

# Uso pasivo de redes sociales y malestar psicológico. El rol de la comparación social

## Passive use of social media sites and psychological distress.

### The role of social comparison

María Laura Lupano Perugini<sup>1</sup> y Alejandro Castro Solano<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universidad de Palermo, Universidad de Buenos Aires, Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Argentina.

<https://orcid.org/0000-0001-6090-0762>. E-mail: [mllupano@hotmail.com](mailto:mllupano@hotmail.com)

<sup>2</sup>Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Universidad de Buenos Aires, Universidad de Palermo, Argentina.

<https://orcid.org/0000-0002-4639-3706>. E-mail: [alejandro.castrosolano@gmail.com](mailto:alejandro.castrosolano@gmail.com)

El presente trabajo fue realizado con subsidio UBACYT 20020190100045BA: Perfil psicológico del usuario de Internet y de las redes sociales. Análisis de las características de personalidad positivas y negativas desde un enfoque psicológico y variables psicológicas mediadoras.

Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET)  
Universidad de Palermo  
Universidad de Buenos Aires  
Buenos Aires, Argentina

## Resumen

La presente investigación se focalizó en los diferentes tipos de uso (activo/pasivo) que hacen los usuarios de redes sociales y los efectos psicológicos que esto puede conllevar, sobre todo en aquellos sujetos tendientes a compararse con los demás. Por un lado, se examinó el poder predictor de variables relacionadas al uso de redes sociales (*i. e.*, tiempo de conexión, tipo de uso –pasivo/activo–, motivaciones de uso) y la comparación social, sobre el malestar psicológico percibido (*i. e.*, depresión, ansiedad, estrés). Por otro lado, se analizó el rol mediador de la comparación social en la relación entre el uso pasivo de redes sociales y la percepción de malestar psicológico percibido. La muestra fue de conveniencia y estuvo compuesta por 420 sujetos de población general (211 hombres,

209 mujeres), con una media de edad de 40.29 años ( $DE = 14.93$ ). Se utilizaron los siguientes instrumentos de recolección de datos: Motives for SMSs use Scale; Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM-E), Depression, Anxiety and Stress Scale (DASS-21) y una escala diseñada ad-hoc para evaluar el uso activo y pasivo que se hace de redes sociales. Los resultados obtenidos mostraron que la comparación social es el principal predictor de malestar psicológico junto con el motivo de uso relacionado con pasatiempo/exhibicionismo. Además, se pudo comprobar un efecto indirecto del uso pasivo sobre el malestar psicológico considerando a la comparación social como variable mediadora. Por lo tanto, usar pasivamente las redes generaría mayor malestar si el usuario tiende a compararse con quienes realizan las publicaciones.

*Palabras clave:* redes sociales, uso pasivo, malestar psicológico percibido, comparación social, mediación, adultos.

## Abstract

The present investigation is framed in the field of cyberpsychology. It aimed to analyze the predictive power of variables related to the use of social media sites—SMSs—(*i. e.*, connection time, type of use—passive / active—, motivations for use) and social comparison, on perceived psychological distress (*i. e.*, depression, anxiety, stress). Furthermore, the mediating role of social comparison in the relationship between the passive use of SMSs and the perceived psychological distress, was also analyzed. It is important to study these topics since different international studies have shown inconsistent and contradictory results regarding the effects of SMSs use on individuals' well-being (*e. g.*, Frison y Eggermont, 2015; Kraut et al., 2002; Nie et al., 2015). Consequently, some studies have focused on understanding whether the manner in which people use the networks, whether actively or passively, explains how technology impacts on users' well-being and/or psychological distress (Verduyn et al., 2015). The negative impact of passive use of SMSs can be explained by the Social Comparison Theory (Festinger, 1954), which suggests that people tend to evaluate themselves in comparison with others. These comparisons might generate negative effects on the individual (Giagkou et al., 2018) and, according to Lup et al. (2015), social comparison may be a mediating variable in this association. Regarding participants of the study, a convenience sample of 420 subjects of general population was studied (211 men, 209 women). The mean age was 40.29 years old ( $SD = 14.93$ ). The majority of the participants ( $n = 278$ ) lived in Buenos Aires City and surroundings. In terms of variables related to the use of SMSs, when asked about type of SMSs, most participants reported using more than one SMS, mainly Facebook (72 %) and

Instagram (57 %). Regarding time spent on SMSs, 60 % of the respondents used their favorite SMS more than three times a day. The mean daily time engaged on all the SMSs exceeded five hours. Data were gathered using the Motives for SMSs use Scale (Lupano Perugini y Castro Solano, 2021a), the Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM-E) (Buunk et al., 2005; Gibbons y Buunk, 1999), the Depression, Anxiety and Stress Scale (DASS-21) (Antúnez y Vinet, 2012; Lovibond y Lovibond, 1995). Furthermore, a survey to assess individuals' use of social networks was designed. The first part explored the most frequently used SMSs, the number and type of friends/followers, and the time spent on SMSs. The main SMSs were listed and participants were asked to indicate whether they used them or not, and if they did, they rated the amount of time spent on SMSs daily. The total amount of time per day was also surveyed. The second part of the survey was designed based on The Passive Active Use Measure (PAUM, Gerson et al., 2017) and some users' suggestions. This instrument assesses the frequency of certain activities performed on the networks to find out if participants make active use (*e. g.*, posting information, commenting) or passive use (*e. g.*, viewing profiles and posts, scrolling). The obtained results showed that social comparison is the main predictor of psychological distress. The motivation for use related to pass time / exhibitionism was also a significant predictor. In addition, an indirect effect of passive use on perceived psychological distress could be verified, considering social comparison as a mediating variable. Therefore, using the social networks passively would generate greater discomfort if the user tends to compare themselves with those who make the publications. The results of this study allow both users and healthcare and education providers to have greater knowledge of the consequences of using social media on individuals' overall well-being, and to promote their proper use.

**Keywords:** social media sites, passive use, perceived psychological distress, social comparison, mediation, adults.

## Introducción

En las últimas décadas se ha generalizado el uso de redes sociales y son empleadas tanto por jóvenes como por adultos. Un sitio de red social es un servicio *on-line* que permite a los usuarios crear un perfil, conectarse con otros y ver o navegar por la información creada por diversos usuarios (Boyd y Ellison, 2007). Variadas investigaciones dan cuenta de los motivos que llevan a las personas a usar tanto tiempo las redes sociales (para una revisión, ver Jiang et al., 2020). En un estudio previo se halló que las tres motivaciones principales por las cuales las personas usan redes son: mantenerse en contacto con conocidos, mostrarse y pasar el tiempo, y búsqueda de compañía. El uso más frecuente se relacionaba con mantener el vínculo con allegados y de hecho, fue la motivación que se asoció con más altos niveles de bienestar. Dichas motivaciones se hallan en consonancia con lo reportado en otras investigaciones internacionales (Lupano Perugini y Castro Solano, 2021a).

Si bien la mayoría de los estudios efectuados sobre redes sociales se han centrado en Facebook como principal ejemplo (Stoycheff et al., 2017), en los últimos años se ha comenzado a incluir otras que priorizan la comunicación visual –por ejemplo, Instagram– ya que generan un mayor interés, especialmente en los más jóvenes (Shane-Simpson et al., 2018). Por ello, en la presente investigación se realiza el análisis de las redes sociales más comúnmente empleadas (*e. g.*, Facebook, Instagram) (Hootsuite, 2022).

Si bien en estudios previos se encontró que el uso de las redes para determinadas actividades (*e. g.*, exhibirse) o su uso durante un tiempo excesivo se asocian con menores niveles de bienestar (Inostroza et al., 2019; Lupano Perugini y Castro Solano, 2019, 2021a,b), las investigaciones a nivel inter-

nacional han mostrado que, en general, los resultados acerca de los efectos del uso de redes sobre el bienestar suelen ser inconsistentes y contradictorios (*e. g.*, Frison y Eggermont, 2015; Kraut et al., 2002; Livingstone, 2008; Lup et al., 2015; Nie et al., 2015). Esto ha llevado a algunos autores a plantear que existiría una relación recíproca, y no unidireccional, entre el uso de redes y los niveles de bienestar (Zhang et al., 2020). Por tal razón, muchas investigaciones apuntan al interrogante de si la forma en que las personas usan las redes, en particular si lo hacen de manera activa o pasiva, explica cómo la tecnología impacta sobre su bienestar y/o malestar psicológico (Verduyn et al., 2015).

Los antecedentes sobre el tema indican que la actividad en redes sociales, en especial Facebook, puede diferenciarse en formas de uso activas o pasivas (Burke et al., 2010; Deters y Mehl, 2013; Krasnova et al., 2013). El uso activo se refiere a actividades que facilitan los intercambios directos con otros (*e. g.*, publicar actualizaciones de estado, comentar publicaciones, dar “likes”); en cambio, el uso pasivo implica el consumo de información sin intercambios directos (*e. g.*, ver publicaciones, “scrolling”). Esta distinción es importante porque los estudios transversales realizados han vinculado el uso pasivo de redes como Facebook con una reducción en los niveles de bienestar y un aumento de sentimientos de soledad (Burke y Kraut, 2011; Ding et al., 2017), envidia y vergüenza (Krasnova et al., 2013; Lim y Yang, 2015), síntomas depresivos (Lup et al., 2015), entre otros.

Las razones por las cuales las personas usan de uno u otro modo las redes, parecen estar relacionadas con algunas características de personalidad (Gerson et al., 2017). Estudios previos han mostrado una asociación positiva del uso pasivo con el rasgo neuroticismo del Five Factor Model (FFM) (Ryan y Xenos, 2011). También se lo ha asociado a personas con altos niveles de ansiedad social ya que ellas suelen evitar el contacto directo (Kambouropoulos et al., 2014; Shaw et al.,

2015). Sin embargo, dichos estudios muestran que los tamaños del efecto de las asociaciones halladas entre rasgos de personalidad y tipo de uso son pequeños. Estos hallazgos indican que, si bien la personalidad juega un pequeño papel en la forma en que los usuarios interactúan con Facebook y otras redes, existen otras variables que pueden tener un mayor impacto en la forma en que las personas las usan (Gerson et al., 2017).

Verduyn et al. (2015) sugieren algunas razones por las cuales el uso pasivo de redes podría afectar a los usuarios. Una de las que cobra más fuerza y necesita de mayor estudio se relaciona con el tipo de contenidos que suelen publicarse en las redes y las reacciones que esto genera. Por ejemplo, en redes como Facebook, las personas tienden a presentarse de un modo excesivamente virtuoso (Kross et al., 2013; Mehdizadeh, 2010; Newman et al., 2011), esto es, resaltan los aspectos positivos (logros) con mayor frecuencia que los negativos (fracasos) (Kross et al., 2013). Por lo tanto, exponerse continuamente a contenidos positivos sobre los demás tendería a provocar envidia, una emoción comúnmente asociada a malestar y bajos niveles de bienestar (Salovey y Rodin, 1984; Smith y Kim, 2007). Esto no se daría de igual modo en todas las personas. En consecuencia, una posible explicación del impacto negativo del uso pasivo podría explicarse considerando las premisas de la teoría de la comparación social (Festinger, 1954) que sostiene que las personas se evalúan a sí mismas en comparación con otras, lo cual suele generar efectos negativos (Giagkou et al., 2018). De acuerdo con Lup et al. (2015), esto llevaría a pensar que la comparación puede ser una variable mediadora. A partir de estos supuestos, en esta investigación se analiza el rol mediador que puede tener la comparación social entre el uso pasivo de redes y el malestar psicológico percibido (*i. e.*, depresión, ansiedad, estrés).

La comparación social se da cuando los individuos se comparan con otros en cuanto a sus habilidades y características personales.

Festinger (1954) fue el primero en teorizar que compararse con los demás es una necesidad humana esencial para obtener información sobre sí mismo. De acuerdo con algunos autores (Buunk y Gibbons, 2007; Steil y Hay, 1997; Wheeler, 2000), ciertas personas se comparan más que otras, por lo que se hipotetiza que la tendencia a compararse socialmente puede ser una característica de personalidad. En general, los individuos que tienden a compararse suelen ser muy sensibles al comportamiento de los demás, con altos niveles de inseguridad personal y una necesidad constante de incrementar su autoestima (Bergagna y Tartaglia, 2018; Buunk y Gibbons, 2007; Gibbons y Buunk, 1999).

La comparación social puede ser ascendente (*upwards*), que implica que los individuos se comparan con otros que están en mejores situaciones, o descendente (*downwards*), es decir que la comparación es con aquellos que se encuentran en peores situaciones (Mussweiler et al., 2006; Rozgonjuk et al., 2019).

Esta tendencia hacia la comparación social puede ser facilitada por las tecnologías modernas, que han transferido muchas relaciones sociales de la esfera privada a la pública. Dado que los usuarios de redes sociales tienden a presentarse positivamente realizando publicaciones que suelen mostrarlos en estados ideales, es probable que la comparación en estos sitios sea ascendente en lugar de descendente (Qiu et al., 2012). Investigaciones previas han mostrado que dicho comportamiento se asocia con rumiaciones que conducen a un aumento de los síntomas depresivos (Feinstein et al., 2013; Tosun y Kaşdarma, 2019), mayor estrés psicológico y menores niveles de bienestar (*e. g.*, Jang et al., 2016; Lee, 2014; Gerson et al., 2017). Asimismo, como sostienen Verduyn et al. (2017), si quien tiende a compararse hace, además, un uso pasivo de las redes, estos efectos pueden incrementarse. Por tal razón, cobra relevancia analizar el rol de la comparación social como variable mediadora.

Si bien en estudios previos se han anali-

zados modelos mediacionales que incluyen a la comparación social como variable mediadora (e. g., Bergagna y Tartaglia, 2018; Rozgonjuk et al., 2019), no se ha probado específicamente su rol mediador entre el uso pasivo y el malestar psicológico experimentado, y además se consideraron las redes en forma global y no solo la más estudiada (Facebook). Por otra parte, en este estudio se empleó una muestra de población general que informó usar con asiduidad redes sociales, y no solo adultos jóvenes o estudiantes.

A partir de lo expuesto se formularon los siguientes objetivos:

- 1) Establecer el grado en que determinadas variables relacionadas al uso de redes sociales (*i. e.*, tiempo de conexión, tipo de uso –pasivo/activo-, motivaciones de uso) y la comparación social predicen malestar psicológico.
- 2) Probar un modelo explicativo en el que la comparación social fuera mediadora entre el uso pasivo y variables asociadas a malestar psicológico general (*i. e.*, depresión, ansiedad, estrés).

## Método

### Participantes

Se trata de una muestra de conveniencia compuesta por 420 sujetos (50.2 % hombres, 49.8 % mujeres) que tenían en promedio 40.29 años ( $DE = 14.93$ ). Los participantes fueron seleccionados por alumnos que se encontraban realizando una práctica de investigación en una universidad. Se empleó el método bola de nieve para ampliar la cantidad de contactos y reducir el nivel de sesgo (Atkinson y Flint, 2001).

El 14.3 % de los participantes eran extranjeros residentes en Argentina; sólo cuatro vivían transitoriamente en el país. Del total de la muestra, el 66.2 % vivían en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y el 26.4 % en el Conurbano Bonaerense. El 7.4 % restante residía en el interior del país. La mayoría de

los participantes trabajaban (85.5 %), algunos como empleados (54.3 %), otros trabajaban por su cuenta (17.8 %) o bien se ubicaban en la categoría de patrón o empleador (3.1 %). Dos participantes manifestaron trabajar (0.5 %) pero no percibían salario por ello. El resto de la muestra (24.3 %) no eran trabajadores activos (incluyendo jubilados, desempleados, amas de casa).

En cuanto al nivel de estudios, el 39.8 % refirió tener estudios universitarios o terciarios completos. Incluso el 13.3 % tenía estudios de posgrado. Un 27.1 % aludió tener estudios terciarios o universitarios sin terminar. Un 11.4 % indicó tener el secundario completo. El restante 8.3 % tenía secundario incompleto o escolaridad primaria completa. La mayoría de los participantes pertenecían a un nivel socioeconómico medio (59.8 %) y medio-alto (20.2 %).

A continuación, se detallan algunos datos de la muestra vinculados a variables relacionadas con el uso de redes sociales.

En cuanto al tipo de redes sociales empleadas, la mayoría de los participantes eran usuarios de más de una red social, siendo Facebook (72 %) e Instagram (57 %) las más empleadas. En cambio, redes como Snapchat, Tinder y Flicker presentaron una frecuencia de utilización menor al 10 %.

Por otro lado, en relación al tiempo de conexión, el 60 % de los encuestados se conectaba más de tres veces al día a su red favorita. Si se considera el tiempo promedio diario de conexión a todas las redes utilizadas, superaban las cinco horas.

Además, se indagó acerca de la cantidad de contactos/seguidores que los participantes tenían en las redes sociales. Si se selecciona una de las redes sociales más empleadas por la muestra analizada y más estudiada a nivel internacional –Facebook-, el promedio de seguidores giró en torno a los 350, incluso un porcentaje de usuarios (8.5 %) mencionó que tenía más de 1000 contactos. Alrededor de la mitad de los seguidores de las redes sociales eran mayormente familiares y amigos (45 %),

solo el 63 % de los participantes estimó que menos del 10 % de sus contactos eran desconocidos. El porcentaje de contactos compartidos entre las diferentes redes era del 40 %. Asimismo, se les preguntó si les interesaría conocer personalmente a sus contactos de las redes, a lo que solo un 14 % respondió positivamente, un 45 % dijo que no le interesaba y el 41 % restante manifestó que le daba lo mismo.

## Materiales

### *Encuesta de uso de redes sociales*

A los fines de este estudio, se diseñó una encuesta acerca del uso que los participantes hacían de las redes sociales. La primera parte exploraba acerca de las redes sociales más usadas, la cantidad y el tipo de contactos/seguidores y la intensidad de utilización por parte de los usuarios. Para ello, en una lista de las principales redes sociales (e. g., Facebook, Twitter, Instagram) los participantes debían responder en cada una si la utilizaba o no; en caso afirmativo, debían indicar el tiempo de conexión en una escala con formato de respuesta Likert de siete opciones (desde Menos de 5 minutos al día hasta Más de 4 horas). Asimismo, se encuestó sobre la cantidad de tiempo total al día que los participantes estaban conectados a su red social favorita. Con estos datos se obtuvo un índice de intensidad de uso de redes sociales que se denominó Tiempo de uso en Redes Sociales.

La segunda parte de la encuesta fue diseñada en base a la escala de Gerson et al. (2017), The Passive Active Use Measure (PAUM), y sugerencias hechas por usuarios. Interroga acerca de la frecuencia con que los usuarios realizaban ciertas actividades en las redes con la finalidad de saber si hacían un uso activo (e. g., “Hacer comentarios sobre estados, publicaciones, fotos”) o pasivo (e. g., “Navegar pasivamente por la red –scrollar– sin comentar, dar *likes* o etiquetar nada”). La encuesta cuenta con 18 ítems con opción

de respuesta Likert (desde Nunca hasta Muy frecuente). A los fines de este estudio los ítems se agruparon en dos escalas: Uso Pasivo y Uso Activo. La fiabilidad obtenida para esta muestra da cuenta de valores aceptables (alfa Uso Pasivo = .73; alfa Uso Activo = .88).

### *Motives for SMSs use Scale (Lupano Perugini y Castro Solano, 2021a)*

Esta escala examina los principales motivos de uso de redes sociales. Se la diseñó sobre la base de la escala construida por Sheldon (2008) y adaptada posteriormente por Hollenbaugh y Ferris (2014), Motivations and uses of Facebook. Sobre la versión original se incorporaron ítems sugeridos por asiduos usuarios de redes y, asimismo, se agregaron otros referidos a búsqueda de información general en las redes que no estaban incluidos en la versión original. Consta de 29 ítems con formato de respuesta Likert de cinco opciones (1: *Muy en desacuerdo* a 5: *Muy de acuerdo*). De acuerdo con los estudios de validación realizados, los ítems se distribuyen en tres dimensiones: (1) Mantenimiento de relaciones personales y *búsqueda de información* (e. g., “...para comunicarme con los demás”, “...para buscar información sobre servicios y productos”); (2) Pasatiempo y exhibicionismo (e. g., “...para llamar la atención”, “...como pasatiempo”); (3) Búsqueda de compañía (e. g., “...para encontrar compañía, para encontrar nuevos amigos”). Para la muestra estudiada, los tres factores obtenidos presentan alta fiabilidad (alfa Mantenimiento de relaciones = .75; alfa Pasatiempo = .86; alfa Búsqueda de compañía = .91).

### *Iowa-Netherlands Comparison Orientation Measure (INCOM-E) (Gibbons y Buunk, 1999; Buunk et al., 2005)*

Esta escala mide la tendencia disposicional a compararse con los demás, es decir, en qué medida los individuos están interesados en los pensamientos y comportamientos que tienen

otras personas en circunstancias similares a las suyas y utilizan estas comparaciones para evaluar sus propias características y circunstancias. El instrumento consta de 11 reactivos (*e. g.*, “Siempre me gusta saber lo que harían otras personas en mi lugar”), evaluados en una escala Likert de 5 puntos, que va desde 1 (*totalmente en desacuerdo*) hasta 5 (*muy de acuerdo*). La versión española fue validada por Buunk et al. (2005). Para esta muestra, el alfa obtenido para la puntuación global fue de .84.

### ***Depression, Anxiety and Stress Scale (DASS-21) (Lovibond y Lovibond, 1995)***

Esta prueba reúne tres escalas de autoinforme, de siete ítems cada una, diseñadas para medir los estados emocionales de depresión, ansiedad y estrés. La escala de depresión evalúa disforia, desesperanza, devaluación del sentido de la vida, autodesprecio, falta de interés, anhedonia e inercia (*e. g.*, “No podía sentir nada positivo”). La escala de ansiedad evalúa la activación autonómica, la ansiedad situacional y la experiencia subjetiva de afecto ansioso (*e. g.*, “Me siento tembloroso/a”). La escala de estrés es sensible a niveles de activación crónica no específica. Evalúa la dificultad para relajarse y la tendencia a molestar e irritarse fácilmente (*e. g.*, “Me costó mucho calmarme”). La puntuación global de la prueba da cuenta de un factor común a las tres dimensiones denominado malestar psicológico general (Henry y Crawford, 2005). Para el presente estudio se adaptaron los ítems de la versión chilena de Antúnez y Vinet (2012). Se responde sobre la sintomatología percibida durante la última semana, en una escala Likert con cuatro opciones de respuesta (desde 0: *No describe nada de lo que me pasó o sentí*, hasta 3: *Sí, esto me pasó mucho o casi siempre*). La fiabilidad para la escala total fue: alfa = .93, y para las dimensiones: alfa depresión = .87; alfa ansiedad = .81; alfa estrés = .87.

## **Procedimiento**

Los datos fueron recolectados por alumnos que se encontraban realizando una práctica de investigación en una universidad privada de la ciudad de Buenos Aires, Argentina. Los participantes fueron voluntarios y no recibieron retribución alguna por su colaboración. Además, según lo establecido por el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas en su Resolución D N.º 2857, el cuadernillo que contenía las encuestas presentaba en su portada una introducción en la que se solicitaba el consentimiento del participante, se aseguraba el anonimato de los datos y su uso exclusivo para investigación. La recolección y carga de datos fue supervisada por un docente investigador.

Para la carga y el análisis de los datos se utilizaron los programas estadísticos SPSS 24.0 y AMOS 18.0

## **Resultados**

En primer lugar, se detallan algunos datos descriptivos de las variables incluidas en el estudio. En cuanto a las relacionadas con el uso de redes, se observa que la muestra analizada presenta un alto nivel de conexión promedio que supera las 5 horas (considerando todos los sitios relacionados con redes sociales). En relación con las motivaciones de uso, se destaca que mayormente emplean las redes para mantenerse en contacto con personas allegadas. Además, se observan niveles medios en relación con el uso pasivo/activo de redes (ver Tabla 1).

En segundo lugar, se calcularon correlaciones entre todas las variables. Si se analiza la relación entre la comparación social y variables asociadas al uso de redes sociales (*i. e.*, tiempo de conexión, motivos de uso, tipo de uso –pasivo/activo–), se observa que se obtuvieron todas correlaciones significativas entre las variables analizadas. La correlación más alta fue la obtenida entre la comparación social y el uso pasivo de redes, seguido por las

correlaciones con los diferentes motivos de uso. La correlación más baja fue la hallada en relación con el tiempo de conexión. Todas las correlaciones halladas presentan un tamaño del efecto pequeño ( $rs < .30$ ) a excepción de la hallada entre comparación social y uso pasivo, que presenta un tamaño moderado ( $rs \geq .30$ ) (Cohen, 1992) (ver Tabla 1).

En tercer lugar, y para responder al primer objetivo que pretende establecer el grado en que determinadas variables relacionadas al uso de redes sociales (*i. e.*, tiempo de conexión, tipo de uso –pasivo/activo–, y motivos de uso)

y la comparación social predicen malestar psicológico, se analizaron los coeficientes de correlación obtenidos entre las variables involucradas. Como puede observarse en la Tabla 1, la comparación social presenta las correlaciones más altas tanto en relación con la puntuación global de malestar como con sus dimensiones (depresión, ansiedad y estrés). El tamaño del efecto de dichas correlaciones es pequeño ( $rs < .30$ ) (Cohen, 1992). Uso activo, tiempo de conexión y mantenimiento de relaciones fueron las variables que correlacionaron más bajo con el malestar.

**Tabla 1.**  
*Estadísticos descriptivos y correlaciones de las variables analizadas*

	M	DE	Correlaciones											
			1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
1. CS	2.88	.78	-											
2. T'	5.49	2.42	.19**	-										
3. UP	2.69	.92	.33**	.39**	-									
4. UA	2.27	.84	.16**	.44**	.53**	-								
5. MR	3.69	.77	.20**	.38**	.43**	.45**	-							
6. P/E	2.31	.84	.25**	.39**	.56**	.48**	.33**	-						
7. BC	1.63	.69	.20**	.31**	.36**	.37**	.22**	.64**	-					
8. DEP	.38	.52	.19**	.00	.06	.00	-.09	.12*	.16*	-				
9. ANX	.30	.46	.12*	-.03	.05	.06	-.05	.11*	.16*	.60**	-			
10. EST	.65	.62	.29**	.06	.14**	.11*	.05	.29**	.18*	.68**	.68**	-		
11. TM	.44	.47	.21**	.12	.11*	.07	-.03	.21**	.19*	.87**	.85**	.91**	-	

Notas: CS: comparación social; T': Tiempo promedio conexión; UP: uso pasivo; UA: uso activo; MR: mantenimiento relaciones; P/E: pasatiempo/exhibicionismo; BC: búsqueda de compañía; DEP: depresión (DASS 21); ANX: ansiedad (DASS 21); EST: estrés (DASS 21); TM: total malestar (DASS 21). \*  $p < .05$ ; \*\*  $p < .01$

En cuarto lugar, se realizó un análisis de regresión jerárquica múltiple considerando la puntuación global de malestar psicológico como variable dependiente. Primero se introdujeron las variables relacionadas al uso (*i. e.*, tiempo promedio de conexión, uso pasivo y activo, motivaciones de uso) como predictores del primer bloque y luego, la comparación social en el segundo bloque.

En todos los casos, las pruebas de multicolinealidad mostraron valores aceptables

de tolerancia cercanos a 1.00. Además, se empleó el estadístico de Durbin-Watson con el propósito de evaluar la ausencia de correlación de los residuales y se obtuvieron valores cercanos a 2.00 (Pardo y Ruiz, 2005).

A partir de lo obtenido, se observa que ambos modelos fueron estadísticamente significativos ( $p < .001$ ) y la comparación social incrementó significativamente el cambio en  $R^2$ . El  $R^2$  del Bloque 1 fue de .049 ( $p < .001$ ). De todas las variables incluidas, solo pasa-



tiempo/exhibicionismo resultó un predictor significativo. En el Bloque 2 el  $R^2$  pasó a .069 ( $p < .001$ ) por lo que la inclusión de la comparación social agregó un 2.2 % de varianza. Al igual que en el bloque anterior, pasatiempo/

exhibicionismo resultó un predictor significativo; pero el de mayor significación fue la comparación social ( $\beta = .158, p = .003$ ) (ver Tabla 2).

**Tabla 2.**

*Regresión jerárquica múltiple: Predicción del malestar psicológico*

Malestar psicológico	R <sup>2</sup>	F(gl)	p	$\beta$ estandarizado	p
<i>Bloque 1 (variables de uso)</i>	.049	4.230(6,413)	< .001		
Tiempo promedio de conexión				-1.108	.269
Uso pasivo				.496	.620
Uso activo				.045	.964
Mantenimiento de relaciones				-1.678	.094
Pasatiempo/exhibicionismo				2.432	.015
Búsqueda de compañía				1.569	.118
<i>Bloque 2 (variables de uso y comparación social)</i>	.069	4.469(1,412)	<.001		
<i>p para el cambio de F</i>	.003				
Tiempo promedio de conexión				-.074	.204
Uso pasivo				-.012	.862
Uso activo				.018	.777
Mantenimiento de relaciones				-.108	.065
Pasatiempo/exhibicionismo				.178	.017
Búsqueda de compañía				.090	.173
Comparación social				.158	.003

Según los análisis detallados, se puede observar que, si bien el uso pasivo correlaciona con el malestar psicológico, pierde poder predictivo al incluirlo en un modelo que incluye a la comparación social y otras variables vinculadas al uso de redes. Por lo tanto, a la luz de estos resultados, pero también de los antecedentes consultados que muestran que este tipo de uso suele asociarse con consecuencias negativas a nivel psicológico, se hipotetizó que el uso pasivo podría tener efecto sobre el nivel de malestar psicológico de los usuarios de redes sociales considerando a la comparación social como una variable mediadora entre ambas.

Por lo tanto, para cumplir con el segundo objetivo que intenta probar un modelo expli-

cativo en el que la comparación social sea mediadora entre el uso pasivo y variables asociadas a malestar psicológico general, se realizó un modelo de ecuaciones estructurales en el que se incluyó al uso pasivo como variable predictora, la comparación social como mediadora y la puntuación agregada de malestar psicológico como variable de resultado. El uso pasivo es una variable exógena observada, la comparación es una variable endógena observada y el malestar psicológico es una variable endógena latente (indicadores: depresión, ansiedad, estrés).

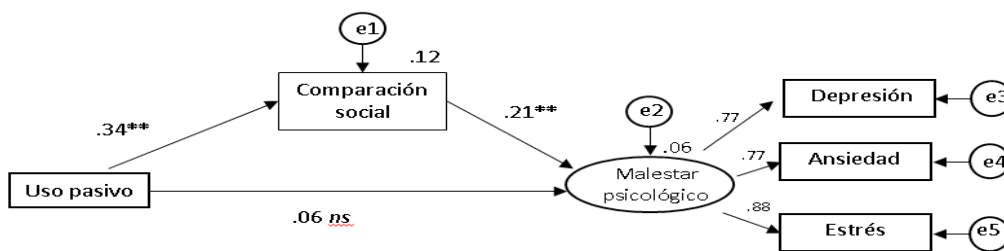
Los parámetros del modelo fueron estimados siguiendo el criterio de máxima verosimilitud. Los indicadores obtenidos mostraron que los datos se ajustan óptimamente al

modelo ( $\chi^2 = 9.862, p < .05; \chi^2/gl = 2.47; IFI = .99; NFI = .98; CFI = .99; TLI = .96; RMSEA = .05$ ). El modelo permite apreciar que no hay un efecto directo del uso pasivo sobre el malestar percibido ( $\beta = .06, ns$ ). En cambio, se observa un efecto directo del uso pasivo sobre la comparación social ( $\beta = .34, p < .01$ ) explicando un 12 % de la varianza de esta última que, a su vez, influye sobre el

malestar ( $\beta = .21, p < .01$ ) explicando el 6 % de la varianza de esta última variable. Por lo tanto, puede considerarse un efecto indirecto del uso pasivo sobre los niveles de malestar ( $.34 \times .21 = .07$ ) considerando a la comparación social como variable mediadora.

En la Figura 1 se presentan los coeficientes estandarizados.

**Figura 1.**  
*Modelo explicativo de malestar psicológico*



## Discusión

El presente trabajo tuvo dos objetivos. Por un lado, examinar el poder predictor de variables relacionadas al uso de redes sociales (*i. e.*, tiempo de conexión, tipo de uso –pasivo/activo–, motivaciones de uso) y la comparación social sobre el malestar psicológico (*i. e.*, depresión, ansiedad, estrés), y por otro lado, analizar el rol mediador de la comparación social en la relación entre el uso pasivo de redes sociales y la percepción de malestar psicológico percibido.

En relación a los aspectos analizados en el primer objetivo, se puede apreciar que la muestra analizada está compuesta por usuarios con un alto nivel de tiempo de conexión y que usan las redes principalmente para mantenerse en contacto con personas conocidas, dato que coincide con investigaciones previas (Jiang et al., 2020; Lupano Perugini y Castro Solano, 2021a). Además, resulta interesante destacar que si bien como resultado del análisis de regresión efectuado, se comprobó que la comparación social es el principal predictor (entre las variables incluidas en el modelo de regresión)

de malestar psicológico, otro predictor significativo fue el motivo de uso relacionado con pasatiempo/exhibicionismo. Esto implica que usar las redes para mostrarse, hacerse conocido y ganar notoriedad –más que para interactuar con otros– se asocia con mayores niveles de estrés (entendido como la dificultad para relajarse y la tendencia a molestarse e irritarse fácilmente). Estos resultados están en sintonía con lo obtenido en un estudio previo en relación a motivos de uso y bienestar (Lupano Perugini y Castro Solano, 2021a).

En cuanto al segundo objetivo, teniendo en cuenta que las investigaciones previas realizadas arrojan resultados contradictorios en cuanto a los efectos psicológicos producidos por el uso de redes sociales (Frison y Eggermont, 2015; Kraut et al., 2002; Livingstone, 2008; Lup et al., 2015; Nie et al., 2015), cobra cada vez más relevancia el análisis de posibles variables mediadoras en la generación de dichos efectos.

En las correlaciones obtenidas en este estudio se puede observar que, si bien el uso pasivo correlaciona con los indicadores de malestar psicológico, dichas correlaciones

presentan un tamaño del efecto muy pequeño con lo cual cabe suponer que existen otros factores intervinientes. En estudios previos se analizó el papel de los rasgos de personalidad en esta relación, pero los resultados mostraron que la intervención es menor (Gerson et al., 2017). La tendencia a compararse socialmente, si bien se relaciona con características de personalidad, parece activarse más a partir de los contenidos que los usuarios suben a las redes ya que suelen mostrar imágenes y situaciones idealizadas. Esto lleva a pensar que mirar sostenidamente este tipo de publicaciones sin mediar ningún tipo de intervención puede ocasionar efectos perjudiciales en quienes lo hacen (Kross et al., 2013; Verduyn et al., 2015). En el presente estudio, de acuerdo a los resultados obtenidos en el modelo analizado, se permitió comprobar el efecto indirecto del uso pasivo sobre el malestar considerando a la comparación social como variable mediadora.

Por lo tanto, es posible pensar que usar pasivamente las redes generaría mayor malestar si al ver los contenidos publicados por los demás, el usuario tiende a compararse con quienes los publican. Es decir, el efecto sería mayor en aquellos individuos sensibles al comportamiento de los demás, con altos niveles de inseguridad personal y una necesidad constante de incrementar su autoestima (Bergagna y Tartaglia, 2018; Buunk y Gibbons, 2007, Gibbons y Buunk, 1999). En consecuencia, la combinación de ambos factores parecería tener un efecto potenciador, ya que tanto la tendencia a compararse socialmente como el uso pasivo de redes suelen asociarse a efectos negativos (*e. g.*, Burke y Kraut, 2011; Ding et al., 2017; Giagkou et al., 2018). Esto es importante de tener en cuenta ya que, en la muestra analizada, se halló que la correlación más alta fue la obtenida entre uso pasivo y comparación social.

Este trabajo se basó en antecedentes teóricos y empíricos derivados principalmente de investigaciones focalizadas en análisis de variables de personalidad relacionadas al uso

de redes sociales y dispositivos tecnológicos. Como todo fenómeno psicosocial, puede ser interpretado desde múltiples aristas. Por ejemplo, si se efectúa una mirada más global y colectiva, es dable pensar que el tipo de uso que se hace de las redes y de la tecnología esté mediatizado por políticas socioeconómicas actuales que tienden a fomentar el consumismo y la competencia. Para autores como Berardi (2017), la contemporaneidad implica “habitar en un entorno digital la mayor parte de nuestras vidas” (p. 13). Este entorno (enjambre digital) quita autonomía a las personas y modela la percepción de sí mismos y los demás (Lenarduzzi y Samela, 2022). Desde esta perspectiva, se igualarían los efectos de un uso pasivo o activo de redes. De todos modos, no se trata de rechazar la tecnología sino de repensar la relación que tienen las personas con ella (Berardi, 2019; Pugliese, 2021).

### **Fortalezas, limitaciones y futuras líneas de trabajo**

Por un lado, se destaca que esta investigación se ha llevado a cabo en el contexto latinoamericano que cuenta con un menor nivel de investigaciones en la temática comparado con otras regiones (*i. e.*, Estados Unidos y países de Europa). El estudio de este tipo de tópicos permite, tanto a los propios usuarios como agentes de salud y educación, tener mayor conocimiento acerca de las consecuencias que trae el uso de redes y las nuevas tecnologías a fin de promover un uso adecuado de las mismas. Que los usuarios conozcan los resultados de este tipo de investigaciones, permite visibilizar los efectos que el uso de redes sociales puede conllevar. El hecho de estar insertos en este enjambre digital, como sostienen algunos autores, puede ocasionar que estos efectos se naturalicen y no se cuestionen.

En cuanto a las limitaciones del trabajo realizado, puede considerarse el empleo de medidas de autoinforme que pueden afectar

## Referencias

la validez de los datos. Otra limitación se relaciona con el tipo de muestreo utilizado (por conveniencia) que influye en la generalización de los resultados. También debe tenerse en cuenta que en este estudio se analizaron las redes sociales en conjunto. Por lo tanto, en futuros trabajos podría analizarse si el efecto mediador de la comparación social difiere de acuerdo con el uso de diferentes redes sociales (Facebook, Instagram, Twitter, etc.), ya que investigaciones previas han demostrado que la preferencia por determinadas redes puede estar determinada por diferencias en los perfiles de personalidad (e. g., Hughes et al., 2012; Marshall et al., 2020). Además, ciertos sitios tienden a caracterizarse por subir contenidos visuales de mayor impacto (e. g., Instagram) que pueden ocasionar efectos más nocivos en quienes los consumen (Lup et al., 2015).

Por otro lado, como se mencionó en párrafos previos, este fenómeno puede ser analizado desde múltiples aristas. Un abordaje mixto (Mertens, 2005) que complementa los datos cuantitativos con información cualitativa (e. g., entrevistas en profundidad, *focus groups*, análisis de contenidos digitales relacionados al uso de redes -noticias, publicaciones-) permitiría un acercamiento más integral al fenómeno que contemple tanto las implicancias personales como socioeconómicas que influyen en el modo en que las personas usan las redes y tienden a compararse con los contenidos que ellas contienen.

Por último, próximos estudios podrían analizar el rol particular que cumplen otras variables asociadas a la comparación social. Por ejemplo, algunos autores han demostrado que la envidia -entendida como una emoción hostil que puede estimular comportamientos agresivos (Smith y Kim, 2007)- puede verse acentuada por el uso intenso de redes sociales debido a la tendencia a compararse con otros de mayor status (e. g., Burke et al., 2010; Jordan et al., 2011). Además, deberían analizarse diferencias por edad ya que es posible que estos efectos sean más perjudiciales en adolescentes que en adultos.

- Antúnez, Z. y Vinet, E. V. (2012). Escalas de Depresión, Ansiedad y Estrés (DASS - 21): Validación de la Versión abreviada en Estudiantes Universitarios Chilenos. *Terapia Psicológica*, 30(3), 49-55. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082012000300005>
- Atkinson, R. y Flint, J. (2001). Accessing hidden and hard-to-reach populations: Snowball research strategies. *Social Research Update*, 33, 1-5.
- Berardi, F. (2017). *Fenomenología del fin. Sensibilidad y mutación conectiva*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Berardi, F. (2019). *Futurabilidad. La era de la impotencia y el horizonte de la posibilidad*. Buenos Aires: Caja Negra.
- Bergagna, E. y Tartaglia, S. (2018). Self-Esteem, Social Comparison, and Facebook Use. *Europe's Journal of Psychology*, 14(4), 831-845. <https://doi.org/10.5964/ejop.v14i4.1592>
- Boyd, D. M. y Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Burke, M. y Kraut, R. (2011). *Social capital on Facebook: Differentiating uses and users*. BC, Canada: Vancouver.
- Burke, M., Marlow, C. y Lento, T. (enero, 2010). *Social network activity and social well-being* [Presentación de paper]. Proceedings of the 28th International Conference on Human Factors in Computing Systems, Atlanta, USA.
- Buunk, A., Belmonte, J., Peiró, J., Zurriaga, R. y Gibbons, F. (2005). Diferencias individuales en la comparación social: propiedades de la escala española de orientación hacia la comparación social. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 37(3), 561-579.
- Buunk, A. P. y Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102, 3-21. <https://doi.org/10.1016/j.obhdp.2006.09.007>

- Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155-159. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.112.1.155>
- Deters, F. G. y Mehl, M. R. (2013). Does posting Facebook status updates increase or decrease loneliness? An online social networking experiment. *Social Psychological & Personality Science*, 4, 579-586. <https://doi.org/10.1177/1948550612469233>
- Ding, Q., Zhang, Y. X., Wei, H., Huang, F. y Zhou, Z. K. (2017). Passive social network site use and subjective well-being among Chinese university students: A moderated mediation model of envy and gender. *Personality and Individual Differences*, 113, 142-146. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.03.027>
- Feinstein, B. A., Hershenberg, R., Bhatia, V., Latack, J. A., Meuwly, N. y Davila, J. (2013). Negative social comparison on Facebook and depressive symptoms: Rumination as a mechanism. *Psychology of Popular Media Culture*, 2, 161-170. <https://doi.org/10.1037/a0033111>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Frison, E. y Eggermont, S. (2015). Exploring the relationships between different types of Facebook use, perceived online social support, and adolescents' depressed mood. *Social Science Computer Review*, 34, 153-171. <https://doi.org/10.1177/0894439314567449>
- Gerson, J., Plagnol, A. C. y Corr, P. J. (2017). Passive and Active Facebook Use Measure (PAUM): Validation and relationship to the Reinforcement Sensitivity Theory. *Personality and Individual Differences*, 117, 81-90. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.034>
- Giagkou, S., Hussain Z. y Pontes, H. M. (2018). Exploring the Interplay Between Passive Following on Facebook, Fear of Missing out, Self-esteem, Social Comparison, Age, and Life Satisfaction in a Community-based Sample. *International Journal of Psychology & Behavior Analysis*, 4, 149. <https://doi.org/10.15344/2455-3867/2018/149>
- Gibbons, F. X. y Buunk, B. P. (1999). Individual differences in social comparison: Development of a scale of social comparison orientation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 76, 129-142. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.76.1.129>
- Henry, J. D. y Crawford, J. R. (2005). The short-form version of the Depression Anxiety Stress Scales (DASS-21): construct validity and normative data in a large non-clinical sample. *The British Journal of Clinical Psychology*, 44(2), 227-239. <https://doi.org/10.1348/014466505X29657>
- Hollenbaugh, E. E. y Ferris, A. L. (2014). Facebook self-disclosure: Examining the role of traits, social cohesion, and motives. *Computers in Human Behavior*, 30, 50-58. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.055>
- Hootsuite (2022, 26 de enero). Digital 2021. Global Overview Report. <https://www.hootsuite.com/es/recursos/tendencias-digitales-2021>
- Hughes, D., Rowe, M., Batey, M. y Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs. Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561-569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>
- Inostroza, T., Madrid, F., Salinas, M., Reyes, E. y Guerra, C. (2019). Estructura factorial del Cuestionario de Experiencias Relacionadas con Internet en universitarios chilenos. *Interdisciplinaria*, 36(2), 55-68. <https://doi.org/10.16888/interd.2019.36.2.4>
- Jang, K., Park, N. y Song, H. (2016). Social comparison on Facebook: Its antecedents and psychological outcomes. *Computers in Human Behavior*, 62, 147-154. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.03.082>
- Jiang, Y., Naqvi, M. H. y Naqvi, M. H. A. (2020). Psychological Predictors of Facebook Use: A Literature Review. *International Journal of Management, Economics and Social Sciences*, 9(2), 113-130. <https://doi.org/10.32327/IJMESS/9.2.2020.7>
- Jordan, A. H., Monin, B., Dweck, C. S., Lovett, B. J., John, O. P. y Gross, J. J. (2011). Misery has more company than people think: Underestimating the prevalence of others' negative emotions. *Personality and Social*

- Psychology Bulletin*, 37, 120–135. <https://doi.org/10.1177/0146167210390822>
- Kambouropoulos, N., Egan, S., O'Connor, E. J. y Staiger, P. K. (2014). Escaping threat: Understanding the importance of threat sensitivity in social anxiety. *Journal of Individual Differences*, 35(1), 47–53. <https://doi.org/10.1027/1614-0001/a000126>
- Krasnova, H., Wenninger, H., Widjaja, T. y Buxmann, P. (febrero, 2013). *Envy on Facebook: A hidden threat to users' life satisfaction?* [Presentación de paper]. 11th International Conference on Wirtschaftsinformatik (WI). Leipzig, Alemania.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V. y Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49–74. <https://doi.org/10.1111/1540-4560.00248>
- Kross, E., Verduyn, P., Demiralp, E., Park, J., Lee, D. S., Lin, N., . . . Ybarra, O. (2013). Facebook use predicts declines in subjective wellbeing in young adults. *PLoS ONE*, 8, e69841. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0069841>
- Lee, S. Y. (2014). How do people compare themselves with others on social network sites? The case of Facebook. *Computers in Human Behavior*, 32, 253-260. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.12.009>
- Lenarduzzi, V. y Samela, G. (2022). Digitalización y efecto enjambre. Comunicación, General Intellect y poder en el semiocapitalismo. *Chasqui. Revista Latinoamericana de Comunicación*, 148, 279-294.
- Lim, M. y Yang, Y. (2015). Effects of users' envy and shame on social comparison that occurs on social network services. *Computers in Human Behavior*, 51, 300–311. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.05.013>
- Livingstone, S. (2008). Taking risky opportunities in youthful content creation: Teenagers' use of social networking sites for intimacy, privacy and self-expression. *New Media & Society*, 10, 393–411. <https://doi.org/10.1177/1461444808089415>
- Lovibond, S. H. y Lovibond, P. F. (1995). *Manual for the depression, anxiety, stress scales*. Sydney: Psychology Foundation.
- Lup, K., Trub, L. y Rosenthal, L. (2015). Instagram #Instasad? Exploring associations among Instagram use, depressive symptoms, negative social comparison, and strangers followed. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 18, 247–252. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0560>
- Lupano Perugini, M. L. y Castro Solano, A. (2019). Uso de redes sociales: características diferenciales entre usuarios de alta exposición vs. no usuarios. *Acta Psiquiátrica y Psicológica de América Latina*, 65(1), 5-16.
- Lupano Perugini, M. L. y Castro Solano, A. (2021a). Normal and maladaptive personality traits as predictors of motives for social media use and its effects on well-being. *Psychological Reports*, 124(3), 1070–1092. <https://doi.org/10.1177/0033294120922495>
- Lupano Perugini, M. L. y Castro Solano, A. (2021b). Rasgos de personalidad, bienestar y malestar psicológico en usuarios de redes sociales que presentan conductas disruptivas online. *Interdisciplinaria*, 38(2), 7-23. <https://doi.org/10.16888/interd.2021.38.2.1>
- Marshall, T. C., Ferenczi, N., Lefringhausen, K., Hill, S. y Deng, J. (2020). Intellectual, narcissistic, or Machiavellian? How Twitter users differ from Facebook-only users, why they use Twitter, and what they tweet about. *Psychology of Popular Media*, 9(1), 14-30. <https://doi.org/10.1037/ppm0000209>
- Mehdizadeh, S. (2010). Self-presentation 2.0: Narcissism and self-esteem on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 13, 357–364. <https://doi.org/10.1089/cyber.2009.0257>
- Mertens, D. M. (2005). *Research and evaluation in Education and Psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods* (2<sup>nd</sup>. ed.). Thousand Oaks: Corwin Press/Sage.
- Mussweiler, T., Ruter, K. y Epstude, K. (2006). The why, who, and how of social comparison: A social-cognition perspective. En S. Guimond (Ed.), *Social comparison and social psychology: Understanding cognition, inter-*

- group relations, and culture* (pp. 33–54). New York, NY: Cambridge University Press.
- Newman, M. W., Lauterbach, D., Munson, S. A., Resnick, P. y Morris, M. E. (2011). It's not that I don't have problems, I'm just not putting them on Facebook: Challenges and opportunities in using online social networks for health. *Proceedings of the ACM 2011 Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW '11*.
- Nie, P., Sousa-Poza, A. y Nimrod, G. (2015). Internet use and subjective well-being in China. *Social Indicators Research, 132*, 489–516. <https://doi.org/10.1007/s11205-015-1227-8>
- Pardo, A. y Ruiz, M. (2005). *Análisis de datos con SPSS 13*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.
- Pugliese, A. (2021). Escribir en redes: utopías de comunalidad en Aceleraditxs. *Estudios de Teoría Literaria. Revista Digital: Artes, Letras y Humanidades, 10*(22), 21-31.
- Qiu, L., Lin, H., Leung, A. K. y Tov, W. (2012). Putting their best foot forward: emotional disclosure on Facebook. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 15*, 569-572. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0200>
- Rozgonjuk, D., Ryan, T., Kuljus, J. K., Täht, K. y Scott, G. G. (2019). Social comparison orientation mediates the relationship between neuroticism and passive Facebook use. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 13*(1), article 2. <https://doi.org/10.5817/CP2019-1-2>
- Ryan, T. y Xenos, S. (2011). Who uses Facebook? An investigation into the relationship between the Big Five, shyness, narcissism, loneliness, and Facebook use. *Computers in Human Behavior, 27*, 1658–1664. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.02.004>
- Salovey, P. y Rodin, J. (1984). Some antecedents and consequences of social-comparison jealousy. *Journal of Personality and Social Psychology, 47*, 780–792. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.47.4.780>
- Shane-Simpson, Ch., Manago, A., Gaggi, N. y Gillespie-Lynch, K. (2018). Why Do College Students Prefer Facebook, Twitter, or Instagram? Site Affordances, Tensions Between Privacy and Self-Expression, and Implications for Social Capital. *Computers in Human Behavior, 86*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2018.04.041>
- Shaw, A., Timpano, K., Tran, T. y Joormann, J. (2015). Correlates of Facebook usage patterns: The relationship between passive Facebook use, social anxiety symptoms, and brooding. *Computers in Human Behavior, 48*, 575-580. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.02.003>
- Sheldon, P. (2008). Student favorite: Facebook and motives for its use. *Southwestern Mass Communication Journal, 23*(2), 39–53.
- Smith, R. H. y Kim, S. H. (2007). Comprehending envy. *Psychological Bulletin, 133*, 46–64. <https://doi.org/10.1037/0033-2909.133.1.46>
- Steil, J. M. y Hay, J. L. (1997). Social comparison in the workplace: A study of 60 dual-career couples. *Personality and Social Psychology Bulletin, 23*, 427-438. <https://doi.org/10.1177/0146167297234008>
- Stoycheff, E., Liu, J., Wibowo, K. A. y Nanni, D. P. (2017). What have we learned about social media by studying Facebook? A decade in review. *New Media & Society, 19*(6), 968–980. <https://doi.org/10.1177/1461444817695745>
- Tosun, L. P. y Kaşdarma, E. (2019). Passive Facebook use and depression: A study of the roles of upward comparisons, emotions, and friendship type. *Journal of Media Psychology: Theories, Methods, and Applications, 1-11*. <https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000269>
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J. y Kross, E. (2015). Passive Facebook usage undermines affective well-being: Experimental and longitudinal evidence. *Journal of Experimental Psychology, 144*, 480–488. <https://doi.org/10.1037/xge0000057>
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J. y Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review, 11*, 274-302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Wheeler, L. (2000). Individual differences in social comparison. En J. Suls y L. Wheeler (Eds.),

*Handbook of social comparison: Theory and research* (pp. 141-158). Dordrecht, The Netherlands: Kluwer.

Zhang, X. X., Rost, D. H., Wang, J. L. y Reyn-

olds, K. J. (2020). Active and passive social networking sites usage and negative emotions: A reciprocal relationship? *Journal of Social and Clinical Psychology*, 39(3), 195–213.

*Recibido: 15 de julio de 2021*

*Aceptado: 12 de abril de 2023*