

El artículo analiza la relación entre los estereotipos de género y el consumo de contenido en redes sociales por parte de preadolescentes y adolescentes, centrándose especialmente en el rol de los influencers, desde la introducción, los autores plantean que los estereotipos de género comienzan a formarse a edades tempranas y que, en la actualidad, las redes sociales se han convertido en un espacio clave en este proceso.

A lo largo del texto, se presenta un marco teórico que explica cómo los medios de comunicación influyen en la construcción de la identidad, seguido de una metodología basada en una encuesta aplicada a 800 menores, los resultados muestran diferencias claras entre chicos y chicas en cuanto al tipo de contenido que consumen, el tiempo que pasan en redes y los influencers que siguen, lo que permite concluir que estas plataformas tienden a reforzar estereotipos tradicionales, el principal aporte del artículo es mostrar, mediante datos concretos, que las redes sociales no son un espacio neutral, sino que influyen activamente en la forma en que los jóvenes construyen su identidad de género, además destaca la importancia de los influencers como nuevos modelos de referencia, lo que representa un aporte relevante para comprender los actuales métodos de socialización digital.

El estudio resulta convincente, ya que se basa en muchos datos y muestra resultados claros y coherentes sin embargo, lo que limita la comprensión profunda de las causas detrás de estas diferencias, habría sido interesante que el artículo profundizara en factores como la influencia familiar, educativa o cultural, también falta una propuesta más concreta sobre cómo enfrentar o reducir estos estereotipos en redes sociales.

En lo personal, considero que el artículo es relevante y actual, ya que aborda un tema que afecta directamente a las nuevas generaciones, me parece especialmente importante reflexionar sobre el impacto que tienen los contenidos digitales en la formación de la identidad, ya que muchas veces se subestima su influencia, este estudio abre la puerta a nuevas preguntas, como el rol que podrían tener los propios influencers en promover modelos más igualitarios o cómo la educación puede ayudar a desarrollar un pensamiento crítico frente a estos contenidos, en conclusión, el artículo cumple con su objetivo y aporta evidencia significativa, aunque deja espacio para futuras investigaciones más profundas y propositivas.