones, 49 % homes) i correspon a la configuració dels cursos escolars als centres educatius.

Amb la finalitat de mostrar els resultats d'acord amb l'evolució psico-social de les i els adolescents enquestats i poder recomanar les intervencions que derivin de l'anàlisi, s'han distribuït en dos grups: d'11 a 14 anys i de 15 a 18 anys.

Un dels impactes de les xarxes socials que s'ha volgut analitzar és el que provoca en el resultat acadèmic, mesurat per les notes. Si tenim en compte el sexe, s'observen pitjors notes entre els alumnes que en les alumnes. Si distribuïm els resultats entre els dos grups d'edat esmentats, hi ha pitjors notes entre l'alumnat de 15 a 18 anys, amb un 60,1 % d'aprovat amb algun suspens, davant un 39,9 % de l'alumnat d'11 a 14 anys.

L'anàlisi del consum problemàtic i l'impacte que té en les notes mostra com es produeix una associació significativa (Chi-quadrat = 16,35;

$p = 0,001$) entre l'increment del nombre de suspensos i la presència d'ús problemàtic, i entre la millora de les notes i l'absència d'ús problemàtic.

La confiança, base de la bona comunicació i relació clau per poder posar límits o demanar assessorament, és la gran absent en els i les adolescents a l'hora de parlar sobre xarxes socials. L'única figura adulta en la qual confien, més elles que no ells, són les mares (23,1 %), seguides dels germans o germanes (13,3 %), i dels pares (7,1 %), més ells que no elles. Podem afirmar que la confiança en les mares es manté, mentre que en els pares disminueix, així com en els germans i germanes. No es mencionen altres figures adultes, com professorat, personal sanitari o altres professionals.

S'observa un domini quasi absolut dels mòbils (92 %) davant la resta de dispositius per usar les xarxes socials, les quals estan absolutament presents en la vida quotidiana dels i les adolescents (98,2 %), sense diferències significatives segons el sexe o els grups d'edat. Les més conegudes són WhatsApp (96,6 %), Youtube (95,4 %), Instagram (94,2 %) i TikTok (93,7 %).

L'ús d'aquestes xarxes segons el sexe és el següent:

- Dones: (1) WhatsApp, (2) TikTok, (3) Instagram i (4) YouTube
- Homes: (1) WhatsApp, (2) YouTube, (3) Instagram, (4) TikTok

Les quatre xarxes més conegudes són les que més fan servir, però quan analitzam les diferències per sexe, Instagram és més usada per elles (73,72 %) que no ells (66,03 %). Hi ha diferències notables amb la

segona més utilitzada: per elles, TikTok (72,70 %), i per ells, YouTube (61,96 %).

Les diferències per edats mostren patrons clarament diferenciats. En el grup d'11-14 anys, la xarxa més utilitzada és TikTok (71,6 %), i la segona és Instagram (61,0 %). En canvi, en el grup de 15-18 anys, la primera xarxa és Instagram (79,36 %), i la segona, també a molta distància, és TikTok (61,13 %). Això significa que segurament TikTok està llevant públic adolescent a Instagram. La xarxa amb la dinàmica de creixement més rellevant és, en aquests moments, TikTok. En qualsevol cas, totes dues tenen un sector de negoci molt similar: les imatges i els vídeos de producció pròpia, combinats amb els que produeixen les empreses, els anunciants de productes singulars i altres agents.

Podem diferenciar tres nivells en funció de la freqüència amb què les consulten o les revisen:

- Alta intensitat d'interacció: Clarament es concentra en tres xarxes socials: Instagram, amb un 65,3 % d'adolescents; WhatsApp, amb un 55,7 %, i TikTok, amb un 54,5 %.
- Nivell mitjà d'interacció: Hi ha 5 xarxes amb nivells decreixents de consulta: YouTube, amb un 35,3 %; Spotify, amb un 16,7 %; Google Classroom, amb un 15,7 %; Snapchat, amb un 14,5 %, i Discord, amb un 10,1 %.
- Nivell baix d'interacció: La resta de xarxes s'inclouen en aquest nivell. En conjunt, només són de les més consultades per menys del 10 % d'adolescents.

Pel que fa a les diferències per sexe, cal dir que per als uns i els altres les tres primeres xarxes són les més rellevants, amb percentatges superiors al 50 %, amb una excepció: per als homes TikTok suposa un 47,8 %, i per a les dones, un 60,7 %; Youtube mostra una diferència de 21 punts percentuals, és a dir, 46,5 % d'homes i 24,7 % de dones. Això indica les preferències, però també quines són les xarxes més importants en la vida quotidiana de les i els adolescents.

A més, es pot fer una indicació interessant sobre les xarxes de nivell mitjà de consulta. Hi ha una xarxa clarament preferida per les dones, es tracta de Snapchat, amb un 19,6 %; en canvi, entre els homes baixa a un 9,0 % de preferència. D'altra banda, hi ha dues xarxes clarament preferides pels homes: Discord (16,3 %) i Twitch (13,3 %), que, en canvi, només són consultades per un 4,3 % i un 3,1 % de les dones.

La diferència per edats és significativa per a una de les xarxes: Instagram és la més consultada entre adolescents de 15 a 18 anys (74,3 %). Entre els d'11-14 anys, WhatsApp (58,1 %), TikTok (57,9 %) i Instagram (56,6 %) estan en nivells molt similars.

Quant a la freqüència amb què fan les consultes, és major en les dones adolescents (52,2 % diverses vegades al dia) que en els homes adolescents (48,4 %). A la inversa, es pot observar com és clarament més nombrós el grup d'homes que en fan un ús ocasional (10,3 %) que el de les dones (5,1 %). Les diferències segons l'edat són significatives: la consulta diverses vegades al llarg del dia arriba al 54,2 % entre el grup de 15-18 anys; en canvi, es manté en un 46,6 % en-

tre el d'11-14 anys. La major independència als 15-18 anys s'expressa mitjançant l'ús més intens de les xarxes per comunicar-se i consumir vídeos o música. Amb l'edat, també baixa el control parental, imposat o negociat: del 6,4 % entre els d'11-14 anys a l'1,3 % entre els de 15-18 anys.

Cal constatar que només hi ha interaccions rellevants, identificades, amb pares i mares en un 3,9 % d'adolescents, o bé perquè decideixen l'horari de consulta o bé perquè l'han negociat. Atès que hi ha xarxes que s'orienten a la comunicació en temps real (WhatsApp, Telegram, Messenger...) i substitueixen el telèfon, aquests horaris són molt difícils d'imposar o de negociar. Mantenir la comunicació oberta és la prioritat per a la majoria de les famílies.

Com es concreta en hores de dedicació el nivell de freqüentació? Les dades estadístiques indiquen alts nivells de dedicació:

- Mitjana d'hores diàries, de dilluns a divendres: 3,55 (DE = 2,120)
- Mitjana d'hores diàries, el cap de setmana: 3,61 (DE = 1,863)
- Mitjana d'hores diàries, en el total de la setmana: 21,73 (DE = 10,297)

En el nivell d'ús, mesurat per les hores, no hi ha diferències estadístiques significatives per sexe, encara que les dones adolescents sempre tenen mitjanes d'hores de dedicació a les xarxes una mica superiors. Les diferències per grups d'edat sí que són significatives en el total setmanal. El grup d'11-14 anys hi dedica una mitjana de 20,22 hores, mentre

que el de 15-18 anys hi dedica 22,03 hores. És comprensible l'increment d'hores de dedicació amb l'edat, atès que els i les adolescents tenen més independència i relació amb iguals. La disponibilitat del mòbil, la intensificació de les relacions autònomes, al marge de la família, així com altres factors madurats, justifiquen l'increment de la dedicació. En qualsevol cas, aquesta també significa més hores d'exposició als efectes de les xarxes socials, com s'intentarà mostrar amb altres resultats.

Un dels aspectes que cal comprovar és com s'administren les hores de dedicació a les xarxes al llarg del dia. És molt diferent l'impacte de perdre hores de descans nocturn o de deixar d'atendre a classe que el d'invertir hores en les xarxes a l'horabaixa. Per aquest motiu, s'han estudiat els horaris preferents per usar les xarxes socials. La franja horària més freqüent és l'horabaixa, amb un 30,3 %; després hi ha l'horari variable al llarg de tot el dia, amb un 29,3 %, i la dedicació a qualsevol hora, tant del dia com de la nit, amb un 19,9 %. El 7 % d'adolescents dedica temps a les xarxes en l'horari més pertorbador per al descans, el nocturn. Cal destacar que només el 5,7 % de l'alumnat enquestat hi destina temps en altres horaris amb conseqüències negatives (coincidint amb classes, abans d'aixecar-se i d'altres).

Pel que fa a les dades per sexe, hi ha tres diferències:

- Horari d'horabaixa: 32,7 % de dones, 27,7 % d'homes
 - Horari nocturn: 9,2 % d'homes, 4,8 % de dones
 - Qualsevol hora del dia o de la nit: 23,1 % d'homes, 16,8 % de dones.
- No són grans diferències, però es pot interpretar que l'horari dels homes adolescents és més negatiu per al descans.
- Les diferències d'horaris per edat tampoc no són gaire rellevants. N'hi ha tres de significatives:
- Increment, amb l'edat, de l'ús de xarxes socials en qualsevol horari (tot el dia i a la nit, i no té un horari preferit), amb un 47,3 % en el grup d'11-14 anys i un 51,2 % en el de 15-18 anys.
 - Reducció de l'horari d'horabaixa, amb un 33,9 % en el grup d'11-14 anys i un 26,5 % en el de 15-18 anys.
 - Increment moderat de l'horari nocturn, amb un 8,3 % en el grup de 15-18 anys i un 5,7 % en el d'11-14 anys.
- La funcionalitat és una de les variables clau per entendre la gran importància de les xarxes en la vida quotidiana dels i les adolescents. Es poden diferenciar tres nivells d'importància en funció de la freqüència d'ús:
- Per sobre del 50 % d'adolescents les fan servir per a aquestes activitats: comunicar-se amb amigats (82,9 %), passar l'estona mirant vídeos, mems i d'altres (56,4 %) i escoltar música (52,4 %).
 - Entre el 25 % i el 50 % destaquen: assabentar-se de què passa (37,8 %), jugar en línia (33,0 %) i quedar amb gent que ja es coneix (32,1 %). També és interessant tenir

present que un 25,9 % assenyalava que les fa servir per aprendre i fer treballs acadèmics.

- Menys del 25 % d'adolescents les utilitzen per seguir comptes de youtubers (22,9 %), mostrar fotos i vídeos seus (20,9 %), fer amistats i concertar cites (10,9 %) i d'altres de menys freqüència d'ús.

Com es pot observar, són les activitats del darrer punt a les quals cal posar atenció, per l'impacte que poden tenir, i pel risc que experimenten els i les adolescents.

Pel que fa als usos, hi ha una gran diferència per sexe:

- Usos de les xarxes per part de les dones, significativament menys freqüents entre els homes: passar l'estona i mirar curiositats (D: 63,5 %; H: 48,9 %), escoltar música (D: 60,7 %; H: 43,5 %), aprendre i fer treballs (D: 30,4 %; H: 21,2 %).
- Usos de les xarxes per part dels homes, significativament menys freqüents entre les dones: jugar en línia (H: 48,6 %; D: 18,4 %), seguir youtubers (H: 27,7 %; D: 18,4 %).
- Usos de les xarxes per part de les dones i dels homes, però amb diferències moderades: comunicar-se amb amistats (D: 85,5 %; H: 80,2 %), mirar què fan les amistats (D: 28,1 %; H: 23,6 %).

Les diferències per grup d'edat quant als usos de les xarxes es concentren en tres increments:

- Augmenta la curiositat pels altres: assabentar-se de què passa, del 21,4 % en el grup d'11-14 anys al 47,7 % en el grup de 15-18 anys; mirar què fan les amistats, del 21,4 % al 30,6 %.
- Escoltar música: passa del 46,5 % al 58,4 %.
- Mostrar fotos i vídeos seus: passa del 16,3 % al 25,7 %.

Per tant, s'incrementa la curiositat pels iguals, el consum cultural i l'exposició mitjançant imatges.

Si es concreta el tipus de pràctiques que duen a terme les i els adolescents, hi ha dos grans grups d'activitats molt freqüents, més el consum passiu:

- Mostrar imatges: fotos (47,1 %) i vídeos (28,6 %).
- Comunicar-se: és una de les activitats més freqüents orientada a les amistats (45,0 %) o a altra gent (18,0 %).
- Consum passiu del que fan altres persones: mirar el que hi ha (31,8 %), posar m'agrada (32,5 %), compartir mems (21,3 %).

Les activitats basades en la productivitat personal són menys freqüents. Afortunadament, també sembla molt poc freqüent la publicació d'imatges sexuals, tot i que en aquest cas és possible que hi hagi una certa ocultació, que es podrà explorar a les anàlisis qualitatives.

Pel que fa a les activitats, les diferències per sexe es concentren en dos tipus d'activitats:

- Comunicar-se és una preferència de les adolescents: amb amistats (D: 54,1 %; H: 35,3 %) i amb altra gent (D: 22,4 %; H: 13,3 %).
- Mostrar imatges també és una preferència de les adolescents: fotos (D: 56,6 %; H: 37,0 %) i vídeos (D: 36,7 %; H: 19,8 %).

A més d'aquests dos tipus d'activitats, pel que fa al consum passiu del que fan altres persones, s'observa una diferència d'estratègia:

- Observar de manera oculta és una estratègia preferentment dels adolescents: mirar el que hi ha (H: 39,7 %; D: 24,5 %).
- Observar, però donant una valoració, és una estratègia preferentment d'elles: posar m'agrada (D: 39,5 %; H: 25,0 %).

Les diferències per grups d'edat també indiquen que hi ha un increment de dos tipus d'activitats amb l'edat:

- La comunicació augmenta més d'un 10 %: amb amistats (40,1 % en el grup d'11-14 anys, 50,1 % en el de 15-18 anys) i amb altra gent (12,4 % en el grup d'11-14 anys, 23,9 % en el de 15-18 anys).
- Mostrar imatges també augmenta: fotos (39,3 % en el grup d'11-14 anys, 55,2 % en el de 15-18 anys), de manera sorprenent és similar en el cas dels vídeos (27,9 % en el grup d'11-14 anys, 29,2 % en el de 15-18 anys).

Per conèixer quin és el contingut d'allò que mostren, comuniquen o miren, el més destacat és que no hi ha un tema concret preferit (46,7 %), tot i que n'hi ha tres de freqüents: la vida personal i les opinions (25,4 %), els llocs visitats o coneguts en imatges (16,4 %) i la música (12,0 %). Com es pot observar, l'exposició pública és molt rellevant (vida, opinió, preferències), però la comunicació, com a activitat dominant, és molt variada.

Les diferències per sexe confirmen tres temàtiques amb pràctiques diferenciades:

- Preferències de les dones: la vida personal i les opinions (D: 32,9 %; H: 17,4 %), mostrar els llocs visitats o coneguts en imatges (D: 23,5 %; H: 9,0 %).
- Preferències dels homes: videojocs (H: 13,6 %; D: 5,9 %).

L'única diferència significativa entre grups d'edat s'observa en l'increment de l'exposició pública de la vida personal i les opinions (19,4 % en el grup d'11-14 anys, 31,6 % en el de 15-18 anys). La resta de temàtiques es mantenen constants amb els canvis d'edat.

Estudiant les motivacions de les pràctiques observades, s'ha constatat l'exploració de les que estan vinculades a generar simpatia, a agradar a altres persones. La majoria contesta clarament que aquesta no és la seva motivació principal (83,6 %), però un 25,4 % reconeix que és un dels seus objectius. Les adolescents reconeixen que fan més aquesta pràctica, encara que no sigui la seva motivació principal (D: 29,6 %; H: 20,9 %). Les

diferències per grups d'edat també s'observen en aquesta opció (20,7 % en el grup d'11-14 anys, 30,3 % en el de 15-18 anys).

Les pràctiques identificades a les xarxes inclouen molta comunicació sobre continguts privats, com la manera de viure, opinions o imatges. Així, la preocupació per la privacitat és perfectament coherent. S'ha estudiat des de diverses perspectives, començant per comprovar fins a quin punt els importa el tema, i s'ha pogut constatar que la majoria està preocupada (79,6 %) i, no tan sols això, sinó que no dona a ningú ni publica a les seves xarxes les seves dades personals (62,5 %). Només un 15,5 % no es preocupa en absolut pel tema de la privacitat.

En aquest sentit, hi ha un patró diferenciat entre ells i elles:

- Entre els adolescents, és més freqüent despreocupar-se de la privacitat (H:24,8 %; D: 6,9 %);
- Entre les adolescents, hi ha una preocupació significativament més freqüent (D: 88,8 %; H: 69,9 %), però també un estímul que ha fet que no donin a ningú ni publiquin a les seves xarxes les seves dades personals (D: 70,7 %; H: 53,8 %).

Hi ha diversos factors que intervien en la motivació per adoptar mesures de prevenció; però, tal vegada, destaca la freqüència en què han tingut experiències de convidades desagradables, tal com es comprovarà més endavant.

La diferència més destacada per grups d'edat és que, encara que els preocupi la privacitat, s'adopten menys mecanismes preventius en el grup

d'edat de 15-18 anys (el 19,0 % no n'adopta) que en el grup d'11-14 anys (l'11,1 % no n'adopta).

L'ús de les xarxes no és estàtic, va canviant amb el temps, d'acord amb l'augment o la disminució del prestigi de les xarxes; la necessitat de funcionalitats diferents o l'interès; el procés maduratiu, o el cansament respecte a determinades xarxes socials. Per captar aquest aspecte dinàmic, s'ha estudiat quines xarxes fan servir cada vegada més. En relació amb l'increment de l'ús, es poden identificar tres nivells segons l'augment de la freqüència d'ús en els darrers anys:

- Increment molt considerable (> 40 %): TikTok (43,6 %) i Instagram (41,1 %).
- Increment moderat (entre el 10 % i el 40 %): WhatsApp (20,9 %), Spotify (18,4 %), YouTube (17,0 %), Snapchat (16,1 %), Facebook (13 %) i Google Classroom (10,8 %).
- Increment reduït (< 10 %): Discord (9,3 %), Pinterest (8,0 %), Twitter (7,9 %) i Twitch (7,2 %).

Les diferències per sexe mostren un augment diferenciat:

- Increment significativament superior entre les dones: Pinterest (D: 14,0 %; H: 1,6 %), Snapchat (D: 20,7 %; H: 11,1 %), TikTok (D: 47,4 %; H: 39,4 %).
- Increment significativament superior entre els homes: Twitch (H: 12,5 %; D: 2,3 %), YouTube (H: 21,7 %; D: 12,5 %), Discord (H: 14,4 %; D: 4,6 %).

Quant als grups d'edat, només cal remarcar un major interès en el grup d'11-14 anys per començar amb xarxes com Instagram (47,8 %) i WhatsApp (30,0 %) que en el grup de 15-18 anys.

Un dels usos més comuns entre els i les adolescents és el seguiment de gent famosa, influenciadors, youtubers o retransmissors en línia (*streamers*). Per aquest motiu, s'ha explorat l'opinió sobre aquesta gent:

- Només el 8,6 % no segueix ningú.
- El 50,1 % manifesta que algunes vegades són creïbles i fiables, opinió ampliada per la convicció que són persones valentes i que se les creuen (4,3 %) i que són bastant creïbles i fiables (9,9 %).

En conjunt, aquestes tres opinions molt favorables són compartides per un 64,3 % d'adolescents. Només un 22,8 % considera que són poc creïbles.

Si s'analitzen les diferències per sexe, es pot establir una doble diferenciació:

- Les tres opinions més favorables són significativament més freqüents entre els homes (H: 70,7 %; D: 58,4 %).
- L'opinió clarament en contra de la credibilitat d'aquestes persones és significativament més freqüent entre les dones (D: 27,8 %; H: 17,4 %).

En els dos grups d'edat es manté una freqüència similar en les posicions bàsiques:

- Les tres opinions més favorables són similars (en el grup d'11-14

anys: 63,6 %; en el grup de 15-18 anys, 65,1 %).

- L'opinió clarament en contra també és similar quant a freqüència (en el grup d'11-14 anys: 22,2 %; en el grup de 15-18 anys, 23,3 %).

Una de les experiències més tòxiques de les xarxes és la convidada a fer coses que no agraden, sigui per invitacions entre ells i elles o per invitacions fetes per persones adultes. Per aquest motiu, s'ha explorat directament aquesta situació. Un 22,4 % de les i els adolescents declara haver rebut invitacions a fer coses que no els agraden, que no volen fer.

L'anàlisi diferencial per sexe mostra una major exposició de les dones adolescents (30,1 %). Els adolescents no estan lliures d'aquest tipus de convidades, ja que les ha experimentades un 14,1 %. És molt interessant observar que cap adolescent no ha deixat de contestar aquesta qüestió, ja que el nombre d'adolescents que no saben o no contesten és zero. Això indica que sí que saben que han experimentat aquest tipus de convidades i que volen que quedi clar.

Pel que fa a l'anàlisi diferencial per grups d'edat, com és lògic en aquest cas a més edat hi ha hagut més oportunitats de rebre aquest tipus de convidades desagradables. Així, un 28,2 % dels adolescents entre els 15-18 anys ja ha experimentat aquestes situacions; en canvi, el percentatge és d'un 16,8 % entre els d'11-14 anys.

Aquesta diferència té almenys dues conseqüències:

- L'augment de l'edat no protegeix més d'aquestes experiències, en

especial pel que fa a les dones adolescents.

- És necessari desenvolupar mecanismes de protecció, per tal d'evitar aquestes experiències que les i els més joves encara no han tingut.

La resposta d'aquest 22,4 % que ha reconegut haver experimentat convidades desagradables va ser la següent:

- No fer-ne cas (58,2 %).
- Demanar ajuda a les amistats, al pare o mare o al centre educatiu (22,4 %).
- No ho sap o prefereix no contestar (19,4 %).

Els nivells de demanda d'ajuda són baixos en les tres opcions, però amb una diferència clara entre el 12,9 % que n'ha demanada al pare o la mare, i el baixíssim 1,2 % que n'ha demanat al centre educatiu.

El comportament diferencial per sexe mostra com els adolescents no han fet cas dels consells amb més freqüència (63,5 %); en canvi, les adolescents no n'han fet cas en menys casos (55,9 %). Pel que fa a la demanda d'ajuda, elles n'han demanada en un 23,7 % dels casos i ells en un 19,7 %. Cal recordar que les dades només es refereixen a persones que han experimentat convidades desagradables.

Entre els grups d'edat, les diferències tampoc no són especialment significatives, ja que, si el 24,6 % en el grup d'11-14 anys ha demanat ajuda, en el grup de 15-18 anys ha estat un 21,0 % qui ho ha fet.

S'ha d'explorar si les vegades que han demanat ajuda l'han obtinguda de manera efectiva, així com les experiències associades per poder entendre per què els nivells són tan baixos, en especial pel que fa als centres educatius.

Per completar la recollida d'opinions, s'ha demanat l'opinió global dels i les adolescents sobre l'interès de les xarxes. S'ha esperat a fer aquesta pregunta després de conèixer les experiències positives i les negatives, per tal de convidar a fer una valoració que les tinguí en compte. Els resultats són coherents amb la importància de les hores dedicades, la varietat de xarxes que coneixen i fan servir, així com les altres valoracions fetes. Un 82,9 % les considera positives (interessants o molt interessants). Només un 3,6 % les considera negatives (poc o molt poc interessants). Hi ha una valoració positiva més freqüent entre les adolescents (85,5 %) que entre els adolescents (80,2 %). També hi ha una valoració positiva més freqüent entre adolescents majors (el 85,0 % en el grup de 15-18 anys) que entre adolescents més joves (el 80,9 % en el grup d'11-14 anys). Aquestes dues diferenciacions, per sexe i edat, són poc rellevants, atesa la valoració tan positiva de les xarxes.

El coneixement de les xarxes, així com les pràctiques, la preservació de la privacitat, les experiències positives i negatives i les aspiracions d'utilització, conformen uns patrons d'ús determinats. No sempre han estat els més recomanables, des del punt de vista de l'ús responsable de les xarxes, com és lògic. És a dir, com a tots els tipus de consum amb forta capacitat d'influència, cal un aprenentat-

ge. Aquest és el motiu pel qual es va plantejar la qüestió que hi ha a continuació, centrada en els consells sobre com utilitzar les xarxes socials de manera segura.

La majoria d'adolescents reconeix haver rebut consells per part del pare o la mare (59,7 %), seguits amb freqüència del professorat (43,2 %) i, amb freqüències decreixents, d'altres agents. Per tant, una part apreciable d'adolescents no ha tingut oportunitat de rebre informació, de reflexionar, de consultar dubtes o de conèixer els riscos i les bones pràctiques en relació amb les xarxes socials.

Curiosament, hi ha una diferència per sexe significativa, amb una freqüència superior de demanda de consell per part de les adolescents. Es pot comprovar aquesta diferència parant atenció en les fonts principals de consell:

- Pare o mare: les dones n'han rebut consell en un 63,3 % de casos, mentre que els homes en un 56,0 %.
- Professorat: les dones n'han rebut consell en un 50,8 % de casos, mentre que els homes en un 35,1 %.
- Equip d'orientació del centre educatiu: les dones n'han rebut consell en un 38,8 % de casos, mentre que els homes en un 30,4 %.

Les diferències es poden relacionar amb diverses causes: (1) les adolescents són tractades de manera diferent, (2) les adolescents demanen més consells que els homes, (3) les adolescents cerquen contexts d'assessorament amb més freqüència que els adolescents.

La diferenciació per edats mostra altres resultats també interessants, ja que hi ha una major freqüència d'assessorament dels pares i mares a l'alumnat d'11-14 anys (65,1 %) que al de 15-18 anys (54,2 %). Això es pot explicar tal vegada pel fet que les famílies saben que a partir d'aquesta edat (15-18 anys) el grups d'iguals són els referents dels seus fills i filles i que necessiten desenvolupar l'autoconeixement i l'autoestima de manera autònoma, sense deixar de tenir un paper fonamental en la vida dels i les adolescents. Com es podia esperar, amb l'edat augmenta la freqüència d'ús de la resta de fonts d'assessorament, és a dir, han tingut més oportunitats de rebre consell als 15-18 anys. Així, per exemple, els equips d'orientació del centre educatiu han aportat assessorament al 40,2 % de l'alumnat major (15-18 anys). Una part apreciable de l'alumnat declara haver rebut consells de mitjans de comunicació (22,4 %) o pàgines web (14,9 %), és a dir, de manera autònoma, sense adults educatius de referència amb qui elaborar la informació.

4. Conclusions

L'ús de les xarxes socials està molt estès entre l'alumnat adolescent, i és molt important en la seva vida quotidiana i en els seus processos psicosocials clau. L'ús problemàtic de les xarxes socials s'estudia en el marc de l'ús problemàtic d'internet (UPI), motiu pel qual es poden utilitzar part dels instruments d'avaluació dissenyats en les investigacions de l'UPI en l'adolescència. L'objectiu d'aquesta darrera part del treball ha estat conèixer la prevalença de l'ús problemàtic de les

xarxes socials entre l'alumnat adolescent de Calvià.

Aquest ús problemàtic és més present en l'adolescència, perquè es tracta d'una etapa de més vulnerabilitat per causes diverses, com l'inici d'experiències amb les xarxes, la maduració en procés, l'accés per part d'agents amb capacitat de manipular i d'altres, amb un risc incrementat de patir trastorns psicosocials i implicar-se en conductes de risc.

Les conseqüències més significatives d'aquest ús problemàtic són l'alteració del rendiment escolar, el distanciament de l'entorn, els problemes psicosomàtics, els trastorns del son i altres dificultats menys freqüents.

Les dades de prevalença són molt variables segons els diferents estudis. També s'observen dades diferents segons les àrees geogràfiques, atès que aquesta prevalença és major als països asiàtics i menor a Europa i als EUA. Les darreres dades a Espanya, extretes de l'enquesta ESTUDES 2018-2019, estimen el possible ús compulsiu de les xarxes socials per part dels adolescents de 14 a 18 anys en un 20 %, cosa que fa que el problema relacionat amb l'ús que fan els i les adolescents de les xarxes socials hagi de formar part de l'agenda política a tots els nivells de l'Administració.

Algunes de les conclusions que es poden avançar s'expliquen a continuació.

La confiança, base de la bona comunicació, és un dels elements clau per aconseguir posar límits a l'ús de les xarxes, però també per parlar-ne, per demanar assessorament o ajuda. Pel que fa a les xarxes socials, les i els adolescents majoritàriament no con-

fien en ningú (53,6 %). L'única figura adulta en la qual tenen prou confiança són les mares (23,1 %).

Les xarxes socials estan absolutament presents en la vida quotidiana de l'alumnat adolescent. Un 98,2 % en fa servir regularment i un 92 % a través del mòbil.

Les xarxes més conegudes i les més utilitzades (més del 90 %) són WhatsApp, YouTube, Instagram i TikTok.

En conjunt, hi ha una freqüentació de les xarxes d'alta intensitat (diverses vegades al dia) en un 50,3 % de l'alumnat adolescent. Clarament es concentra en tres xarxes socials: Instagram, amb un 65,3 % d'adolescents que la revisen unes quantes vegades al dia; WhatsApp, amb un 55,7 %, i TikTok, amb un 54,5 %. El nivell de dedicació en hores és elevat, i es concentra en l'horabaixa (30,3 %). L'horari més pertorbador per al descans és el nocturn, en el qual accedeix a les xarxes el 7 % de l'alumnat adolescent.

Sobre la utilitat de les xarxes, més del 50 % les fan servir per comunicar-se amb les amistats (82,9 %), passar l'estona mirant vídeos, mems i d'altres (56,4 %) i escoltar música (52,4 %).

L'exposició pública és molt rellevant (vida, opinió, preferències). Les publicacions se centren a mostrar imatges: fotos (47,1 %) i vídeos (28,6 %), així com a comunicar-se amb les amistats (45,0 %) o amb altra gent (18,0 %).

Les pràctiques identificades a les xarxes inclouen molta comunicació sobre continguts privats, com ara detalls de la manera de viure, opinions o imatges. De manera coherent amb aquestes pràctiques, la preocupa-

ció per la privacitat és una prioritat. Només el 15,5 % no es preocupa en absolut pel tema de la privacitat i l'11,3 % té tots els comptes públics. Per tant, el nivell de protecció és millorable, però no està en una situació alarmant.

L'ús de les xarxes no és estàtic, canvia amb el temps, d'acord amb l'augment o la disminució del prestigi de les xarxes, la necessitat de funcionalitats diferents o l'interès, el procés maduratiu o el cansament en relació amb determinades xarxes socials. Les xarxes que s'han fet servir cada vegada més en el darrer any són TikTok i Instagram, amb un increment molt considerable.

Un dels usos més comuns és el seguiment de gent famosa: influencers, youtubers o retransmissors en línia (*streamers*). Només el 8,6 % no segueix ningú. Domina una opinió favorable respecte a aquestes persones. Només un 22,8 % considera que són poc creïbles.

Una de les experiències més tòxiques de les xarxes és la convidada a fer coses que no agraden (22,4 %). Encara que la majoria d'adolescents reconeix haver rebut consells, els nivells de demanda d'ajuda són baixos en relació amb tots els interlocutors disponibles en el seu entorn.

Encara que es pot dir que la prevalença de l'ús problemàtic a Calvià (11,3 %) és més baixa que la de l'Estat (20 %), amb un nivell clarament superior en el cas les dones (13,0 %) que en el dels homes (9,5 %), no es pot infravalorar el resultat, ja que es tracta d'adolescents que expressen situacions d'ansietat i de descontrol envers les xarxes socials.

5. Referències bibliogràfiques

- ARAB, L. E., DÍAZ, A. (2015). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: Aspectos positivos y negativos. *Revista Médica Clínica*, 26(1), 7-13. <https://doi.org/10.1016/j.rmcl.2014.12.001>
- ASTORGA-AGUILAR, C., 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.
- COHEN, R., MOFFATT, K., GHENAI, A., YANG, A., CORWIN, M., LIN, G., GRAY, L. (2020). Addressing Misinformation in Online Social Networks: Diverse Platforms and the Potential of Multiagent. *Trust Modeling. Information*, 11(11), 539.
- LÓPEZ-BELMONTE, J., POZO-SÁNCHEZ, S., FUENTES-CABRERA, A. (2020). La realidad de la aplicación de redes sociales en el entorno educativo. El caso de una cooperativa de enseñanza de Ceuta. *Revista Electrónica Educare*, 24(1), 326-347.
- MADY, M. A., BAADEL, S. (2020). Technology-Enabled Learning (TEL): YouTube as a ubiquitous learning aid. *Journal of Information & Knowledge Management*, 19(01), 2040007.
- PEÑA-AYALA, A. (Ed.). (2019). *Educational networking: A novel discipline for improved learning based on social networks*. Springer Nature.

- VANDERHOVEN, E., SCHELLENS, T., VALCKE, M. (2014). Enseñar a los adolescentes los riesgos de las redes sociales: Una propuesta de intervención en secundaria. *Comunicar*, 22(43), 123-132. <https://doi.org/10.3916/C43-2014-12>