



¿CÓMO INFLUYEN LAS REDES SOCIALES EN EL BIENESTAR SUBJETIVO EMOCIONAL?

TRABAJO FIN DE MÁSTER

Máster en Psicopedagogía

Facultad de Ciencias de la Educación

Curso 2020-2021

Autor/a: Mirian Esteban Gómez

Tutor/a: Miguel Ángel Pertegal

RESUMEN

El uso masivo de las redes sociales en la actualidad ha incrementado el número de estudios que tratan de investigar su impacto psicológico en los usuarios. Este trabajo de revisión sistemática se centra en recopilar estudios cuantitativos (transversales, longitudinales y experimentales) que analicen la influencia de estas plataformas en el bienestar subjetivo emocional de los usuarios. Para ello, se consideraron tres temas relevantes dentro de la taxonomía de experiencia de uso de Pertegal et al. (2019): cuantificación del uso, tipos de uso y procesos subjetivos implicados en dicho uso. Posteriormente, se realizó la búsqueda y revisión de la literatura donde se identificaron 18 estudios que cumplían con los criterios de inclusión e incluían medidas relacionadas con el bienestar emocional como PANAS y SPANE, entre otras. Tras el análisis de los resultados, se llega a la conclusión de que los efectos de las redes sociales en las emociones de los usuarios probablemente dependan más del uso que se haga de las mismas (uso pasivo y uso activo) y de los procesos que subyacen a este tipo de uso. Esta revisión será de utilidad para aquellos investigadores del ámbito de la educación que tomen conciencia acerca de fomentar un uso adecuado de dichas redes por parte de los jóvenes.

ABSTRACT

Today, a massive use of social network sites has increased the number of studies which try to investigate its psychological impact on users. This systematic review focuses on collecting quantitative studies (cross-sectional, longitudinal and experimental) which analyze the influence of these Online Social Networks in the subjective emotional well-being of users. For this, three important thematic which were in site of user experience taxonomy of Pertegal et al. (2019) were considered: quantification of use, type of use and subjective processes which are involved in this use. Later, the search and review of the literature was carried out in which were identified 12 articles according to the eligibility criteria and its included measures related to emotional well-being, such as PANAS and SPANE, among others. After analyzing of the results, it is considered that the effects of social network sites on emotions of users will probably depend on the use (active or passive use) and the underlying processes on this type of use. This review will be useful for those researchers in the field of education who become aware of proper use of these Online Social Networks by young people.

Palabras clave /Keywords: Revisión, redes sociales, emociones, bienestar/ Review, social networks, emotions, well-being.

1. FUNDAMENTOS TEÓRICOS.

1.1.El fenómeno de las redes sociales en la sociedad actual: aparición, evolución y ¿“revolución”?

En la actualidad las redes sociales juegan un papel muy importante en la sociedad. Se han convertido en el medio de comunicación más utilizado y más requerido por los usuarios a nivel mundial. De hecho, el avance y generalización del uso de las redes sociales es tal, que desde principios de este siglo XXI ha habido un interés creciente por estudiar el posible impacto del uso de redes en general en el bienestar psicológico de los usuarios.

Un primer paso necesario es comprender el abanico y diversidad existente de redes sociales en la actualidad. Dependiendo del enfoque que utilicemos, podemos clasificar las redes sociales de distintas maneras. Una de las posibilidades de categorización sería según la finalidad de la red social, donde podemos distinguir tres tipos (Celaya, 2008, como se citó en Hütt, 2012):

- Redes profesionales. Están constituidas por usuarios profesionales. Persiguen el intercambio comercial, la interacción y/o búsqueda de oportunidades entre las personas (LinkedIn).
- Redes generalistas. Formadas por usuarios que pretenden interactuar entre sí, intercambiando conversaciones o contenido multimedia (Facebook, Instagram, Twitter).
- Redes especializadas. Lugares dirigidos a una actividad social o económica, un deporte o una materia. Estas redes sociales permiten a los usuarios formar parte de grupos que presentan unas peculiaridades similares (Ediciona, eBuga).

Por último, una cuestión previa fundamental es aclarar el objeto de estudio de interés en nuestro caso, que serían las redes sociales generalistas abiertas. Según Pertegal et al. (2019) una red social en sentido estricto, está caracterizada por ser una plataforma abierta que permite al usuario crear un perfil propio e intercambiar información y contenidos a través de una lista de contactos, contribuyendo a la interacción entre distintas personas (Facebook, Instagram, Twitter, etc.).

1.2.Una visión panorámica de los temas abordados por la literatura de investigación previa sobre el uso de redes sociales.

Desde que aparecieron las redes sociales se ha ido incrementando el número de estudios que tratan de investigar su influencia o impacto en la sociedad en diversos ámbitos y facetas. Pero para poder encuadrar bien lo que se denomina como uso de redes en general, debemos tener una visión comprehensiva de lo que supone dicha experiencia de uso.

Pertegal et al. (2019) realizaron recientemente una revisión de tipo panorámico sobre la investigación previa acerca de los distintos temas estudiados sobre la experiencia “normalizada” de uso -no de uso problemático- de las redes sociales estableciendo una taxonomía, una clasificación de las diferentes temas, subtemas y constructos de estudio abordados, que es una referencia fundamental para comprender la diversidad de variables implicadas en la experiencia de uso de redes desde un punto de vista psicológico. De esta manera, esta taxonomía nos ha permitido seleccionar y categorizar aquellas variables de mayor interés (Ver Tabla 1, Anexo 1) de acuerdo a la hipótesis planteada de evaluar el impacto del uso de redes en el bienestar subjetivo de tipo emocional.

1.3.El bienestar desde la perspectiva hedonista: El estudio de la felicidad.

El estudio de la felicidad se considera un tema de interés abordado por diversas disciplinas como la psicología, filosofía o sociología. En función de la corriente seguida por la investigación, el bienestar se reconocerá desde una perspectiva hedónica o eudaimónica.

En este sentido, el presente trabajo se ha centrado en la perspectiva que estudia el bienestar subjetivo, formado por dos componentes fundamentales, el cognitivo y el emocional, que pueden ser evaluados a través de diversos instrumentos.

1.3.1. Los diferentes enfoques en el estudio del bienestar.

Cabe destacar que la psicología ha realizado el estudio del bienestar a través de dos perspectivas que tienen sus raíces en corrientes previas en la filosofía: la hedónica y la eudaimónica. La perspectiva hedónica trata de estudiar “cómo y por qué la gente experimenta su vida de forma positiva, incluyendo tanto juicios cognitivos como reacciones afectivas”, es decir, las experiencias emocionales que contribuyen a un balance y juicio cognitivo de ser feliz (Diener, 1994, como se citó en Blanco y Díaz, 2005, p.582) y la segunda de ellas, la perspectiva eudaimónica, según Blanco y Díaz (2005) se entiende como un punto de vista más actual que se centra en el desarrollo personal, en los objetivos vitales y en el esfuerzo por conseguir nuestras metas.

En concreto, el estudio del denominado bienestar subjetivo constituye la perspectiva hedónica. Desde esta perspectiva el estudio del bienestar supone evaluar dos componentes: el componente cognitivo y el componente emocional o afectivo (Diener, 1999; Veenhoven, 1994). El componente cognitivo hace referencia al estudio de la satisfacción vital como un juicio global sobre la vida de un individuo. El componente o bienestar subjetivo de tipo emocional está interesado en estudiar la felicidad como el balance de las emociones positivas y negativas en un marco temporal próximo de la vida de cada sujeto. Por esta razón, Rodríguez y Goñi (2011) exponen que una persona puede estar feliz con su vida y a la misma vez experimentar sensaciones inmediatas negativas. De ahí la importancia de evaluar ambas dimensiones de manera diferente.

Por su parte, la perspectiva eudaimónica se centra en el estudio del denominado bienestar psicológico, enfoque que establece “que el bienestar se encuentra en aspectos que buscan y facilitan la realización personal y el desarrollo óptimo” (Ryan y Deci, 2001, como se citó en Barrantes-Brais y Ureña-Bonilla, 2015, p.103). Asimismo, podemos distinguir diversos modelos dentro de esta perspectiva como las teorías *Top-down* donde las personas actúan ante las circunstancias según su personalidad, la percepción de la situación y los factores que se presentan (Vielma Rangel y Alonso, 2010), *Bottom-up* donde nos encontramos con las teorías humanistas de Maslow y Murray en las que la persona adquiere el bienestar cuando su necesidad ha sido satisfecha, y *el modelo multidimensional* desarrollado por Ryff donde se incluyen una serie de dimensiones dentro del bienestar psicológico como la autonomía, el dominio del ambiente o la autoaceptación (García Alandete, 2014) .

No obstante, esta revisión bibliográfica se centrará en la perspectiva hedónica y más concretamente en el estudio del bienestar subjetivo de tipo emocional, en cómo el uso de redes se relaciona con emociones o afectos positivos o negativos.

1.3.2. Evaluación del bienestar subjetivo.

El bienestar subjetivo, como se ha mencionado anteriormente, está formado por dos componentes, el cognitivo y el emocional, que hacen necesaria la evaluación de cada uno de ellos para poder obtener una valoración global del bienestar subjetivo.

Por esta razón refiriéndonos al componente cognitivo, Vinaccia et al. (2019) y Calleja y Mason (2020) establecen que la escala de satisfacción vital (SWLS) es la medida más utilizada para medir la calidad vital, la cual consta con una escala de cinco ítems y siete opciones de respuesta. Aunque también se puede destacar la Escala Multidimensional de Satisfacción con la Vida en adolescentes desarrollada por Huebner (2001, como se citó en Chavarría y Barra, 2013), la cual permite obtener información sobre la satisfacción en diversos ámbitos relevantes (familia, colegio, amigos, entorno y uno mismo).

Por otro lado, en relación con el aspecto emocional, es importante conocer en primer lugar que está formado por dos subcomponentes, el afecto positivo y el afecto negativo. Al igual que el componente cognitivo, el emocional, cuenta con una serie de instrumentos que se pueden utilizar para evaluarlo. Entre los más utilizados nos encontramos con los autoinformes como PANAS (Positive and Negative Affect Schedule) de Watson, Clark y Tellegen (1988, como se citó en Castro, 2009), que cuenta con 20 ítems para evaluar las emociones positivas, y el SPANE (positive and negative

experience) desarrollado por Diener et al. (2010, como se citó en Cassaretto y Martínez, 2017) para evaluar tanto las emociones positivas como negativas a través de una escala que cuenta con 12 ítems, seis relacionadas con las experiencias positivas (SPANE-P) y seis con negativas (SPANE-N). Otra manera de medir estas dimensiones es a través de las checklist, que se evalúan a través de varios ítems en cada una de ellas, como Multiple Affect Adjective Checklist-R de Zuckerman y Lubin (1985, citado en Castro, 2009).

Además, de los instrumentos destacados anteriormente, nos podemos encontrar estudios que utilizan otros instrumentos menos frecuentemente usados, aunque con una lógica y estructura similar, como Frequency of Experienced Emotions Scale (FEES) desarrollado por Kuppens et al. (2008, como se citó en Lin et al., 2018) y adaptado por Kong et al. (2013, como se citó en Lin et al., 2018). En esta escala los participantes tienen que medir la frecuencia con la que sienten las emociones, 6 relacionadas con los afectos positivos y 8 con los negativos, en un período de tiempo establecido, normalmente a través de una escala Likert.

La elección del instrumento de evaluación más acorde va a depender de cada estudio y/o investigación en cuestión.

1.4.El estado previo de la cuestión: El posible impacto del uso de las redes sociales en la salud mental en general y en el bienestar subjetivo en particular.

Evidentemente el uso problemático de las redes sociales puede conllevar a la aparición de la adicción o del cyberbullying que van a repercutir en la salud mental de los usuarios. De hecho, “las interacciones negativas, la comparación social frecuente y la adicción o el uso problemático a las redes sociales están relacionados con niveles más altos de depresión y ansiedad” (Seabrook et al., 2016, p.9).

Por otra parte, el uso normalizado de redes sociales ha despertado el interés de diversas investigaciones debido a sus posibles influencias en el bienestar subjetivo. Verduyn et al. (2017), en una revisión sobre el tipo de uso, concluyen que la variable de uso pasivo se asociaría con niveles inferiores de bienestar subjetivo, mientras que el uso activo de las redes sociales podría tener una posible asociación, aunque no tan clara ni tan establecida, como un mayor bienestar.

Otros estudios inciden en que son otros procesos, como el apoyo social o la comparación social, claves fundamentales para entender las relaciones entre el uso de redes y el bienestar subjetivo. Así, autores como Peris Hernández et al. (2018) y Seabrook et al. (2016) consideran que el uso de redes sociales a través del apoyo social online percibido puede incrementar el bienestar afectivo al compartir experiencias con los demás. O por el contrario, el uso de redes puede relacionarse con el desarrollo de emociones negativas, provocada por las comparaciones sociales de tipo ascendentes, que resultan dañinas al producir la devaluación de uno al sentirse inferior y poder incluso suscitar sentimientos de envidia hacia los otros por la vida que presentan en redes (Verduyn et al., 2020).

Como se puede observar todavía queda mucho por recorrer a la hora de esclarecer la naturaleza de la relación entre el uso de las redes sociales con la salud mental en general y en particular con el bienestar subjetivo. Por esta razón, el presente trabajo es una revisión singular centrada en evaluar la influencia de las distintas variables relacionadas con la experiencia de uso de redes (cuantificación del uso, tipo de uso, y procesos subjetivos) con el bienestar subjetivo de tipo emocional.

2. METODOLOGÍA.

Para dar respuesta al objetivo de este trabajo se ha realizado una revisión sistemática de la literatura, siguiendo como referencia los estándares PRISMA en el proceso metodológico: protocolo de estudio, proceso de búsqueda, selección y síntesis de los resultados (Moher et al., 2009) de estudios y/o investigaciones sobre la influencia de las redes sociales en el bienestar subjetivo emocional. En la Figura 1 se muestra la estrategia de búsqueda seguida y la selección de artículos.

2.1.Estrategia de búsqueda.

Se ha desarrollado una búsqueda de publicaciones actualizada hasta el 2020 en diversas bases de datos como Web of Science, Scopus, Elsevier, Google Académico, Dialnet, ScienceDirect, Researchgate, PubMed, Proquest Psychology Journals y SAGE Journals.

La búsqueda se ha realizado fundamentalmente en inglés. Para establecer los términos de investigación, se realizó en primer lugar, una búsqueda inicial del tema elegido en cuestión para localizar las palabras claves contenidas en el título y resumen de las publicaciones que se encontraban dentro del ámbito de estudio. A continuación, se elaboró un listado con diversos términos que debían estar presentes en el proceso de búsqueda, agrupados en dos grandes categorías: redes sociales («Online Social Network», «On-line social network», «Social NetworkSites», «Internet social networks», «Web sites social networks»), y bienestar emocional («Emotion»,«Affect», «Well-being»). La ecuación de búsqueda combina estas palabras usando dos operadores principales “AND” y “OR”.

2.2.Criterios de selección.

Para seleccionar las publicaciones válidas para esta revisión se han seguido una serie de criterios de exclusión e inclusión.

En primer lugar, en relación con los objetivos propuestos, se han incluido publicaciones que traten sobre la influencia de las redes sociales en el bienestar emocional. No obstante, sólo se han recogido aquellos que estudien la variable “tipo de uso”, “cuantificación de uso” y “procesos de tipo cognitivo-emocional, de tipo identitario y de carácter social” pues son los tres pilares temáticos fundamentales de esta revisión. Otras variables relativas a otros aspectos del uso de redes no han sido analizadas. Asimismo, se han excluido los estudios que aborden investigaciones sobre la salud mental en general, estudios centrados exclusivamente en otras perspectivas de estudio del bienestar como la eudaimónica o que solo evaluaran otras dimensiones del bienestar subjetivo como la cognitiva y se centraran exclusivamente en la evaluación de la satisfacción vital u otras medidas acerca de la calidad de vida.

En segundo lugar, se han excluido los trabajos que no fueran estudios o artículos cuantitativos con un diseño transversal, longitudinal o experimental en español o en inglés. En este sentido, en cuanto a la recogida de información, se han considerado aquellos que utilizaban instrumentos de evaluación del bienestar emocional como el SPANE P y N o PANAS u otros que sigan la misma lógica, evaluando en un marco temporal próximo un listado de distintos estados emocionales positivos y negativos, con el objetivo de tomar estos resultados como base de comparación entre las variables.

Por último, destacar que se ha dado más importancia a los artículos actuales, incluyendo estudios hasta el 2020.

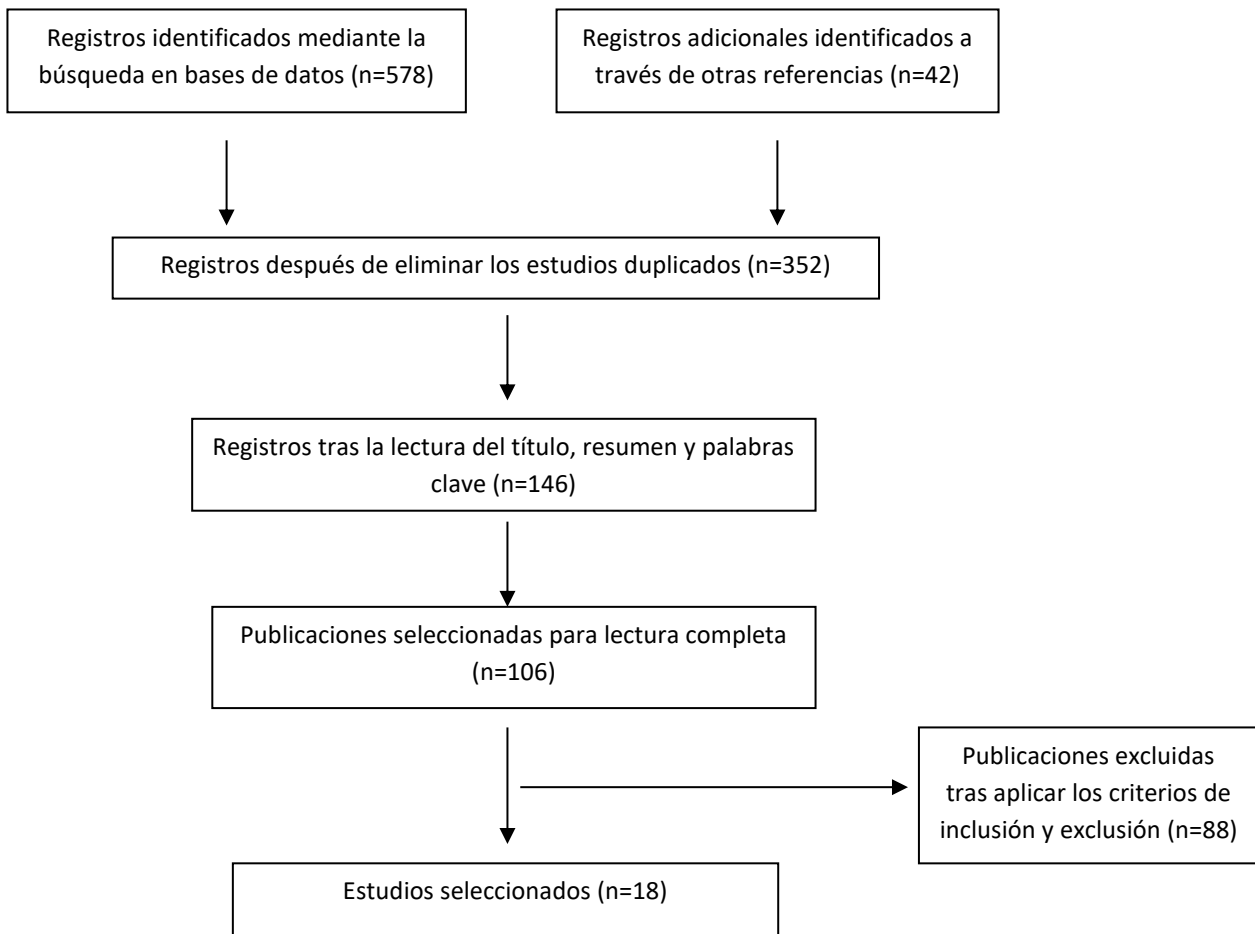
2.3.Procedimiento de selección.

El proceso de selección de estudios consta de una serie de fases descritas a continuación:

1º. PRIMERA FASE. Búsqueda inicial de información en las diversas bases de datos utilizadas o a partir de la localización de citas relevantes en estudios de revisión sistemática. Una vez recopilados los estudios, se eliminaron los duplicados.

2º. SEGUNDA FASE. Selección de los artículos considerados de interés tras la lectura del título, resumen y palabras clave.

3º TERCERA FASE. Tras la lectura completa de las publicaciones se han elegido los estudios que cumplen los criterios de inclusión.

Figura 1*Diagrama de flujo del proceso de revisión*

3. RESULTADOS.

Los resultados se han organizado en torno a los tres temas seleccionados dentro de la taxonomía de experiencia de uso de redes sociales (cuantificación de uso, tipos de uso y procesos implicados en dicho uso) y su relación con el bienestar subjetivo de tipo emocional. A su vez, se han estructurado de acuerdo a los tres diseños utilizados en las investigaciones recopiladas (transversal, longitudinal, y experimental) con la finalidad de obtener unos resultados más precisos y claros.

3.1. Cuantificación de uso y bienestar emocional.

Como se observa en la Tabla 2 (Ver anexo 2), diversos estudios investigan la posible relación entre la cuantificación del uso de redes sociales y el bienestar emocional. En este sentido, es importante tener en cuenta que el uso cuantitativo ha sido estudiado a través de diferentes constructos que podríamos simplificar como uso versus no uso; tiempo de uso; frecuencia de visitas o la intensidad de uso. Por un lado, la variable uso/no uso intenta contrastar el hecho de ser usuario o no ser usuario de forma natural o inducido experimentalmente. Por otro lado, la variable tiempo de uso, ya sea diario o semanal, puede ser medido mediante una escala Likert o de forma directa requiriendo al usuario que informe del nº de horas que como promedio pasa en una determinada red social o en las redes sociales en general. Por su parte, la frecuencia de visitas/uso donde se contabiliza, a través de una escala Likert, el nº de veces que una persona entra en una red social normalmente al día o a la semana. Por último, la intensidad de uso es un constructo más amplio que se refiere tanto al tiempo de uso como a un uso regular que constituye un hábito diario y que además se refleja en una actividad

frecuente y el tamaño de la red de contactos. La Escala de Intensidad de Ellison et al. (2007) ha sido la más utilizada.

Estudios de diseños transversales.

En el primer estudio de Shi et al. (2018) participaron 201 estudiantes universitarios (M_{edad} : 21,59) con la finalidad de observar, entre otros aspectos, cómo se asocia la frecuencia de visitas con el bienestar emocional y la satisfacción con la vida. Para ello, se utilizaron cuestionarios donde los participantes informaron de la frecuencia de visitas de sus redes sociales, y la escala SPANE (Diener et al., 2010) para evaluar el bienestar emocional. En primer lugar, no se encontró una asociación significativa entre la frecuencia de visitas y el bienestar emocional ($r=0,05$; ns). Posteriormente, el análisis de regresión evidenció que dicha variable no predijo en este caso el bienestar emocional ($\beta=0,06$; ns). Por tanto, en este estudio se evidencia que no existe una asociación ni relación significativa entre la frecuencia de visita a redes y el bienestar emocional.

En el segundo estudio de Shi et al. (2018), 208 estudiantes universitarios y trabajadores jóvenes (M_{edad} : 20,29) completaron *SNS Feature Usage Scale* (Shi et al., 2014) y la escala SPANE (Diener et al., 2010) para obtener información sobre la posible relación entre la frecuencia de visitas y el bienestar emocional, entre otros objetivos del estudio. La correlación entre ambas variables tampoco fue significativa ($r= -0,02$; ns). Por otro lado, se realizó un análisis de regresión en un primer modelo en el que se incluían las variables descritas anteriormente y en un segundo modelo en el que se consideraban además de estas variables, aspectos de la personalidad como la amabilidad o la extraversión. En este sentido, en el segundo modelo, se mostró que la frecuencia de visitas era un predictor negativo del bienestar emocional con un efecto ligeramente mayor ($\beta=-0,15^{**}$; $p<0,01$) con respecto al primer modelo ($\beta=-0,12$; $p=ns$).

Por último, el estudio realizado por **Sagioglou y Greitemeyer (2014)** pretende investigar cómo se asocia el tiempo de uso en Facebook con el bienestar emocional. En este sentido, 123 participantes (M_{edad} : 22,11) completaron una encuesta relacionada con el PANAS (Watson et al., 1988) y con el uso de Facebook (tiempo de uso promedio en minutos antes del estudio). En el análisis de las correlaciones entre las variables del estudio, se encontró que el tiempo de uso se asocia de forma negativa y significativa en el caso del afecto positivo ($r = -0,24^{**}$; $p = 0,007$). Por tanto, con estos resultados se concluye que el tiempo de uso de Facebook se asocia con un menor afecto positivo.

Estudios de diseños longitudinales.

El estudio de **Stavrova y Denissen (2020)** investiga la relación entre el uso de redes sociales y el bienestar subjetivo, a través de una muestra representativa de adultos holandeses de edades comprendidas entre los 18 y los 100 años ($n=10.398$). El estudio comprende seis oleadas con medidas anuales relacionadas con la cuantificación del uso de redes sociales (uso/ no uso; frecuencia de visitas -escala Likert-y tiempo de uso en horas) así como con el bienestar subjetivo de tipo emocional (PANAS, Watson et al., 1988). Para el análisis de los resultados a nivel interpersonal se utilizaron ANOVAS de medidas repetidas donde se observó, en promedio a lo largo de las tres olas, que las personas que usaban las redes sociales (variable uso/no uso) informaron de emociones menos positivas ($r = -0,112^{***}$; $p < 0,001$) y más negativas ($r = 0,093^{***}$; $p < 0,001$), que una mayor frecuencia de visitas a redes se correlacionó con menos emociones positivas ($r = -0,128^{***}$; $p < 0,001$) y más negativas ($r = 0,112^{***}$; $p < 0,001$) y que dedicar más horas en uso se asoció, al mismo tiempo, con menos emociones positivas ($r = -0,092^{***}$; $p < 0,001$) y más emociones negativas ($r = 0,201^{***}$; $p < 0,001$). En conclusión, el ser usuario de redes, un mayor tiempo diario de uso y una mayor frecuencia de visitas a redes se asocia significativamente con un menor bienestar emocional. No obstante, a nivel intrapersonal, los datos no muestran apoyo a la hipótesis de que un menor bienestar subjetivo predispone a las personas a un mayor uso de las redes sociales.

Estudios de diseños experimentales.

En primer lugar, el estudio experimental desarrollado por **Vanman et al. (2018)** pretende estudiar la variable “uso versus no uso de Facebook” para observar cómo influyen estas condiciones experimentales en el bienestar subjetivo y en el estrés. La recogida de información se realizó en dos momentos a 138 usuarios de Facebook (18-40 años). En la primera sesión, se completaron los cuestionarios, en concreto con el bienestar subjetivo emocional se utilizó el PANAS (Watson et al., 1988). Posteriormente, fueron asignados a dos grupos con instrucciones distintas (usar Facebook y no usar Facebook durante cinco días) para luego volver a ser evaluados a los 5 días. En los análisis en tiempo 1 previo al experimento, no se encontró una asociación significativa entre las horas diarias en Facebook (variable tiempo de uso) y el bienestar emocional (con afecto positivo $r=0,13$; con afecto negativo $r=0,17$). No obstante, resulta interesante destacar que tener una red de amigos amplia se asoció con un mayor afecto positivo ($r=0,18^*$; $p<0,05$) y con más horas diarias en Facebook ($r=0,25^{**}$; $p<0,01$). Finalmente, en la comparación entre ambos grupos con análisis de varianzas (ANOVAS), no se encontró un efecto significativo del uso o no uso de redes en el bienestar emocional. Es de destacar que este estudio a nuestro juicio mezcla cohortes de edad muy distintas entre sí, jóvenes con adultos, y no analiza los efectos por grupos de edad.

En segundo lugar, el estudio desarrollado por **Tromholt (2016)** pretende identificar si la condición “uso versus no uso” afecta al bienestar cognitivo y emocional de los usuarios (PANAS, Watson et al. 1988). Para ello, se agruparon 1095 participantes (M_{edad} : 34 años) en dos grupos: grupo experimental (abandonar Facebook durante una semana) y grupo control (seguir usando la red social) y respondieron al mismo cuestionario en línea antes y después del experimento. Los resultados del ANOVA muestran que el grupo control que seguía usando esta red social durante esa semana informó de un menor bienestar emocional en comparación con el grupo experimental ($t=1,22^{***}$, $p<0,001$). Por otro lado, este autor también hace referencia a la intensidad de uso (Escala de Intensidad de Ellison et al., 2007) como variable moderadora entre la relación de uso/no uso y el bienestar subjetivo. En este sentido, se establecieron tres niveles de intensidad (*Light, Medium, Heavy Facebook*) donde se observa que el efecto de descansar de Facebook en el bienestar emocional fue mayor para los usuarios habituales ($t=0,08^{***}$; $p<0,001$). Este estudio parece evidenciar un efecto positivo y significativo del dejar de usar redes sociales en el caso de adultos.

En tercer lugar, el estudio realizado por **Vally y D’Souza (2019)** persigue estudiar el efecto de no usar las redes sociales durante un tiempo determinado en el bienestar subjetivo, soledad y estrés percibido de 78 estudiantes (18-27 años). En primer lugar, se realizó una primera evaluación del uso de redes sociales, y entre otras variables del bienestar subjetivo (PANAS, Watson et al., 1988; SWLS, Satisfacción Vital de Diener). Posteriormente, los participantes fueron organizados en dos grupos: no uso de las redes sociales durante 7 días (grupo experimental) y uso de las redes sociales de manera habitual (grupo control). Tras el ANOVA correspondiente, se observó que, en comparación con el grupo control, las personas que dejaron de usar la red social durante este periodo de tiempo reportaron un menor bienestar afectivo ($F(1,75) = 5,976$, $p < 0,05$, $\eta_p^2 = 0,07$). Este estudio concluye, al contrario del anterior, que dejar de usar las redes sociales en el caso de jóvenes disminuye el bienestar subjetivo de tipo emocional,

Síntesis de los resultados.

Los estudios transversales arrojan ciertas evidencias de tipo mixto. En concreto, el estudio primero de Shi et al. (2018) arroja ciertos resultados mixtos respecto a la asociación entre la frecuencia de visitas y el bienestar emocional, aunque al final encuentra un cierto efecto de una mayor frecuencia de visitas en la disminución del bienestar emocional. Sin embargo, el estudio de Sagioglou y Greitemeyer (2014) sí encuentra una asociación claramente significativa entre un mayor tiempo de uso y un menor bienestar emocional.

Es de destacar cómo el estudio longitudinal de Stavrova y Denissen (2020) clarifica cómo un mayor tiempo diario de uso y una mayor frecuencia de visitas en el tiempo se asocia

significativamente con un menor bienestar emocional, aunque no de forma inversa. En todo caso, existe una asociación débil entre dichas variables de cuantificación de uso y el bienestar emocional por los tamaños del efecto encontrados.

Finalmente, los estudios experimentales mirados en su conjunto (Tromholt 2016; Vally y D'Souza; y Vanman et al., 2018) parecen evidenciar que el uso versus no uso afecta de forma diferencial en el bienestar emocional según la cohorte de edad, teniendo un efecto positivo el dejar de usar las redes por parte de los adultos, mientras que dicho efecto es negativo en el caso de los más jóvenes.

3.2. Tipos de uso y bienestar emocional.

Las diversas actividades que pueden realizar los usuarios en las redes sociales se agrupan en torno a dos grandes categorías: uso activo y pasivo (Ver tabla 3, Anexo 3).

Según Verduyn et al. (2017), el uso activo hace referencia a aquellas actividades que permiten el intercambio directo con otras personas. A su vez, dentro de esta categoría, se han distinguido subtipos (Pertegal et al., 2019): uso activo interactivo-comunicativo que se produce entre usuarios concretos (dar “likes” y comentar las publicaciones de otro...) y uso activo productivo que ocurre cuando se publican contenidos que van dirigidos a toda la red de amigos (publicación de fotos, actualizaciones de estado...). Por otro lado, se encuentra el uso pasivo que incluye actividades relacionadas con el seguimiento de la vida de otras personas sin participar en intercambios con ellos. A diferencia del uso activo, este tipo de uso ha sido estudiado principalmente de manera general.

Estudios de diseños transversales.

Por un lado, el estudio desarrollado por **Lin et al. (2018)** persigue investigar si el uso pasivo de las redes sociales se relaciona negativamente con el bienestar subjetivo y si la claridad del autoconcepto puede actuar como mediadora entre ambas variables. La información fue recogida a través de encuestas realizadas a 328 adultos (18-30 años), donde se evaluaba entre otras variables, el tipo de uso de redes, el autoconcepto, y el componente cognitivo y emocional del bienestar subjetivo (FEES, Kuppens et al., 2018). En las regresiones realizadas, se encontró que el uso pasivo de las redes sociales predice de manera negativa el bienestar subjetivo en general, incluido también el bienestar emocional ($\beta = -0,26^{***}$; $p < 0,001$).

Por otro lado, en el segundo estudio realizado por **Shi et al. (2018)**, además de estudiar la variable “frecuencia de visitas”, estos autores se interesan al mismo tiempo, por la relación entre dos tipos de uso (el uso activo productivo y el uso activo interactivo-comunicativo) con el bienestar subjetivo. Para ello, 208 adultos jóvenes ($M_{\text{edad}}: 20,29$) completaron una escala sobre la frecuencia de actividades realizadas en redes para determinar los tipos de uso (*SNS Feature Usage Scale*, Shi et al., 2014) y la escala SPANE (Diener et al., 2010) para evaluar el bienestar subjetivo de tipo emocional. Los análisis preliminares no mostraron correlaciones significativas entre ambos tipos de uso activo y el bienestar emocional (interactivo-comunicativo $r=.04$; uso productivo $r=.05$; ns). En las posteriores regresiones, tanto el uso activo interactivo-comunicativo ($\beta= 0.07$; ns) como el uso activo productivo ($\beta= 0.07$; ns) no predijeron el bienestar emocional. Dicho estudio no arroja para esta revisión una evidencia acerca de la influencia efectiva del uso activo en el bienestar emocional.

Por último, el trabajo desarrollado por **Ding et al. (2017)** persigue establecer la relación entre el uso pasivo de las redes sociales y el bienestar subjetivo considerando la envidia y el género como posibles variables mediadoras. En este sentido, 707 estudiantes universitarios ($M_{\text{edad}}=19,06$) respondieron a cuestionarios sobre el uso pasivo de las redes sociales, la envidia y el bienestar subjetivo, en concreto utilizaron SPANE (Diener et al. 2010) para evaluar el bienestar emocional. En el análisis de las correlaciones entre las variables del estudio, es de destacar cómo el uso pasivo de las redes sociales se asocia negativamente con el bienestar subjetivo ($r = - 0,15^{***}$; $p < 0,001$) y, por tanto, en parte con el bienestar emocional. Además, en los resultados se observa que el uso pasivo de

las redes sociales predice negativamente el bienestar subjetivo y, por ende, el bienestar emocional ($\beta = -0,09^{**}$; $p < 0,01$).

Estudios de diseños longitudinales.

La investigación realizada por **Wang et al. (2017)** persigue comprobar si el uso pasivo de las redes sociales durante un tiempo determinado se relaciona de manera negativa con el bienestar subjetivo de los usuarios y evalúa también si se da el efecto inverso entre bienestar subjetivo previo y uso pasivo posterior. En este sentido, se realizó un estudio de dos oleadas (diciembre de 2015-diciembre de 2016) con participantes universitarios chinos (N=350 en el tiempo 1, N=265 en el tiempo 2). Se utilizaron instrumentos para medir el uso activo y pasivo de redes sociales, la Satisfacción Vital y los afectos positivos y negativos (PANAS, Watson et al. 1988). De esta manera, los resultados muestran que el uso pasivo en el tiempo 1 predice significativamente el bienestar subjetivo en el tiempo 2 ($\beta = -0,11^{*}$; $p < 0,05$) y que el bienestar subjetivo en el tiempo 1 tuvo un efecto significativo en el uso pasivo de las redes sociales en el tiempo 2 ($\beta = -0,165^{***}$; $p < 0,001$). Por tanto, podemos concluir que sea un efecto recíproco, en el sentido de que el uso pasivo de las redes sociales disminuye el bienestar emocional, y cómo un menor bienestar emocional previo predice, lleva a un mayor uso pasivo de las redes.

Por otro lado, **Verduyn et al. (2015)** en un **segundo estudio** longitudinal de muestreo de experiencias diarias – un cuasi experimento- sobre el uso de Facebook y la posible influencia del tipo de uso habitual en el bienestar emocional a corto plazo. En este caso, el estudio cuenta con tres fases donde participaron 89 estudiantes. En la primera fase, los participantes respondieron cuestionarios relacionados el uso de redes, la satisfacción vital, la depresión, la soledad, la autoestima, entre otros. En la segunda fase, los participantes recibieron cinco mensajes de texto al día durante seis días consecutivos que les conducían a cuestionarios sobre el bienestar afectivo, la soledad, el tipo de uso y las interacciones sociales. Por último, en la fase 3, completaron otro set de cuestionarios y se registró el número de amistades y las actualizaciones del estado que se habían producido durante el experimento. De esta manera, los resultados muestran que el tipo de uso pasivo habitual predice un menor bienestar emocional ($\beta = -0,05^{*}$; $p < 0,05$). Sin embargo, no se encontraron resultados significativos en relación con el uso activo habitual ($\beta = 0,02$; ns). A su vez, el bienestar afectivo no predice el uso pasivo habitual de Facebook en el tiempo ($\beta = -0,06$; ns). Es decir, concluyen que los usuarios de Facebook no harán un uso pasivo de la red social dependiendo de cómo se sientan.

Estudios de diseños experimentales.

En el **primer estudio** desarrollado por **Verduyn et al. (2015)** se pretende investigar si el tipo de uso de Facebook influye de manera negativa en el bienestar subjetivo. Para ello, 80 estudiantes se organizaron en dos grupos (condición uso activo y uso pasivo) durante 10 minutos y respondieron cuestiones relacionadas con el uso de Facebook, el bienestar emocional (instrumento ad hoc sobre estados emocionales negativos y positivos) la satisfacción vital en tres tiempos: antes del experimento, después de la manipulación y al final de la jornada. El análisis de varianza (ANOVA) de los resultados muestra que no hubo efectos de las condiciones de uso activo y uso pasivo en el bienestar emocional justo tras la manipulación, sin embargo, sí se encontraron asociaciones significativas entre el grupo de uso pasivo y el bienestar emocional al final del día ($t(126) = 3,07$, $p < 0,01$, 95% CI [16.78, 3.66]). Por tanto, se concluye que el uso pasivo de Facebook puede acabar produciendo producir emociones más negativas a corto plazo.

Síntesis de los resultados.

La colección de estudios en este caso sí aporta una visión más clara sobre la relación entre los tipos de uso de las redes sociales y el bienestar emocional. Los estudios de carácter transversal (Ding et al., 2017; Lin et al., 2018; Shi et al., 2018) ya nos hacían intuir que existía una asociación significativa entre un mayor uso pasivo y un menor bienestar emocional, asociación que no se encontraba, sin embargo, entre un mayor uso activo y un mayor bienestar emocional. Por su parte las investigaciones longitudinales (Verduyn et al., 2015; Wang et al., 2017) confirman cómo un uso más

pasivo de las redes predice en el tiempo una disminución del bienestar emocional. Finalmente, el estudio experimental de Verduyn et al. (2015) confirma cómo la condición de uso pasivo tiene un efecto a corto plazo de provocar mayores emociones negativas en los usuarios al final de la jornada. Para terminar, encontramos un punto de discrepancia en el sentido de la relación inversa que podría deberse a que ambas muestras pertenecen a culturas distintivas. Mientras que Verduyn et al. (2015) no encuentra en muestra holandesa que un menor bienestar afectivo lleve con el tiempo a un mayor uso pasivo de las redes, en el caso de Wang et al. (2017) con una muestra de universitarios chinos encuentra que un menor bienestar emocional previo conduce a un mayor uso pasivo de las redes a corto plazo.

3.3. Procesos y bienestar emocional.

Como se señala en la tabla 4 (Ver Anexo 4), este último apartado abarca los tres temas de la taxonomía que podremos englobar como procesos subjetivos implicados en el uso de redes. En esta línea es importante señalar que dentro de los procesos nos podemos encontrar con diversas categorías: de tipo cognitivo-emocional fundamentalmente relacionado con la comparación social en redes, de tipo identitario, referido a la autorrevelación o las estrategias de presentación de uno mismo en redes, y de tipo social que agruparía posibles beneficios del uso de redes como: al apoyo social online, sentido de conexión, calidad de las relaciones, popularidad o la preferencia por la comunicación online propia del tipo de uso compensatorio.

Estudios de diseños transversales.

En primer lugar, en relación con **los procesos cognitivo-emocionales**, tenemos tres estudios que abordan dichas variables. El primer estudio es el realizado por **Wang et al. (2017)** que investiga acerca de las comparaciones sociales, la autoestima y el bienestar subjetivo. Los participantes (17-24 años) realizaron encuestas sobre el uso pasivo de las redes sociales, la orientación de la comparación social (Gibbons y Buunk, 1999), la comparación social ascendente (Buunk et al. 1990), la autoestima y el bienestar subjetivo, en concreto utilizaron el PANAS (Watson et al., 1988) para el bienestar afectivo. Los resultados muestran, en primer lugar que, el bienestar subjetivo se correlaciona de manera negativa y significativa con la comparación social ascendente ($r=-0,14^{**}$; $p<0,01$) y por tanto, en parte con el bienestar emocional. Por otro lado, otros datos interesantes recogidos en este estudio es que el uso pasivo de las redes sociales predijo de forma significativa la comparación social ascendente ($\beta=0,09^{**}$; $p<0,01$).

El segundo estudio a señalar es el estudio de **Ding et al. (2017)**, mencionado anteriormente, donde 707 estudiantes universitarios respondieron a cuestionarios relacionados con la envidia, el uso pasivo de las redes sociales y el bienestar subjetivo. En este sentido, análisis preliminares muestran que la envidia se correlaciona negativamente con el bienestar subjetivo ($r=-0,42^{***}$; $p<0,001$) y, por ende, con el bienestar emocional. A su vez, análisis de regresiones establecieron que la envidia predijo un menor bienestar subjetivo ($\beta=-0,52^{***}$; $p<0,001$) y, por tanto, una disminución de las emociones positivas y un aumento de las negativas.

El tercer estudio desarrollado por **Meier y Schafer (2018)** pretende investigar acerca del uso de redes en relación a las comparaciones sociales, la envidia y la inspiración. Para ello, invitaron a 385 usuarios en Instagram (18-52 años) y utilizaron instrumentos de evaluación como la Escala de Comparación Social de Facebook adaptada a Instagram (Steers et al., 2014), la Escala de Inspiración (Thrash y Elliot, 2003), PANAS (Watson et al., 1988) y *The Benign and Malicious Envy Scale* (Lange y Crusius, 2015). En los análisis preliminares de las correlaciones, se observó que la envidia maligna se asoció significativamente con mayores emociones negativas ($r=0,17^{**}$; $p<0,01$). Posteriormente, se realizaron análisis de regresiones donde la inspiración tuvo un efecto positivo con las emociones positivas ($\beta=0,17^{**}$; $p<0,01$), pero no en las emociones negativas ($\beta=-0,09$; ns). Por último, se observó que la comparación social no se asocia con el afecto positivo ($r=-0,04$; ns) ni con el afecto negativo ($r=0,09$; ns). No obstante, se debe destacar que se produce un efecto entre la comparación

social en redes y el afecto positivo cuando está mediada por la envidia benigna y la inspiración ($\beta = 0,04^*$; $p < 0,05$).

Por último, en relación con los **procesos de tipo identitario**, encontramos el trabajo realizado por **Wang et al. (2018)** incluye a 621 estudiantes (18-28 años) con el objetivo de comprobar si la autorrevelación online se comporta como una variable moderadora entre el afecto y la satisfacción vital. En este sentido, los participantes completaron cuestionarios relacionados con el bienestar emocional (SPANE, Diener et al., 2010), la Satisfacción Vital y la autorrevelación online (Schouten, Valkenburg y Peter, 2007). En el análisis de las correlaciones entre variables, se muestra que la autorrevelación online se asocia significativamente de forma positiva con el afecto positivo ($r = 0,234^{**}$; $p < 0,01$) y con el afecto negativo ($r = 0,134^{**}$; $p < 0,01$). En este sentido, el estudio concluye que los usuarios con emociones negativas buscan autorrevelarse de más para reclamar el apoyo social que necesitan.

Estudios de diseños longitudinales.

Por un lado, en cuanto a los **procesos de tipo identitario**, el trabajo desarrollado por **Reinecke y Trepte (2014)** investiga la relación entre la presentación de uno mismo basado en la autenticidad en las redes sociales y el bienestar subjetivo de los usuarios, a través de un estudio longitudinal de dos olas (octubre de 2010 - abril de 2011) con 374 participantes ($M_{\text{edad}} = 26$ años). Para medir estas variables se utilizaron los siguientes instrumentos: PANAS, SWLS de Diener e Integrated Self-Discrepancy Index (Hardin y Lakin, 2009). Tras el análisis de los resultados, se concluye que hubo un efecto recíproco entre la autenticidad en las redes sociales y el bienestar emocional positivo: la autenticidad en T1 tiene un efecto longitudinal positivo sobre las emociones positivas en T2 ($\beta = 0,10^*$; $p < 0,05$) así como el bienestar emocional positivo en T1 produce una influencia longitudinal positiva en la autenticidad en T2 ($\beta = 0,10^*$; $p < 0,05$). Estos resultados conducen a la conclusión de que los usuarios con menos emociones positivas, tendrán más dificultades para ser auténticos que los que presentan mayores niveles de afecto positivo. Por otro lado, en relación con el afecto negativo, este estudio demuestra que se vuelve a producir un efecto recíproco entre la autenticidad en redes sociales y el bienestar emocional negativo: efecto longitudinal negativo de la autenticidad en T1 sobre las emociones negativas en T2 ($\beta = -0,09^*$; $p < 0,05$) así como las emociones negativas en T1 influyeron negativamente sobre la autenticidad de T2 ($\beta = -0,10^*$; $p < 0,05$). Estos resultados nos muestran que la autenticidad percibida influye positivamente en el bienestar emocional disminuyendo el afecto negativo. No obstante, los usuarios que presentan un mayor nivel de afectos negativos tendrán más problemas para sentirse auténticos en las redes sociales.

Por otro lado, en relación con los **procesos de tipo social**, la investigación abordada por **Oh et al. (2014)** pretende estudiar las relaciones que se establecen entre las interacciones de apoyo, el afecto, la satisfacción vital y el sentido de la comunidad tras el uso de las redes sociales. Para ello, 339 participantes (12-81 años) completaron un diario durante 5 días donde registraban su primera sesión de redes sociales cada noche e informaban sobre el tipo de actividades realizadas, el apoyo social intercambiado (Lista de Evaluación de Apoyo Interpersonal, ITSEL, Eastin y LaRose, 2005) y las emociones experimentadas (PANAS, Watson et al., 1988). El análisis preliminar de correlaciones muestra que la cantidad de interacción de apoyo percibida se relaciona con experimentar emociones positivas después de la interacción ($r = 0,32$; $p < 0,001$) pero no con el afecto negativo ($r = 0,01$, NS). A su vez, un análisis multinivel señaló que la cantidad de interacción de apoyo predice el afecto positivo, a nivel intrapersonal ($\beta = 0,10^{***}$; $p < 0,001$). Por tanto, el apoyo social aumenta las emociones positivas después de la interacción, pero no disminuye las negativas.

Estudios de diseños experimentales.

En relación con los **procesos de tipo cognitivo-emocional**, se encuentra el primer estudio de **Choi y Kim (2020)** donde se investiga el contagio emocional que puede producirse en la red social Instagram. Con ese fin, 133 universitarios ($M_{\text{edad}} = 23,62$) respondieron un cuestionario inicial sobre la felicidad, la autoestima e información demográfica y uso de redes. Posteriormente, iniciaron sesión

en Instagram y eligieron una cuenta con características similares a ellos (mismo género y edad) donde tenían que visualizar y calificar las diez primeras publicaciones. Al finalizar, los participantes respondieron un cuestionario sobre el bienestar emocional (SPANE et al., 2010) y el bienestar cognitivo. Tras el análisis de los resultados, se observa que la visualización de publicaciones positivas produce un mayor afecto positivo ($b = 0,23$; $t = 1,89$; $p = 0,06$) y menos afectos negativos ($b = -0,27$; $t = -2,05$; $p = 0,04$).

Síntesis de los resultados.

Por último, los estudios recopilados proporcionan una imagen clara de los procesos subjetivos implicados en el uso de redes que pueden influir el bienestar emocional. Por un lado, se encuentra la comparación social ascendente que conduce a emociones negativas propias de la devaluación personal, a la vez que provoca sentimientos de envidia entre los usuarios y por ende, a un menor bienestar emocional (Wang et al. 2017; Ding et al., 2017; Meier y Schafer, 2018). Por otro lado, hay otros procesos subjetivos que inciden de manera positiva en el bienestar emocional, como la inspiración (Meier y Schafer, 2018), el contagio emocional positivo (Choi y Kim, 2020), la autorrevelación (Wang et al., 2018), la autenticidad en la presentación de uno mismo en redes (Reinecke y Trepte, 2014) y el apoyo social (Oh et al., 2014). En conclusión, el efecto positivo o negativo del tipo de uso que se hace las redes, depende para su comprensión el considerar los procesos subjetivos implicados en el uso de redes que expliquen el impacto en el bienestar emocional de los usuarios.

4. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES.

En primer lugar, la **cuantificación de uso** es un tema necesario de abordar dentro de las redes sociales, dadas sus posibles implicaciones con el bienestar emocional. Las evidencias empíricas encuentran una cierta asociación en general tanto de un mayor tiempo de uso como una mayor frecuencia de visitas a las redes con un menor bienestar emocional. No es de extrañar encontrar dicha asociación, aunque de tamaño relativo, especialmente entre los jóvenes, ya que dichos indicadores se asocian claramente con un uso problemático y adictivo de las redes, que estaría detrás de dicha asociación. Aunque no siempre un uso intensivo es inadecuado, ya que también hay usuarios que se benefician emocional y socialmente de un uso activo comunicativo y productivo de las redes.

Mención especial merece la variable uso versus no uso. Por un lado, hay que destacar que estudios como Vanman et al. (2018) podrían llevar a la idea simple de que usar las redes puede producir un menor bienestar emocional en una muestra mixta comprendida tanto por jóvenes como adultos. Sin embargo, el efecto de ser usuario puede tener un sentido distintivo según la cohorte de edad. Parece que el estudio de Tromholt (2016) confirma dicho efecto negativo en el bienestar emocional en el sentido de para ellos el tiempo dedicado a las redes sociales sustituye a la comunicación cara a cara, conduciendo a una posible disminución de las emociones al perder calidad en la comunicación interpersonal. Además, estos sentimientos negativos pueden verse incrementados cuando los usuarios consideran que han perdido el tiempo en los entornos virtuales (Sagioglou y Greitemeyer, 2014). Sin embargo, el estudio de Vally y D'Souza (2019) establece que el abandono de la red social lleva a un menor bienestar emocional en el caso de los jóvenes, por lo que esta evidencia podría suponer que el contexto offline y online en el caso de ellos están tan superpuestos y conectados, que el abandono temporal del uso de redes influiría en su bienestar emocional, probablemente también porque supondría perder ciertos beneficios derivados de su uso como mantener y reforzar contactos que se relacionarían con otra fuente de apoyo social, en este caso online en sus vidas, a través de la retroalimentación positiva que reciben a sus publicaciones y a su autorevelación online (Appel et al., 2020).

En segundo lugar, es importante destacar que estas plataformas digitales ofrecen una amplia gama de actividades que pueden impactar de distinta forma en las emociones de los usuarios. Revisiones previas (Verduyn et al., 2021) establecen que esta influencia será positiva o negativa dependiendo del **tipo uso** que se realice de las mismas (uso pasivo versus uso activo). En este sentido,

los estudios analizados en este trabajo parecen mostrar claramente que el uso pasivo de las redes sociales influye negativamente en el bienestar emocional (Lin et al., 2018; Ding et al., 2017; Wang et al., 2017; Verduyn et al., 2015). Esta asociación negativa podría ser consecuencia, según Verduyn, Ybarra, Résibois et al. (2017, mencionado en Verduyn et al., 2021) y Schmuck et al. (2019), de las comparaciones sociales dañinas y los sentimientos de envidia e inferioridad que se originan en este tipo de uso al seguir de forma posible la vida idealizada en redes de otros usuarios. De manera contraria, según Andreassen (2015, mencionado en Verduyn et al., 2021) el uso activo de las redes sociales implicaría una interacción activa entre los usuarios, repercutiendo en posibles beneficios de tipo social como el apoyo social o la sensación de conexión social (Pertegal et al., 2019) que podría influir positivamente en el bienestar emocional. No obstante, es necesario señalar que en el presente trabajo no se ha encontrado una asociación consistente entre este tipo de uso y el bienestar emocional (Verduyn et al., 2015; Shi et al., 2018). Consideramos que futuros estudios tendrán que aislar y comprobar qué tipo de uso activo, especialmente si se trata de un uso comunicativo, pudiera producir efectos positivos en el bienestar emocional, aunque fuera a medio plazo.

Por último, para concluir sobre los **procesos subjetivos** implicados en el uso de redes sociales y el bienestar emocional, se ha considerado como referencia el modelo de doble ruta de Verduyn et al. (2017). Por un lado, nos encontramos con la ruta positiva que señala el apoyo social online percibido “bonding social capital” y la conexión social “bridging social capital” como principales mediadores de los efectos positivos de las redes sociales. Así pues, Verduyn et al. (2017) piensan que las redes sociales son el entorno idóneo para establecer una red de contactos amplia donde se puede buscar y suministrar apoyo social (Liu et al., 2019; Oh et al., 2014). Asimismo, la autorrevelación y la autenticidad en redes requieren especial mención por sus posibles repercusiones en el bienestar subjetivo emocional. De este modo, Wang et al. (2018) concluyen en su estudio que las personas con un menor bienestar emocional buscan autorrevelarse de más para reclamar el apoyo social que necesitan. Este fundamento está asociado en parte, con las aportaciones de Kim y Lee (2011, mencionado en Verduyn, 2017) donde se sugiere que la autorrevelación mediada por el apoyo social percibido tiene un impacto positivo en el bienestar subjetivo, pero únicamente cuando el usuario es auténtico en su autopresentación (Reinecke y Trepte, 2014).

Por otro lado, en la otra cara de la moneda, nos encontramos con la ruta negativa donde la comparación social ascendente (Wang et al. 2017) y la envidia (Meier y Schafer, 2018; Ding et al., 2017) se relacionan con un menor bienestar subjetivo. Las personas además de relacionarse con los demás, tienen la tendencia de autoevaluarse, comparándose así mismos con otras personas (Verduyn et al., 2017). En este sentido, esta comparación social puede ser de tipo ascendente cuando el usuario se siente inferior al resto, produciendo incluso situaciones de envidia y repercutiendo negativamente en el bienestar emocional, o por el contrario, descendente cuando el usuario se siente superior al resto, aumentando así sus emociones positivas. Sin embargo, es de destacar que no todos los usuarios están orientados a compararse con otros y a que el resultado de la comparación social de tipo ascendente les conduzca a la envidia, hay otras emociones positivas que pueden ser resultados de dicha comparación, como es el caso de la inspiración o el contagio emocional positivo, detallada en algunos estudios seleccionados (Meier y Schafer, 2018; Choi y Kim, 2020).

En resumen, esta revisión sistemática nos aporta una posible aclaración de cómo pueden influir las redes sociales en el bienestar subjetivo emocional: más allá de la cantidad de uso, importa el cómo, el modo de uso, en ese sentido, el uso pasivo es la variable clave. En concreto, el uso pasivo de las redes sociales puede conducir a participar en procesos sociales desfavorables como la comparación social ascendente e influyendo negativamente en las emociones. En cambio, si se hace un uso adecuado, un uso activo de tipo comunicativo para reforzar las relaciones preexistentes en el contexto offline, estas plataformas pueden aprovecharse como un medio para un mayor apoyo y conexión social, favoreciendo nuestro bienestar emocional, aunque dichos cambios sean más a medio plazo.

Para finalizar, reseñar que el presente estudio no está exento de limitaciones. En primer lugar, dadas las limitaciones de extensión, esta revisión sistemática recopila solo los bloques temáticos de experiencia de uso considerados más relevantes a nuestro juicio. No obstante, esto nos ha llevado a dejar de lado otras áreas temáticas que también pueden influir en el bienestar subjetivo emocional de los usuarios. En segundo lugar, se debe tener en cuenta que la mayoría de los estudios recopilados son transversales, ofreciendo unos resultados con menor solidez que los estudios con diseños longitudinales donde se tienen en cuenta las consecuencias a lo largo del tiempo y/o estudios experimentales donde se permite separar la causa del efecto (Verduyn et al., 2017).

Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, el presente trabajo puede servir de punto de partida a modo de posibles hipótesis para aquellos investigadores tanto del ámbito de la comunicación como de la educación interesados en el uso de las redes sociales. Además, se puede utilizar como una guía informativa para aquellas personas que deseen obtener una visión general acerca de los riesgos y/o beneficios de las redes sociales en su bienestar emocional.

Líneas de actuación futuras.

Estudios futuros podrían estar dirigidos a investigar específicamente las variables que no han sido consideradas en este trabajo y que pueden resultar interesantes por sus posibles implicaciones con el bienestar subjetivo emocional de los usuarios como motivaciones de uso, estrategias diferentes de presentación de uno mismo en redes u otros resultados emocionales positivas del uso de redes como la inspiración, simpatía, compasión, etc. Además, con el objetivo de obtener una visión más amplia en este campo, se podrían incluir ambos componentes del bienestar, así como todas las plataformas sociales consideradas relevantes por su cantidad de usuarios, ya que la mayoría de los estudios hasta la fecha siguen centrados en el uso de Facebook, y se requiere una investigación más específica e intensiva de otras redes de mayor uso entre los más jóvenes como Instagram, Snapchat o TikTok. Por último, sería interesante focalizar las investigaciones en cómo pueden influir las diferentes culturas en el tipo de uso de las redes y, por tanto, en sus repercusiones en el bienestar subjetivo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.

- Appel, M., Marker, C. y Gnamb, T. (2020). Are Social Media Running Our Lives? A Review of Meta-Analytic Evidence. *Review of General Psychology*, 4 (1), 60-74. <https://doi.org/10.1177/1089268019880891>
- Barrantes-Brais, K y Ureña-Bonilla, P (2015). Bienestar psicológico y bienestar subjetivo en estudiantes universitarios costarricenses. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 17 (1), 101-123. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80242935006>
- Blanco, A. y Díaz, D. (2005). El bienestar social: su concepto y medición. *Psicothema*, 17 (4), 582-589.
- Calleja, N y Mason T.A. (2020). Escala de Bienestar Subjetivo (EBS-20 y EBS-8): Construcción y Validación. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación*, 2 (55), 185-201. <https://doi.org/10.21865/RIDEP55.2.14>
- Cassaretto Bardales, M., Martínez Uribe, P. (2017). Validación de las escalas de bienestar, de florecimiento y afectividad. *Pensamiento Psicológico*, 15 (1). 19-31. <https://doi:10.11144/Javerianacali.PPSI15-1.VEFA>
- Castro Solano, A. (2009). El bienestar psicológico: cuatro décadas de progreso. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 66 (23,3), 43-72. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=27419066004>
- Chavarría, M.P. y Barra, E. (2013). Satisfacción vital en Adolescentes: Relación con la Autoeficacia y el Apoyo Social Percibido. *Terapia psicológica*, 32 (1), 41-46. <https://doi.org/10.4067/S0718-48082014000100004>

- Choi, S y Kim, E.M. (2020). Between Instagram browsing and subjective well-being: Social comparison or emotional contagion?. *Media Psychology*, 1-25. <https://doi.org/10.1080/15213269.2020.1824120>
- Ding, Q., Zhang, Y. X., Wei, H., Huang, F., & 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>
- García Alandete, J (2014). Psicología positiva, bienestar y calidad de vida. *En-Claves del Pensamiento*, 8 (16), 13-29. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=141132947001>
- Hütt Herrera, H. (2012). Las redes sociales: Una nueva herramienta de difusión. *Rev. Reflexiones* 91(2), 121-128.
- Lin, S., Liu, D., Liu, W., Hui, Q., Cortina, K.S. y You, X. (2018). Mediating effects of self-concept clarity on the relationship between passive social network sites use and subjective well-being. *Current Psychology*, 40, 1348-1355. <https://doi.org/10.1007/s12144-018-0066-6>
- Liu, D., Baumeister, R.F., Yang, C. y Hu, B. (2019). Digital Communication Media Use and Psychological Well-Being: A Meta-Analysis, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 24 (5), 259–273. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmz013>.
- Meier, A., & Schafer, S. (2018). The Positive Side of Social Comparison on Social Network Sites: How Envy Can Drive Inspiration on Instagram. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 21 (7), 411-417. <https://doi.org/10.1089/cyber.2017.0708>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D.G., & The PRISMA Group (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA Statement. *BMJ*, 339, b2535. <https://doi.org/10.1136/bmj.b2535>
- Oh, H.J., Ozkaya, E., & LaRose, R. (2014). How does online social networking enhance life satisfaction? The relationships among online supportive interaction, affect, perceived social support, sense of community, and life satisfaction. *Computers in Human Behavior*, 20, 69-78. <http://dx.doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.053>
- Peris Hernández, M., Maganto Mateo, C. y KortabarriaKortazar, L. (2018). Escala de sentimientos y emociones en las redes sociales e internet (SERSI): Fiabilidad y validez. *European j investiga*, 8 (3), 143-155. <https://doi.org/10.30552/ejihpe.v8i3.274>
- Pertegal, M.A., Oliva, A. y Rodríguez Meirinhos, A. (2019). Revisión sistemática del panorama de la investigación sobre redes sociales: Taxonomía sobre experiencias de uso. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (60), 81-91. <https://doi.org/10.3916/C60-2019-XXXXXX>
- Reinecke, L. y Trepte, S. (2014). Authenticity and well-being on social network sites: A two-wave longitudinal study on the effects of online authenticity and the positivity bias in SNS communication. *Computers in Human Behavior*, 30, 95–102. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.07.030>
- Rodríguez Fernández, A y Goñi Grandmontagne, A. (2011). La estructura tridimensional del bienestar subjetivo. *Anales de psicología*, 27 (2), 327-332.
- Sagioglou, C y Greitemeyer, T (2014). Facebook’s emotional consequences: Why Facebook causes a decrease in mood and why people still use it. *Computers in Human Behavior*, 35, 359-363. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.03.003>
- Schmuck, D., Karsay, K., Matthes, J. y Stevic, A. (2019). “Looking Up and Feeling Down”. The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and

- well-being of adult smartphone users. *Telematics and Informatics*, 42, 1-12. DOI: [10.1016/j.tele.2019.101240](https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101240)
- Schneider, F.M., Zwillich, B., Bindl, M.J., Hopp, F.R., Reich, S. y Vorderer, P. (2017). Social media ostracism: The effects of being excluded online. *Computers in Human Behavior*, 73, 385-393. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.03.052>
- Seabrook, E.M., Kern, M.L. y Rickard, N.S. (2016) Social Networking Sites, Depression, and Anxiety: A Systematic Review. *JMIR Ment Health*, 3 (4),1-19. doi: 10.2196/mental.5842.
- Shi, Y.; Luo, Y.L.L.; Liu, Y. & Yang, Z. (2018). Affective Experience on Social Networking Sites Predicts Psychological Well-Being Off-Line. *Psychological Reports*, 122 (5), 1666–1677. <https://doi.org/10.1177/0033294118789039>
- Stavrova, O y Denissen, J (2020). Does Using Social Media Jeopardize Well-Being? The Importance of Separating Within- From Between-Person Effects. *Social Psychological and Personality Science*. <https://doi.org/10.1177/1948550620944304>
- Tromholt, M. (2016). The Facebook Experiment: Quitting Facebook Leads to Higher Levels of Well-Being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19 (11), 661-666. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0259>
- Vally, Z y D'Souza, C. (2019). Abstinence from social media use, subjective well-being, stress, and loneliness. *Perspectives in Psychiatric care*, 55 (4), 533-778. <https://doi.org/10.1111/ppc.12431>
- Vanman, J., Baker, R. & Tobi, S. (2018) The Burden of Online Friends: The Effects of Giving Up Facebook on Stress and Well-Being. *The Journal of Social Psychology*, 158 (4), 496-508. <https://doi.org/10.1080/00224545.2018.1453467>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., & Kross, E. (2021). The impact of social network sites on mental health: distinguishing active from passive use. *World psychiatry: official journal of the World Psychiatric Association (WPA)*, 20(1), 133–134. <https://doi.org/10.1002/wps.20820>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K. y Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current Opinion in Psychology*, 36, 32-37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- Verduyn, P., Lee, D. S., Park, J., Shablack, H., Orvell, A., Bayer, J., Ybarra, O., Jonides, J. y Kross, E. (2015). Passive Facebook Usage Undermines Affective Well-Being: Experimental and Longitudinal Evidence. *Journal of Experimental Psychology*, 144(2), 480–488. <http://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 (1), 274-302. <https://doi.org/10.1111/sipr.12033>
- Vielma Rangel, J y Alonso, L (2010). El estudio del bienestar psicológico subjetivo. Una breve revisión teórica. *Educere*, 14 (49), 265-275.
- Vinaccia Alpi, E., Parada, N., Quiceno, J.M., Riveros Munévar, F., y Vera Maldonado, L.A. (2019). Escala de satisfacción con la vida (SWLS): análisis de validez, confiabilidad y baremos para estudiantes universitarios de Bogotá. *Psicogente* 22 (42), 1-20. <https://doi.org/10.17081/psico.22.42.3468>
- Wang, G., Zhang, W., Chen, Q. y Zeng, R. (2018). How is negative affect associated with life satisfaction? The moderating role of online self-disclosure in China's context. *Personality and Individual Differences*, 135, 60-66. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2018.07.002>

- Wang, J., Gaskin, J. E., Rost, D.H., & Gentile, D.A. (2017). The Reciprocal Relationship Between Passive Social Networking Site (SNS) Usage and Users' Subjective Well-Being. *Social Science Computer Review*, 36 (5), 511-522. <https://doi.org/10.1177/0894439317721981>
- Wang, J., Wang, H., Gaskin, J., Hawk, S., & Hawk, S. (2017). The Mediating Roles of Upward Social Comparison and Self-esteem and the Moderating Role of Social Comparison Orientation in the Association between Social Networking Site Usage and Subjective Well-Being. The Mediating Roles of Upward Social. *Frontiers in Psychology*, 11(8), 1–9. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00771>

ANEXOS

ANEXO 1. Taxonomía de temas, subtemas y variables sobre el uso en redes.

Tabla 1

Taxonomía de temas, subtemas y variables sobre el uso en redes.

Temas	Subtemas	Variables	Nº de estudios	
1.Descripción y cuantificación del uso (n=248)	-	Variables descriptoras del usuario: cuenta abierta, activa o inactiva, tiempo de permanencia, número de redes usadas	66	
		Cuantificación de las visitas	76	
		Grado, hábito e intensidad de uso	69	
		Tiempo de uso	188	
2.Actividad individual y tipos de uso (n=275)	Tipos de uso (n=74)	Uso de tipo activo	Uso activo en general	21
			Subtipo interactivo-comunicativo	23
			Subtipo productivo	16
		Uso de tipo pasivo	Uso pasivo general	27
			Subtipo de seguimiento inespecífico de publicaciones	6
			Subtipo de seguimiento específico sobre otros concretos	4
3.Procesos de tipo cognitivo-emocional relacionados con el uso de redes (n=63)	-	Procesos relacionados con la comparación social en redes: curiosidad, envidia, crítica, devaluación, etc.	41	
		Procesos relacionados con la preocupación por la imagen pública: conciencia de la propia imagen, vergüenza, arrepentimiento, rechazo, etc.	23	
		Procesos relacionados con diversas emociones consecuentes de la experiencia de uso emociones positivas de disfrute y fruición o emociones negativas post-uso	34	
4.Procesos de tipo identitario relacionados con el uso de redes (n=126)	-	La autorrevelación en redes: grado y dimensiones posibles como profundidad, valencia, etc.	77	
		Estrategias de presentación de uno mismo en redes	73	
5.Procesos de carácter social relacionados con el uso de redes (n=231)	-	Apoyo social online	89	
		Sentido de conexión social online	80	
		Calidad de las relaciones sociales online	80	
		Impacto social y popularidad online	68	
		Preferencia por la comunicación online	30	

Nota: Adaptación de la taxonomía de experiencias de uso de redes de Pertegal et al. (2019, p. 5-6, 7).

ANEXO 2. Estudios sobre la influencia de la cuantificación de uso de redes sociales en el bienestar subjetivo emocional.

Tabla 2

Estudios sobre la influencia de la cuantificación de uso de redes sociales en el bienestar subjetivo emocional.

Estudio	Diseño	V.I de redes	V.D de Bienestar Emocional	Otras V.D de interés
Sagioglou y Greitemeyer (2014)	Transversal	Tiempo de uso	Bienestar Emocional (PANAS)	-
Shi et al. (2018) ESTUDIO 1	Transversal	Frecuencia de visitas a redes	Bienestar Emocional (SPANE)	Satisfacción vital de Diener
Shi et al. (2018) ESTUDIO 2	Transversal	Frecuencia de visitas a redes	Bienestar Emocional (SPANE)	Satisfacción vital de Diener
Stavrova y Denissen (2020)	Longitudinal	Uso- No uso de redes sociales. Frecuencia de visitas Tiempo de uso	Bienestar emocional (PANAS)	Satisfacción vital de Diener
Tromholt (2016)	Experimental	Condición uso Facebook (Grupo control) versus Condición no uso (Grupo experimental) Intensidad de Uso	Bienestar emocional (PANAS)	Satisfacción vital de Diener
Vally y D'Souza (2019)	Experimental	Uso de redes sociales (Grupo control) versus No uso de redes sociales (Grupo experimental)	Bienestar emocional (PANAS)	Satisfacción vital de Diener Estrés Soledad
Vanman et al. (2018)	Experimental	No uso de Facebook (Grupo experimental) versus uso normal (Grupo control)	Bienestar emocional (PANAS)	Estrés Satisfacción vital de Diener Soledad

Nota: V.D: variable dependiente. V.I: variable independiente dentro de la cuantificación de uso.

ANEXO 3. Estudios sobre la influencia del tipo de uso de redes sociales en el bienestar subjetivo emocional.

Tabla 3

Estudios sobre la influencia del tipo de uso de redes sociales en el bienestar subjetivo emocional.

Estudio	Diseño	V.I de redes	V.D de Bienestar emocional	Otras V.D de interés
Ding et al. (2017)	Transversal	Uso pasivo	Bienestar Emocional (SPANE)	Satisfacción vital de Diener
Lin et al. (2018)	Transversal	Uso pasivo	Bienestar Emocional (FEES)	Satisfacción vital de Diener
Shi et al. (2018) ESTUDIO 2	Transversal	Uso activo productivo y Uso interactivo-comunicativo	Bienestar Emocional (SPANE)	Satisfacción vital de Diener
Wang et al. (2017)	Longitudinal	Uso pasivo	Bienestar Emocional (PANAS)	Satisfacción vital de Diener
Verduyn et al. (2015) ESTUDIO 2	Longitudinal (Cuasi Experimental)	Uso activo Uso pasivo	Bienestar Emocional (otros)	Satisfacción vital de Diener
Verduyn et al. (2015) ESTUDIO 1	Experimental	Uso activo Uso pasivo	Bienestar Emocional (otros)	Satisfacción vital de Diener

Nota: V.D: variable dependiente. V.I: variable independiente dentro del tipo de uso.

ANEXO 4. Estudios sobre la influencia de los procesos subjetivos relacionados con las redes sociales en el bienestar subjetivo emocional.

Tabla 4

Estudios sobre la influencia de los procesos subjetivos relacionados con las redes sociales en el bienestar subjetivo emocional.

Estudio	Diseño	V.I de redes (procesos)	V.D de Bienestar Emocional	Otras V.D de interés
Ding et al. (2017)	Transversal	Envidia	Bienestar Emocional (SPANE)	Satisfacción vital de Diener
Meier y Schafer (2018)	Transversal	Comparación social Inspiración Envidia	Bienestar Emocional (PANAS)	-
Wang et al. (2017)	Transversal	Comparación social	Bienestar Emocional (PANAS)	La autoestima Satisfacción vital de Diener
Wang et al. (2018)	Transversal	Autorrevelación online	Bienestar Emocional (SPANE)	Satisfacción vital de Diener
Oh et al. (2014)	Longitudinal	Interacción de apoyo	Bienestar Emocional (PANAS)	Satisfacción vital (Diener)
Reinecke y Trepte (2014)	Longitudinal	Autenticidad	Bienestar Emocional (PANAS)	Satisfacción vital de Diener
Choi y Kim (2020)	Experimental	Contagio emocional	Bienestar Emocional (SPANE)	Satisfacción con la vida Autoestima

Nota: V.D: variable dependiente. V.I: variable independiente dentro de procesos subjetivos implicados en el uso de redes.

