

## Dr. Antonio GARCÍA-JIMÉNEZ

Universidad Rey Juan Carlos, España. antonio.garcia@urjc.es. <https://orcid.org/0000-0002-8423-9486>

## Dra. Rebeca SUÁREZ-ÁLVAREZ

Universidad Rey Juan Carlos, España. rebecasuarez@urjc.es. <https://orcid.org/0000-0002-0102-4472>

## Dr. Manuel MONTES-VOZMEDIANO

Universidad Rey Juan Carlos, España. manueljavier.montes@urjc.es

### Situaciones de vulnerabilidad en los vídeos de los youtubers adolescentes. Diferencias de género y edad

#### *Vulnerable situations in adolescent youtubers' videos. Gender and age differences*

**Fechas** | Recepción: 31/05/2021 - Revisión: 20/07/2021 - En edición: 03/08/2021 - Publicación final: 01/01/2022

#### Resumen

YouTube es la red social más vista por los menores en la que crean y difunden sus producciones audiovisuales con los riesgos que comporta y a los que se ven expuestos. El objetivo de esta investigación es precisar las situaciones de vulnerabilidad de los vídeos de los y los adolescentes españoles en YouTube, a tenor de su género y edad. Mediante un análisis de contenido de 300 vídeos subidos por youtubers adolescentes españoles de entre 11 y 17 años se estudia la incorporación de comentarios reprobables, vocabulario obsceno, falta de protección de la identidad y presencia de imágenes inapropiadas desde el anuncio del estado de alarma hasta su finalización, a causa de la COVID-19. Los resultados confirman las diferencias de género en relación a las situaciones de vulnerabilidad en esta red social. Las chicas están mucho más expuestas en los vídeos que publican (85% registra protección baja) que los chicos (81% registra protección alta). Los chicos de 16 y 17 años son los que más comentarios obscenos y reprobables utilizan, y chicos y chicas prácticamente no difunden imágenes censurables.

#### Palabras clave

YouTube, youtuber, adolescentes, vulnerabilidad, género, edad

#### Abstract

YouTube is the platform most frequently used by minors wherein they create and disseminate their audio-visual productions, despite the inherent risks to which they are exposed. This research sought to specify the vulnerability situations of Spanish adolescents' videos on YouTube, according to their gender and age. Using content analysis, a total of 300 videos uploaded by Spanish adolescent Youtubers, between 11 and 17 years old, were analysed. The use of reprehensible comments, obscene vocabulary, lack of identity protection and the presence of inappropriate images were studied from announcement of the state of alarm in Spain to its end, due to COVID-19. The results confirm gender differences in relation to situations of vulnerability in this social network. Girls are much more exposed in the videos they post (85% register low protection) than boys (81% register high protection). 16-17-year-old boys are the ones who use the most obscene and reprehensible comments. Moreover, in their videos, boys and girls rarely disseminate images that might be considered objectionable.

#### Keywords

YouTube, youtuber, adolescents, vulnerability, gender, age

## 1. Introducción

Los y las adolescentes sienten la necesidad de estar continuamente conectados (Megías y Rodríguez, 2014; Gamito, Aristizabal y Olasolo, 2017; Hadlington, White y Curtis, 2019). Las redes sociales se han convertido en su principal canal de relación y socialización (Contreras y Campa, 2017) al cumplir diferentes funciones relacionadas con la diversión, mantener el contacto con los amigos, conocer a otras personas o para intercambiar mensajes, imágenes y fotografías (Ballesta, Lózano, Cerezo y Soriano, 2015). Al mismo tiempo, las redes sociales han amplificado los riesgos tradicionales a los que se ven expuestos, tales como las situaciones de intimidación y acoso y, de igual modo, permiten nuevas formas de abuso (UNICEF, 2017).

Desde su inauguración en 2005, YouTube se ha constituido como una de las redes sociales predilectas por los y las adolescentes, siendo los menores de entre 11 y 15 años el público más activo en esta red social (Webedia, 2018). Se ha convertido en un canal de comunicación y en un espacio de empoderamiento cultural (García, Catalina y López de Ayala, 2016) en el que los y las adolescentes construyen su propia identidad (Balleys, Millerand, Thoër y Duque, 2020; García y Montes-Vozmediano, 2020) a través de la grabación y visionado de las producciones audiovisuales que ellos mismos suben a sus canales.

La presente investigación estudia las distintas formas de vulnerabilidad y riesgos que se están produciendo en YouTube teniendo en cuenta las diferencias de género y edad de los y las autoras de los vídeos. Esta perspectiva permitirá conocer cómo los y las adolescentes *youtubers* se están comunicando con su audiencia y determinar en qué medida se producen situaciones de vulnerabilidad.

## 2. Estado de la cuestión

### 2.1. Vulnerabilidad digital y riesgos de los y las adolescentes

Una población vulnerable se identifica como aquel grupo que presenta cualidades de fragilidad, vive situaciones de riesgo o bien puede padecer un daño o perjuicio (Feito, 2007), todo lo cual le impediría desarrollarse convenientemente. Los menores y los y las adolescentes constituyen un colectivo particularmente vulnerable en razón, entre otras, de su alto grado de dependencia (Beltrão, Monteiro de Brito, Gómez, Pajarez, Paredes y Zúñiga, 2014). Son susceptibles de sufrir daños cuando acceden y se exponen a los medios de comunicación (Fuente-Cobo, 2017) y a las nuevas formas de interacción social que la sociedad red pone a su disposición (García, 2016).

Las actitudes y riesgos del uso de las tecnologías digitales y de las redes sociales (Garitaonandia, Karrera-Xuarros, Jiménez-Iglesias y Larrañaga, 2020; Vizcaíno-Laorga, Catalina-García y López de Ayala-López, 2019) unidos al uso masivo de las tecnologías digitales por parte de los y las menores (Smahel, Machackova, Mascheroni, Dedkova, Staksrud, Ólafsson, Livingstone y Hasebrink, 2020) les convierte en un público eminentemente vulnerable. Su hiperconectividad ante las multipantallas (Torrecillas-Lacave, Vázquez-Barrio, Suárez Fernández-Martínez, 2020) es una realidad que se agrava debido al poder de atracción que las tecnologías ejercen en ellos (Díaz-López, Maquilón-Sánchez y Mirete-Ruiz, 2020) vinculado a la facilidad de acceso, la inmediatez y el anonimato que los dispositivos electrónicos les proporcionan (Sánchez y Álvarez, 2018).

En ocasiones, son los mismos adolescentes los y las autoras de las actitudes perniciosas en internet. Tal y como señalan Dikwatta y Fernando (2019) no resulta fácil identificar las distintas formas de violencias en redes sociales (Estébanez, 2018) puesto que presuponen el comportamiento antisocial (Erreygers, Vandebosch, Vranjes, Baillien y De Witte, 2017; Álvarez-García, Núñez, García y Barreiro-Collazo, 2018) que emplean los y las adolescentes en estos medios. También se debe tomar en consideración las variantes del discurso del odio. Incluyen expresiones que promueven o justifican el rechazo por motivos de raza, religión, género, orientación sexual o discapacidad (Cabo y García, 2017), acepción en la que también se integran aquellos comentarios que muestran una elevada probabilidad de desencadenar incidentes violentos (Benesch, Buerger, Glavinic y Manion, 2020; Alshehri, Billad y Abdul-Mageed, 2020).

UNICEF (2019) pone de manifiesto las diferencias de género entre los y las afectadas por estas actuaciones online. Afirmo que entre el 5% y el 21% de las niñas tienen más probabilidades de sufrir este tipo de comportamientos que sus homólogos masculinos. Los datos del informe EU Kids Online 2020 (Smahel et al., 2020), realizado en 19 países, refrenda estos resultados y destaca que las menores españolas viven un 40% más a menudo situaciones online molestas e incómodas que los chicos que solo lo sufren un 29%. El mismo estudio revela que los progenitores son conscientes de esta realidad y que los padres animan a sus hijos a explorar el mundo virtual mientras que restringen actividades a las hijas.

Con independencia del género, los jóvenes manifiestan cierto temor al juicio público cuando participan en los foros de los medios sociales expresando sus opiniones (López-de-Ayala, Vizcaíno-Laorga y Montes-Vozmediano, 2020), por lo que suelen ser más comedidos a medida que son usuarios

más expertos, al darse cuenta de las repercusiones negativas que se pueden derivar de manifestarse públicamente en estos foros.

## 2.2. *Youtubers* adolescentes, creadores colaborativos en contextos virtuales

YouTube se autodefine como la plataforma "Do It Yourself" en la que los usuarios pueden grabar y subir sus propias producciones audiovisuales. Esta proactividad ha trasmutado la figura de usuario a la de prosumidor (Nevitt y McLuhan, 1972). Los prosumidores son aquellos individuos que, gracias a la tecnología digital, producen contenidos al mismo tiempo que los consumen. Toffler (1980), utilizando el mismo término, añadió una función activa dentro de la mediatización de la sociedad.

Cuando estos creadores adolescentes comparten sus contenidos en YouTube, logran un número significativo de seguidores, influyen en sus seguidores y convierten la plataforma en su medio de vida se convierten en *youtubers* (Márquez y Ardévol, 2018). Su importancia es tal que esta plataforma se configura como parte integral de la cultura adolescente (Aran-Ramspott, Fedele y Tarragó, 2018) a través de la que encuentran un espacio de expresión individual que cobra sentido cuando es compartido y adquiere valor de la mano de sus seguidores (Tur-Viñes, Núñez-Gómez y Martínez-Pastor, 2019).

Los y las *youtubers* se han implantado en el imaginario social de los y las adolescentes convirtiéndose en celebridades más identificables que las tradicionales y con los que muestran gran afinidad (Defy Media, 2016; Montes-Vozmediano, Pastor Ruiz, Martín-Nieto y Atuesta, 2020). Esta analogía con las nuevas celebridades, o famosos digitales, surge de los valores democráticos intrínsecos de internet así como del énfasis de las relaciones igualitarias que surgen entre el *youtuber* y el fan/seguidor (Smith, 2016; 2017). El mismo autor señala que las relaciones creadas en YouTube se contraponen a las relaciones jerarquizadas de las celebridades surgidas desde los medios de comunicación tradicionales. El universo YouTube crea actores sociales que optimizan sus niveles de autoridad y carisma e incluso irrumpen las ortodoxias cotidianas (Cocker y Cronin, 2017).

En una etapa vital en la que se intensifica el seguimiento de personajes famosos (Carrera, Blanco-Ruiz y Sainz-de-Baranda, 2020), los y las *youtubers* se constituyen como marcos de referencia para los y las adolescentes (Pérez-Torres, Pastor-Ruiz y Abarrou-Ben-Boubaker, 2018; Melendres, 2019) con los que se identifican. Reproducen sus comportamientos gracias a sus conexiones y creencias sociales compartidas (Bentley, Earls y O'Brien, 2011). Esta apreciación contrasta con el trabajo de Aran-Ramspott, Fedele y Tarragó (2018), que desmitifica tal identificación al señalar que los y las *youtubers* pueden ser referencias de entretenimiento y sociabilidad para los preadolescentes, pero no observan el deseo de imitación en relación los y las *influencers* que siguen.

Los y las adolescentes codifican los modelos influyentes de su entorno (McLeod, 2016) por lo que, como afirma Westenberg (2016), es probable que los comportamientos de los y las *youtubers* sean imitados por los seguidores del mismo sexo. En esta línea, Linares-Bahillo, Aristegui-Fradua y Beloki-Marañón (2019) confirman que las chicas se decantan por canales de belleza y moda y los chicos prefieren los dedicados a videojuegos en los que expresan su masculinidad (Maloney, Roberts y Caruso, 2018). Molyneaux, O'Donnell, Gibson y Singer (2008) e Hidalgo-Marí y Sánchez-Olmos (2016) advierten que las chicas son más activas a la hora de interactuar con otros en YouTube. Estas últimas autoras señalan además que, aunque las mujeres son más activas también en la aportación de contenidos, son las producciones audiovisuales de los hombres las que logran mayor relevancia.

## 3. Objetivos

El objetivo de la investigación es conocer y describir situaciones que potencialmente afecten a la vulnerabilidad de los y las menores, a partir de los vídeos de los y las *youtubers* adolescentes españoles con más seguidores. La vulnerabilidad se aborda conforme a las prácticas de riesgo a las que se enfrentan los y las menores que visualizan los vídeos. Los y las *youtubers* pueden incorporar comentarios reprobables, expresiones obscenas e imágenes inapropiadas. Y también pueden no proteger la identidad de los y las menores en los propios vídeos. A tal efecto, partimos de las siguientes preguntas de investigación, teniendo en cuenta la diferencia de género y la edad como variables de análisis:

P1. ¿Los y las *youtubers* adolescentes emplean comentarios reprobables en sus producciones audiovisuales?

P2. ¿Los y las *youtubers* emplean vocabulario obsceno en sus vídeos?

P3. ¿Está la identidad de los menores más protegida en los vídeos de las *youtubers* que en los vídeos de los *youtubers*?

P4. ¿Los y las *youtubers* incluyen imágenes inapropiadas en los vídeos que suben a sus canales de YouTube?

#### 4. Metodología

La metodología de la presente investigación es descriptiva de enfoque cuantitativo mediante el análisis de contenido (Gómez-Escalonilla, 2021) como técnica que permite estructurar gran cantidad de datos con el objetivo de formular inferencias reproducibles y válidas (Berelson, 1952; Neuendorf, 2017). En línea con las investigaciones de Baños-González, Tiralaso y Fernández (2020); Tur-Viñes et al. (2019); Montes-Vozmediano, García-Jiménez y Menor-Sendra (2018); y Pérez-Torres, Pastor-Ruiz y Abarrou-Ben-Boubaker (2018) se estudia el comportamiento de los y las menores en YouTube.

Tras la revisión de las investigaciones, para el desarrollo de este trabajo se procedió a una planificación segmentada en tres estadios progresivos. En el primero se diseñó una ficha de codificación de variables en la que se registran los datos de los contenidos analizados con el nombre del canal, el número de suscriptores, el enlace, la fecha de publicación, el título del vídeo, la duración, los comentarios reprobables, el vocabulario obsceno, las imágenes inapropiadas, la presencia del menor, el género y la edad como variables manifiestas y latentes (Igartua, 2006). En el segundo, se visionaron y registraron todos los vídeos y, en el tercero, se procedió al procesamiento de la información derivada del análisis de contenido de las producciones audiovisuales.

##### 4.1. Selección de la muestra

Se estudian 300 vídeos subidos a la red social por *youtubers* adolescentes españoles de entre 11 y 17 años con más de 1 millón de seguidores, desde el anuncio, por la COVID, del estado de alarma en España, el 13 de marzo de 2020, hasta su finalización el 21 de marzo de 2020. Los vídeos seleccionados tienen más de 1000 visualizaciones cada uno con el fin de garantizar el interés de la audiencia, y con una duración de hasta 15 minutos. El objetivo de la selección de esta horquilla temporal es conocer las situaciones de vulnerabilidad que han compartido durante el confinamiento los y las *youtubers* adolescentes.

Puesto que los y las adolescentes más jóvenes no se comportan de igual manera que los más mayores, la selección de las edades de estudio se determinó en función de la definición de la OMS (2006) que segmenta la adolescencia en tres etapas. La adolescencia temprana comprendida entre los 10 y los 14 años de edad, la media entre los 15 y 17 años y la adolescencia tardía que involucra las edades de los 18 a los 19 años. Esta segmentación de las edades permite estudiar las diferencias de comportamiento de los *youtubers* a tenor de su edad. En la muestra de la investigación 15 *youtubers* están en la adolescencia temprana y 7 en la adolescencia media. Se decidió no superar la mayoría de edad de los/as adolescentes estudiados con el propósito de centrarnos en las situaciones de vulnerabilidad de los/as menores y a la que está expuesta su audiencia.

El número de seguidores se obtuvo de las estadísticas y análisis de redes sociales que ofrece SocialBlade con cifras actualizadas del número de seguidores de YouTube. Cifras que se confirmaron individualmente en cada cuenta, que se registran el día de la finalización del trabajo de campo el 21 de marzo de 2020, y que muestran continuas oscilaciones a causa de la actividad de las cuentas de los y las *youtubers* estudiados. Asimismo, para efectuar la comparativa de género, los vídeos se codificaron en base al género de los y las *youtubers* (chico/chica) que se confirmó con la visualización de todos los vídeos. La edad se corroboró a través de la información que ofrecen en la sección "más información" en los perfiles de las cuentas, en algunos vídeos que comparten en sus canales, en los buscadores Google y Bing y en la página web <https://es.famousbirthdays.com/> (Tabla 1).

Tabla 1: *Youtubers* analizados

Cuentas	Edad	Sexo	Seguidores/ millones	Nº vídeos analizados
Adexe y Nau	15 y 17	Chico	10,90	16
La Diversión de Martina	15	Chica	4,01	10
Ariann Music	14	Chica	3,96	14
The Crazy Haacks	15, 14 y 11	2 chicos y 1 chica	3,66	29
Sparta356	16	Chico	3,51	4
Alexity	11	Chica	3,49	19
Karina y Marina	12	Chica	3,12	26

TeamNico	11	Chico	2,77	4
Jugando con Aby	11	Chica	2,71	1
El Mundo de Clodett	11	Chica	2,60	12
AleGame22 YT	17	Chico	2,59	8
Annie Vega	13	Chica	2,53	12
DivertiGuay	11	Chica	2,38	17
Lady Pecas	11	Chica	1,92	16
Acenix	14	Chico	1,81	4
Pino	13	Chico	1,77	34
Daniela Golubeva	13	Chica	1,77	17
TheExaL04	16	Chico	1,43	30
Silvia Sánchez	13	Chica	1,13	27

Fuente: elaboración propia

#### 4.2. Codificación de variables

Para el análisis de contenido se tuvieron en cuenta las siguientes variables de estudio, tomando en consideración la siguiente descripción:

a) Comentarios reprobables: entendidos como aquellos que incluyen ciberagresión, ciberacoso, contenido ofensivo y discurso del odio (Kumari, Singh, Dwivedi y Rana, 2019). O emplean expresiones basadas en el desprecio o animadversión hacia personas particulares o colectivos, y que incorporan locuciones que incitan, promueven o propagan la intolerancia, el odio racial, la xenofobia, el sexismo y atacan la orientación sexual (Elósegui, 2017; Cabo y García, 2017; Gagliardone, Gal, Alves y Martínez, 2015; Keen, Valtère, Chernykh y Gomes, 2016).

b) Vocabulario obsceno: se constituye como otra variable de estudio puesto que permite profundizar en la naturaleza de la comunicación de los y las *youtubers* en sus producciones audiovisuales. Las palabras o el vocabulario obsceno se relacionan preferencialmente con frases o expresiones que ofenden a la moral, que no son apropiadas para comunicarse en un ámbito formal y que, generalmente, suelen estar relacionadas con el sexo (Guzmán, Beltrán, Tovar, Vázquez y Martínez, 2014).

c) Protección de la identidad (exposición): El análisis de la imagen en movimiento precisa estudiar las condiciones de vulnerabilidad desde el punto de vista de la exposición de los y las adolescentes en la red social (Argente, Vivancos, Alemany y García-Fornes, 2017; Kumar y Jariah, 2017) observando si los vídeos incorporan imágenes que atentan contra su privacidad (Flores, Flores, Guasco y León-Acurio, 2017). Para ello, se ha segmentado la codificación de los vídeos según la aparición del menor en pantalla en los siguientes términos: no aparece el menor, aparece el menor con la identidad protegida y aparece sin proteger su identidad (Montes-Vozmediano et al., 2018). Para analizar este apartado se desarrolla un proceso de tabulación de variables cuantitativas (Conteras y Molina-Portillo, 2019) mediante la transnumeración de los datos que permite la creación de modelos para la reclasificación y cálculo de valores representativos (Estrella y Olfos, 2015):

1. Protección alta (valoración 0,8). No aparece el menor. Comprenden vídeos en los que el menor habla, pero no se ve su imagen.
2. Protección media (valoración 0,4). Aparecen imágenes de menores con la identidad protegida.
3. Protección baja (valoración 0). Aparecen menores sin proteger su identidad.

La protección muy alta (valoración 1) no se registra en la presente investigación puesto que se circunscribe a los vídeos en los que no aparecen menores -ni visualmente ni hablando- aspecto, que no se aplica en la presente investigación ya que por definición se centra en los contenidos vulnerables que los y las adolescentes incorporan en sus producciones en esta red social.

d) Imágenes inapropiadas: se trabaja con las imágenes de los vídeos que los adolescentes comparten en YouTube que pueden comportar riesgos para los menores (Saénz, Altuna y Lareki, 2019). Incluyen

escenas de carácter sexual, de vulneración de la privacidad y de actitudes no ejemplarizantes con imágenes dañinas, inadecuadas e incorrectas, compuestas por aquellas que promueven valores negativos (Internet Segura for Kids, 2020).

## 5. Resultados

Para la realización del estudio se analizaron un total de 300 vídeos. De ellos, 29 vídeos pertenecen al canal The Crazy Haacks en el que aparecen ambos géneros dirigidos asimismo a chicos y chicas por lo que las observaciones reales ascienden a 329 cuando se desagregan los vídeos por género. El 61% de los vídeos analizados corresponden a chicas y el 39% a chicos. El rango etario comprende de los 11 a los 17 años. Se registra la no-existencia de vídeos de chicos de 12 años y de chicas de 16 y 17 años.

### 5.1. Vídeos y comentarios reprobables

Atendiendo a las observaciones recogidas en el estudio, el 95% de los contenidos analizados no incluyen comentarios reprobables. Del 5% que los incluyen, por géneros, el 3% de los vídeos realizados por chicas incluyen comentarios reprobables, mientras que, en el caso de los chicos, el porcentaje asciende al 9%. Para profundizar en el comportamiento de los y las adolescentes se ahonda en el análisis del género por edades. El 8% de las chicas de 12 años y el 7% de las chicas de 13 años utilizan comentarios reprobables. En el caso de los chicos, son los adolescentes de 16 y 17 años los que más vídeos con estos comentarios comparten con un 12% y 35% respectivamente. Se confirma que las chicas, aun aportando menor porcentaje de comentarios reprobables (3% del total), comienzan a realizarlos antes que los chicos que los utilizan principalmente a partir de los 16 años (Tabla 2).

**Tabla 2: Comentarios reprobables detectados por vídeo por género y edad**

Género/edad	Comentarios reprobables			
	NO	SI	Total Datos	%Comentarios
Chicas	194	6	200	3%
11	74	0	74	0%
12	24	2	26	8%
13	52	4	56	7%
14	24	0	24	0%
15	20	0	20	0%
16	0	0	0	0%
17	0	0	0	0%
Chicos	117	12	129	10%
11	13	0	13	0%
12	0	0	0	0%
13	33	1	34	3%
14	18	0	18	0%
15	10	0	10	0%
16	30	4	34	12%
17	13	7	20	35%
TOTALES	311	18	329	
%	95%	5%		

Fuente: elaboración propia

Por tipos de comentarios destaca la incitación a la violencia con un 50% del total de comentarios reprobables detectados, el sexismo con el 23% del total y la xenofobia/racismo con un 12% del total. Por género, el 65% de los comentarios reprobables de los chicos se centran en la incitación a la violencia. Para evidenciar la existencia de relación significativa entre el género y los comentarios reprobables que incluyen en sus producciones audiovisuales, se utilizó la prueba de chi-cuadrado con intervalos de confianza del 95%. El resultado demuestra ( $\chi^2(1)=6,023, p<0,05,$ ) la existencia de una relación significativa entre el uso de comentarios reprobables y el género de los y las adolescentes. Por lo tanto, se da validez estadística a los datos generales mostrados anteriormente donde se observa que los vídeos de los chicos muestran porcentualmente un mayor número de comentarios reprobables. Igualmente se comprobó, con la misma prueba, si los grupos de edad y género están relacionados con el uso de comentarios reprobables. El resultado ( $\chi^2(10)=130,354, p<0,001,$ ) confirma, con evidencia estadística, dicha relación que ratifica que las actitudes de chicos y chicas se ven concernidas en función del género y la edad.

## 5.2. Vocabulario obsceno en los vídeos

El uso de vocabulario obsceno es muy reducido en las producciones audiovisuales que comparten los y las adolescentes en sus canales de YouTube. Tan solo el 4% de los vídeos incluyen este tipo de vocabulario. Por géneros, las chicas no lo utilizan, por lo que el 100% de los casos se concentra en los chicos. En este caso, el 9% de los vídeos de chicos incluyen vocabulario obsceno, siendo los 17 y 16 años las edades más destacadas con un 20% y un 18% de contenidos con estas expresiones (Tabla 3).

**Tabla 3: Vocabulario obsceno. Distribución de observaciones por género y edad**

	Totales ambos géneros		Total Datos	%Obscenos
	NO	SI		
Chicas	200	0	200	0%
Chicos	117	12	129	9%
13	32	2	34	6%
16	28	6	34	18%
17	16	4	20	20%
Resto	41	0	41	0%
<b>TOTALES</b>	<b>317</b>	<b>12</b>	<b>329</b>	<b>4%</b>
%	96%	4%		

## 5.3. Nivel de protección de la imagen

Se precisa conocer el grado de autoprotección de los y las adolescentes en los vídeos que suben a esta red social. Los chicos incorporan una auto-protección alta en el 81% de sus vídeos mientras que el 85% de los vídeos las chicas son calificados de protección baja. Probablemente esta autoprotección de los chicos no es proactiva sino que se relaciona con el tipo de contenido que difunden. Es decir, los contenidos audiovisuales que comparten y ven los chicos les ayuda más a protegerse ya que en ellos no es necesario mostrar su imagen como ocurre en la retransmisión de videojuegos.

Los vídeos de protección alta de las chicas se concentran en las edades de 11, 14 y 15 años. Además, en todas las edades de las chicas se detectan vídeos con nivel de protección baja con un volumen especialmente elevado en las edades de 11 y 13 años, que alcanza el 69% de los vídeos de protección baja de las chicas. En el caso de los chicos, todas las franjas de edad reciben un porcentaje de vídeos de protección alta elevado destacando los chicos de 15 años y 16 años en los que este porcentaje alcanza el 100% y el 97% de sus edades respectivamente (Tabla 4).

**Tabla 4: Protección del menor. Distribución de observaciones por género y edad**

<b>Chicas</b>							
<b>Protección</b>	11	12	13	14	15	Totales	%
Alta	10	0	0	10	10	30	15%
Baja	64	26	56	14	10	170	85%
Media	0	0	0	0	0	0	0%
Totales	74	26	56	24	20	200	
%Prot. Entrada	14%	0%	0%	42%	50%		
%Prot. Baja	86%	100%	100%	58%	50%		

  

<b>Chicos</b>								
<b>Protección</b>	11	13	14	15	16	17	Totales	%
Alta	9	30	10	10	33	13	105	81%
Baja	4	4	8	0	1	7	24	19%
Media	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totales	13	34	18	10	34	20	129	
%Prot. Alta	69%	88%	56%	100%	97%	65%		
%Prot. Baja	31%	12%	44%	0%	3%	35%		

  

<b>Totales por género</b>					
<b>Protección</b>	Chicas	Chicos	TOTAL	%	
Alta	30	105	135	41%	
Baja	170	24	194	59%	
Media	0	0	0	0%	
Totales	200	129	329		
%Prot. Alta	15%	81%			
%Prot. Baja	85%	19%			

  

<b>Totales por edad</b>								
<b>Protección</b>	11	13	14	15	16	17	Totales	%
Alta	19	30	10	20	43	13	135	41%
Baja	68	30	64	14	11	7	194	59%
Media	0	0	0	0	0	0	0	0%
Totales	87	60	74	34	54	20	329	
%Prot. Alta	22%	50%	14%	59%	80%	65%		
%Prot. Baja	78%	50%	86%	41%	20%	35%		

Fuente: elaboración propia



Para comprobar si el género resulta determinante en el nivel de auto-protección que presentan los y las adolescentes, la prueba ANOVA de 1 factor mejorada con el test Brown-Forsythe corrobora ( $F(1,256)=241,715, p<0,001$ ) que están relacionadas mediante el registro de diferencias estadísticamente significativas entre ambos factores. Asimismo, se dividieron los géneros por grupos de edad con el fin de verificar si, además del género, la edad resulta determinante en el grado de autoprotección que incluyen los y las adolescentes en sus vídeos. Mediante el análisis de la varianza ANOVA (test Brown-Forsythe), el resultado ( $F(1,118)=31,552, p<0,001$ ) refleja, al igual que en el caso anterior, que el nivel de autoprotección se relaciona además de con el género con la edad del *youtuber*.

#### 5.4. Incorporación de imágenes inapropiadas en los vídeos

De los contenidos analizados se puede observar que el 5% de los vídeos totales muestran imágenes inapropiadas. Por géneros, se pone de manifiesto que ninguno de los vídeos de las chicas incluye este tipo de imágenes, concentrándose el total de las apariciones en los vídeos de los chicos las cuales suponen el 12% de los vídeos de los chicos. Dentro de esta clasificación, el tipo de imagen más difundida son imágenes no ejemplarizantes relacionadas el robo y la violencia injustificada a otros jugadores en el juego de *Minecraft* cuya finalidad original es la exploración y la construcción mediante el uso de cubos tridimensionales.

#### 6. Conclusiones y discusión

En el actual escenario virtual resulta quimérico el desvanecimiento de las vulnerabilidades a las que se ven expuestos los y las adolescentes. Sus situaciones de riesgo se potencian por el incremento del número de adolescentes que se conectan a internet, cada vez más tiempo y a través de múltiples dispositivos tecnológicos lo que conduce a una mayor exposición a riesgos online potenciales (Jiménez, Garmendia y Casado, 2018).

En primer lugar, este estudio pone de manifiesto que la presencia de comentarios reprobables no es especialmente relevante entre los y las adolescentes *youtubers* de referencia. Sin embargo, el análisis de los vídeos en que estos comentarios están presentes constata que existe una relación significativa entre el género y el uso de comentarios reprobables, siendo los chicos los que más comentarios de este tipo presentan. También se observa una relación, significativa estadísticamente, entre la presencia de comentarios reprobables y los grupos de edad y género. En este caso, los chicos de 16 y 17 años son quienes más comentarios de este tipo utilizan.

No obstante, la presencia de comentarios reprobables es algo marginal de modo que los y las *youtubers* menores muestran que para tener una cierta repercusión y éxito no es preciso recurrir a este tipo de componentes en sus mensajes audiovisuales. Se trata de un hallazgo en sintonía con una de las conclusiones del estudio de Rego y Romero-Rodríguez (2016), si bien su investigación se ocupó del lenguaje discursivo de tres *gammers* adultos de referencia.

En relación al uso de comentarios reprobables emerge una clara dicotomía de género ya que solo los chicos incluyen vocabulario obsceno dentro de sus contenidos. Del mismo modo que en el supuesto anterior, son los chicos de 16 y 17 años los que más casos de vocabulario obsceno presentan, eso sí, con un 18% y 20% respectivamente. Si bien no se trata de un porcentaje mayoritario, sí nos encontramos con una cifra significativa.

Este tipo de circunstancias son factores que pueden incidir en la falta de comunicación entre progenitores y adolescentes. Estos últimos no comparten habitualmente lo que ven en redes sociales como YouTube, ya que tienden a evitar entrar en conflicto con sus padres (Pedraza y Villarraga, 2019). Mostrarles un contenido que los y las adolescentes consideran que no será del agrado de sus progenitores (por ejemplo, si los vídeos contienen un lenguaje obsceno) podría incrementar la brecha de comunicación en la familia. A esto se añade la responsabilidad social del *youtuber*, ya que sus producciones suponen un impacto en la sociedad o en un grupo social (García y Gil, 2018), en mayor medida si los destinatarios de sus mensajes son adolescentes, que siguiendo el ejemplo de unos referentes que usan un vocabulario obsceno.

Se constatan diferencias muy significativas entre los niveles de protección de chicos y chicas, siendo estas últimas las que menos protegen su identidad (85%) en los vídeos analizados frente a los chicos que la protegen en un 81% de las ocasiones. En un estudio que analizó la protección de la identidad del menor en YouTube, se observó que, en comparación, las producciones audiovisuales de los y las adolescentes ponían menos atención en proteger su identidad o la de otro menor (Montes-Vozmediano et al., 2018). El hallazgo de ese estudio se hilvana con la conclusión de este trabajo ya que si los y las *youtubers* menores, en un porcentaje significativo, no protegen su identidad, es previsible que el resto de adolescentes, que tenderá a imitar la forma de comunicar de sus referentes, tampoco la proteja. Finalmente, los resultados del estudio revelan que los y las *youtubers* adolescentes no suelen

incluir imágenes inapropiadas en sus vídeos siendo la incidencia en el caso de las chicas nula y en el de los chicos residual. Los que sí lo hacen presentan imágenes poco ejemplarizantes que fomentan actitudes nocivas (Sánchez y López, 2020).

Los resultados de esta investigación se deben tener en consideración en función de la muestra seleccionada tanto en términos de audiencia como de duración de los vídeos. Al mismo tiempo, esta investigación presenta la dificultad de la delimitación de los límites de la conceptualización de las categorías analíticas planteadas, así como sus posibles implicaciones sociales y culturales.

Finalmente, y puesto que no se ha registrado ninguna *youtuber* de 16 y 17 años que cumpla con los requisitos de la investigación, se plantean para futuras investigaciones abordar esta cuestión mediante otra aproximación muestral. Por otra parte, entendemos que este trabajo se puede completar con una doble aproximación cualitativa. Por un lado, en lo que se refiere a los propios vídeos. Por otro, en lo que afecta a la percepción de los propios consumidores y usuarios. De esta forma, se podría conseguir una imagen de conjunto sobre nuestro objeto de estudio.

## 7. Contribución específica de cada persona autora (deben cumplimentarlas las personas autoras)

Contribuciones	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	García-Jiménez, Suárez-Álvarez, Montes-Vozmediano
Búsqueda documental	García-Jiménez, Suárez-Álvarez, Montes-Vozmediano
Recogida de datos	Suárez-Álvarez
Análisis e interpretación crítica de datos	García-Jiménez, Suárez-Álvarez, Montes-Vozmediano
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	García-Jiménez, Suárez-Álvarez, Montes-Vozmediano

## 8. Referencias bibliográficas

- [1] Alshehri, A.; Billad Nagoudi, E. M. & Abdul-Mageed, M. (2020). Understanding and Detecting Dangerous Speech in Social Media. In *Proceedings of the 4<sup>th</sup> Workshop on Open-source Arabic Corpora and Processing Tools* (pp. 40-47). <https://bit.ly/3hDVUgm>
- [2] Álvarez-García, D.; Núñez, J. C.; García, T. & Barreiro-Collazo, A. (2018). Individual, family, and community predictors of cyber-aggression among adolescents. *The European Journal of Psychology Applied to Legal Context*, 10, 79-88. <https://doi.org/c3p9>
- [3] Aran-Ramspott, S.; Fedele, M. y Tarragó, A. (2018). Funciones sociales de los youtubers y su influencia en la preadolescencia. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 57(4), 71-80. <https://doi.org/gc8p>
- [4] Argente, E.; Vivancos, E.; Alemany, J. y García-Fornes, A. (2017). Educando en privacidad en el uso de las redes sociales. *Education in the Knowledge Society*, 18(2), 107-126. <https://bit.ly/3vaB3Wc>
- [5] Ballesta, F. J.; Lózano, J.; Cerezo, M. C. & Soriano, E (2015). The internet, social networks and adolescence: a study based on secondary schools of the region of Murcia. *Revista Fuentes*, 16, 109-130. <https://doi.org/gc87>
- [6] Baños-González, M., Canorea Tiralaso, H. y Rajas Fernández, M. (2020). La difusión del vídeo musical en YouTube. Análisis de la capacidad viral del videoclip. *Revista Latina de Comunicación Social*, (77), 117-141. <https://www.doi.org/10.4185/RLCS-2020-1452>
- [7] Ballesys, C.; Millerand, F.; Thoër, C. & Duque, N. (2020). Searching for Oneself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes. *Social Media+ Society*, 6(2), 1-11. <https://doi.org/dwk7>
- [8] Beltrão, J. F.; Monteiro de Brito Filho, J. M.; Gómez, I.; Pajarez, E.; Paredes, F. y Zúñiga, Y. (2014). *Derechos humanos de los grupos vulnerables*. Barcelona: Red de Derechos Humanos y Educación Superior.
- [9] Benesch, S.; Buerger, C.; Glavinic, T. & Manion, S. (2020). *Dangerous Speech: A Practical Guide*. Dangerous Speech Project. <https://bit.ly/3f4Cakq>

- [10] Bentley, A.; Earls, M. & O'Brien, M. J. (2011). *I'll have what she's having: Mapping social behavior*. Cambridge, MA: MIT Press.
- [11] Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. New York, NY: Free Press.
- [12] Cabo Isasi, A. y García Juanatey, A. (2017). *El discurso del odio en las redes sociales: Un estado de la cuestión*. Barcelona: Ajuntament de Barcelona Progress Report. <https://bit.ly/3wlmxUN>
- [13] Carrera, P.; Blanco-Ruiz, M. y Sainz-de-Baranda Andújar, C. (2020). Consumo mediático entre adolescentes. Nuevos medios y viejos relatos en el entorno transmedia. *Historia y Comunicación Social*, 25(2), 563-574. <https://doi.org/gc8r>
- [14] Cocker, H. & Cronin, J. (2017). Charismatic authority and the youtuber. Unpacking the new cults of personality. *Marketing Theory*, 17(4), 455-472. <https://doi.org/gcm3n6>
- [15] Contreras Cázarez, C. R. y Campa Álvarez, R. (2017). Caracterización del perfil de los estudiantes de secundarias en el acceso y uso de Internet a partir de las TIC. *EduTec. Revista Electrónica De Tecnología Educativa*, 61, 1-21. <https://doi.org/gc8s>
- [16] Contreras, J. M. y Molina-Portillo, E. (2019). Elementos clave de la cultura estadística en el análisis de la información basada en datos. En Contreras, J. M.; Gea, M. M.; López-Martín, M. M. y E. Molina-Portillo (Eds.), *Actas del Tercer Congreso Internacional Virtual de Educación Estadística*. <https://bit.ly/3bFbB3f>
- [17] Defy Media (2016). *Acumen report: Youth Video Diet*. <https://bit.ly/3pK4ISH>
- [18] Díaz-López, A.; Maquilón-Sánchez, J. J. y Mirete-Ruiz, A. B. (2020). Uso desadaptativo de las TIC en adolescentes: Perfiles, supervisión y estrés tecnológico. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 28(64), 29-38. <https://doi.org/gc8t>
- [19] Dikwatta, U. & Fernando, T. G. I. (2019). Violence Detection in Social Media-Review. *Vidyodaya Journal of Science*, 22(2), 7-16. <https://bit.ly/3rnkEwq>
- [20] Elósegui Itxaso, M. E. (2017). Las recomendaciones de la ECRI sobre discurso del odio y la adecuación del ordenamiento jurídico español a las mismas. *Revista General de Derecho Canónico y Derecho Eclesiástico del Estado*, 44(6), 1-61. <https://bit.ly/3yk8rvz>
- [21] Erreygers, S.; Vandebosch, H.; Vranjes, I.; Baillien, E. & De Witte, H. (2017). Nice or naughty? The role of [1] emotions and digital media use in explaining adolescents' online prosocial and antisocial behaviour. *Media Psychology*, 20(3), 374-400. <https://doi.org/gg6cw3>
- [22] Estébanez, I. (2018). *La ciberviolencia hacia las adolescentes en las redes sociales*. Sevilla, España: Instituto Andaluz de la Mujer. Consejería de Igualdad y Políticas Sociales. <https://bit.ly/2SbDYze>
- [23] Estrella, S. y Olfos, R. (2015). Transnumeración de los datos: el caso de las tablas de frecuencia. En *XIV Conferencia Interamericana de Educación Matemática* (pp. 220-225). <https://bit.ly/3wiJ8YS>
- [24] Feito, L. (2007). Vulnerabilidad. En *Anales del sistema sanitario de Navarra* (pp. 07-22). Gobierno de Navarra, Departamento de Salud. <https://bit.ly/3zpSK5N>
- [25] Flores C.; Flores C.; Guasco T. & León-Acurio J. (2018). A Diagnosis of Threat Vulnerability and Risk as It Relates to the Use of Social Media Sites When Utilized by Adolescent Students Enrolled at the Urban Center of Cantón Cañar. In Botto-Tobar M.; Esparza-Cruz N.; León-Acurio J.; Crespo-Torres N. & Beltrán-Mora M. (Eds.), *International Conference on Technology Trends* (pp. 199-214). Springer, Cham. <https://doi.org/gc8v>
- [26] Fuente-Cobo, C. (2017). Públicos vulnerables y empoderamiento digital: el reto de una sociedad e-inclusiva. *El profesional de la información*, 26(1), 5-12. <https://doi.org/gc8w>
- [27] Gagliardone, I.; Gal, D.; Alves, T. & Martinez, G. (2015). *Countering online hate speech*. UNESCO Publishing.
- [28] Gamito, R.; Aristizabal, P. y Olasolo, M. (2017). La necesidad de trabajar los riesgos de internet en el aula. *Profesorado. Revista de Curriculum y Formación de Profesorado*, 21(3), 409-426. <https://bit.ly/2T0OxW5>
- [29] García Avilés, J. A. (2016). *Comunicar en la sociedad red: teorías, modelos y prácticas*. Barcelona: Editorial UOC.

- [30] García García, F. y Gil Ruiz, F. J. (2018). Youtubers, mundos éticos posibles. *Index comunicación*, 8(2), 151-188. <https://bit.ly/3v6M2zA>
- [31] García-Jiménez, A. & Montes-Vozmediano, M. (2020). Subject matter of videos for teens on YouTube. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 63-78. <https://doi.org/gfw6zb>
- [32] García-Jiménez, A.; Catalina-García, B. & López de Ayala, M. (2016). Adolescents and Youtube: Creation, participation and consumption. *Prisma Social: revista de investigación social*, 1, 60-89. <https://bit.ly/3BtZnph>
- [33] Garitaonandia, C.; Karrera-Xuarros.; Jiménez-Iglesias, E. y Larrañaga, N. (2020). Menores conectados y riesgos online: contenidos inadecuados, uso inapropiado de la información y uso excesivo de internet. *El Profesional de la Información*, 29(4), 1-10. <https://doi.org/gc8x>
- [34] Gómez-Escalonilla, G. (2021). Research methods and techniques employed in Communication Studies in Spain. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 12(1), 115-127. <https://doi.org/gc5z>
- [35] Guzmán, E.; Beltrán, B.; Tovar, M.; Vázquez, A. y Martínez, R. (2014). Clasificación de frases obscenas o vulgares dentro de tweets. *Research in Computing Science*, 85, 65-74. <https://bit.ly/3vaCllq>
- [36] Hadlington, L.; White, H. & Curtis, S. (2019). "I cannot live without my [tablet]": Children's experiences of using tablet technology within the home. *Computers in human Behavior*, 94, 19-24. <https://doi.org/gc8z>
- [37] Hidalgo-Marí, T. y Sánchez-Olmos, C. (2016). Fanáticas en serie. YouTube, cultura participativa y series de televisión: estudio comparativo de género. *Cuadernos.info*, 38, 149-164. <https://doi.org/ff8t>
- [38] Igartua, J. J. (2006). *Métodos cuantitativos de investigación en comunicación*. Barcelona: Bosch.
- [39] Internet Segura for Kids (2020). *Contenido inapropiado*. <https://bit.ly/3f5yajQ>
- [40] Jiménez, E.; Garmendia, M. y Casado, M. Á. (2018). *Entre selfies y whatsapps: oportunidades y riesgos para la infancia y la adolescencia conectada*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- [41] Keen, E.; M. G.; Valtere, S.; Chernykh, O. y Gomes, R. (2016). *Guía Breve Orientaciones – Para combatir el discurso de odio en internet a través de la educación en derechos humanos*. European Youth Centre. <https://bit.ly/2MnErLL>
- [42] Kumar, S. & Jariah, M. (2017). Social media's impact on teenagers and women. In *International Conference on Libraries, Information and Society*. <https://bit.ly/2UyVyyB>
- [43] Kumari K.; Singh J.P.; Dwivedi Y.K. & Rana N.P. (2019). Aggressive Social Media Post Detection System Containing Symbolic Images. In Pappas I.; Mikalef P.; Dwivedi Y.; Jaccheri L.; Krogstie J.; Möntymäki M. (Eds), *Digital Transformation for a Sustainable Society in the 21st Century. Lecture Notes in Computer Science* (pp. 415-424). Springer, Cham. <https://doi.org/gc82>
- [44] Linares-Bahillo, E.; Aristegui-Fradua, I. y Beloki-Marañón, U. (2019). YouTube, una plataforma para la (in)formación, relación, comunicación, diversión, y gestión de identidades (de género) en la natividad digital. *Revista Mediterránea de Comunicación/Mediterranean Journal of Communication*, 10(1), 55-70. <https://doi.org/gc83>
- [45] López-de-Ayala, M. C.; Vizcaíno-Laorga, R. y Montes-Vozmediano, M. (2020). Hábitos y actitudes de los jóvenes ante las redes sociales: influencia del sexo, edad y clase social. *Profesional de la información*, 29(6), 1-13. <https://doi.org/gc84>
- [46] Maloney, M.; Roberts, S. & Caruso, A. (2018). 'Mmm... I love it, bro!': Performances of masculinity in YouTube gaming. *New Media y Society*, 20(5), 1697-1714. <https://doi.org/gc92s>
- [47] Márquez, I. y Ardévol, E. (2018). Hegemonía y contrahegemonía en el fenómeno youtuber. *Desacatos*, 56, 34-49. <https://bit.ly/357KgU9>
- [48] McLeod, S. (2016). *Bandura - Social Learning Theory*. Simply Psychology. <https://bit.ly/3bFZLGd>
- [49] Megías Quirós, I. y Rodríguez San Julián, E. (2014). *Jóvenes y comunicación. La impronta de lo virtual*. Madrid: Centro de Reina Sofía sobre Adolescencia y Juventud.

- [50] Melendres, M. (2019). Youtubers Influence of Young People. *Pop Culture Intersections*, 42. <https://bit.ly/3ua8abm>
- [51] Molyneaux, H.; O'Donnell, S.; Gibson, K. & Singer, J. (2008). Exploring the gender divide on YouTube: An analysis of the creation and reception of vlogs. *American Communication Journal*, 10(2), 1-14. <https://bit.ly/3b4KNKf>
- [52] Montes-Vozmediano, M; García-Jiménez, A. & Menor-Sendra, J. (2018). Teen videos on YouTube: Features and digital vulnerabilities. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 54(1), 61-69. <https://doi.org/gctr7n>
- [53] Montes-Vozmediano, M; Pastor Ruiz, Y; Martín-Nieto, R. y Atuesta Reyes, J. D. (2020). Smartphone y redes sociales: una aproximación a los usos, vulnerabilidades y riesgos durante la adolescencia en España y Colombia. *Revista Espacios*, 41 (48), 44-59. <https://doi.org/gc85>
- [54] Neuendorf, K. (2017). *The Content Analysis Guidebook*. Los Angeles: SAGE Publications Inc.
- [55] Nevitt, B. & McLuhan, M. (1972). *Take today: The executive as dropout*. New York: Harcourt Brace Jovanovich.
- [56] Organización Mundial de la Salud. (2006). *Orientation programme on adolescent health for health care providers*. Geneva: World Health Organization. <https://bit.ly/375gbFf>
- [57] Pedraza Moreno, K. y Villarraga Castañeda, S. E. (2019). Los Youtubers: espejos influyentes en el proyecto de vida adolescente. *Imaginario Social*, 2(2), 12-27. <https://bit.ly/3yqjdQU>
- [58] Pérez-Torres, V.; Pastor-Ruiz, Y. y Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). Los youtubers y la construcción de la identidad adolescente. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, 55, 61-70. <https://doi.org/d5ht>
- [59] Rego Rey, S. y Romero-Rodríguez, L. M. (2016). Representación discursiva y lenguaje de los youtubers españoles: estudio de caso de los gamers más populares. *Index.comunicación*, 6(1), 197-224. <https://doi.org/bhwcvw>
- [60] Saénz Arrizubieta, E.; Altuna Urdin, J. y Lareki Arcos, A. (2019). El acceso y descarga de contenidos inadecuados en Internet desde la perspectiva de los/as menores en situación de riesgo. In *Conference Proceedings EDUNOVATIC 2018: 3rd Virtual International Conference on Education, Innovation and ICT* (p. 165). Adaya Press.
- [61] Sánchez Romero, C. y Álvarez González, E. (2018). Actitudes nocivas y riesgos para los menores a través de los dispositivos móviles". *REXE: Revista de estudios y experiencias en educación*, 2(3), 147-161. <https://doi.org/gc89>
- [62] Sánchez, C. y López, M. C. (2020). Percepción de actitudes nocivas en el uso de las redes sociales en los jóvenes adolescentes. *Revista Interuniversitaria de Investigación en Tecnología Educativa*, 8, 1-13. <https://doi.org/gc9b>
- [63] Smahel, D.; Machackova, H.; Mascheroni, G.; Dedkova, L.; Staksrud, E.; Ólafsson, K.; Livingstone, S. & Hasebrink, U. (2020). *EU Kids Online 2020: Survey results from 19 countries*. London, UK: EU Kids Online. <https://doi.org/gc9c>
- [64] Smith, D. (2016). Imagining others more complexly: Celebrity and the ideology of fame among YouTube's 'Nerdfighteria'. *Celebrity Studies*, 7(3), 339-353. <https://doi.org/gc9d>
- [65] Smith, D. (2017). The tragedy of self in digitised popular culture: The existential consequences of digital fame on YouTube. *Qualitative research, Special issue: Qualitative methods and data in digital societies*, 17(6), 1-16. <https://doi.org/gc9mpqs>
- [66] Toffler, A. (1980). *The third wave*. New York: Bantam books.
- [67] Torrecillas-Lacave, T.; Vázquez-Barrio, T.; Suárez, R. y Fernández-Martínez, L. M. (2020). El papel de los padres en el comportamiento online de menores hiperconectados. *Revista Latina de Comunicación Social*, 75, 121-148. <https://doi.org/gc9f>
- [68] Tur-Viñes, V.; Núñez-Gómez, P. y Martínez-Pastor, E. (2019). YouTube, menores y cultura colaborativa. Revisión bibliográfica de la investigación académica. *Historia y Comunicación Social*, 24(1), 331-351. <https://doi.org/drds>

[69] UNICEF (2017). *El estado mundial de la infancia. Niños en un mundo digital*. Nueva York, Estados Unidos: División de Comunicaciones de UNICEF. <https://bit.ly/3hUeAbq>

[70] UNICEF (05/02/2019). Día Internet Segura: al menos 2 estudiantes en cada aula sufren acoso o violencia en España. <https://bit.ly/39jXekr>

[71] Vizcaíno-Laorga, R.; Catalina-García, B. y López de Ayala-López, M. C. (2019). Participación y compromiso de los jóvenes en el entorno digital. Usos de las redes sociales y percepción de sus consecuencias. *Revista Latina de comunicación social*, 74, 554-572. <https://doi.org/gc9g>

[72] Webedia (2018). *Estudio estratégico de influencers*. <https://bit.ly/3eFhtuY>

[73] Westenberg, W. (2016). *The influence of youtubers on teenagers* (Master Thesis). University of Twente.

Este artículo ha recibido financiación del proyecto “Nuevos escenarios de vulnerabilidad digital: alfabetización mediática para una sociedad inclusiva” PROVULDIG-2-CM (ref. H2019/HUM5775), financiado por la CAM y el Fondo Social Europeo (01/01/2020-31/12/2022) y del proyecto del plan nacional I+D+i “Redes sociales, adolescentes y jóvenes: convergencia de medios y cultura digital” (CSO2016-74980-C2-2-R).