



INFLUENCIA DEL USO DE INSTAGRAM Y TIKTOK EN LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

Rosa Paola Flores Loaiza
Universidad Nacional de Loja
rosa.flores@unl.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2754-8191>

Kerly Dayanna León Belduma
Universidad Nacional de Loja
kerly.leon@unl.edu.ec

Zoila Mónica ortega Pesantez
Universidad Nacional de Loja
zoila.ortega@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0003-3411-5386>

Carlos Roberto Carpio Ayala
Universidad Nacional de Loja
carlos.carpio@unl.edu.ec
<https://orcid.org/0000-0002-6893-4470>

Autor para correspondencia: rosa.flores@unl.edu.ec

Recibido: 19/07/2024

Aceptado: 20/08/2024

Publicado: 22/09/2024

Resumen

Hoy en día, la información en las redes sociales puede tener tanto efectos positivos como negativos. Estas plataformas permiten compartir una amplia variedad de contenido, desde lo más básico hasta lo más especializado. Esta investigación se centra en cómo el uso de redes sociales impacta a los estudiantes universitarios, quienes, al enfrentar presión constante y estar

lejos de sus familias, pueden ver afectadas distintas áreas de su vida, lo que repercute en su comportamiento académico y social. El estudio fue descriptivo y utilizó un enfoque cuantitativo para recopilar la información necesaria. Los resultados revelaron que los estudiantes utilizan principalmente Instagram y TikTok para buscar información y fines académicos.

Este uso ha mejorado significativamente su creatividad, autoestima y expresión personal, contribuyendo a su desarrollo como individuos. Además, se observó que el uso de estas redes sociales ha tenido un impacto positivo en los jóvenes, ayudándoles a sentirse más conectados y apoyados. La investigación ofrece

orientación sobre cómo los estudiantes utilizan estas plataformas y en qué áreas pueden experimentar mejoras gracias a su uso. En resumen, las redes sociales son herramientas poderosas que, si se utilizan adecuadamente, pueden beneficiar el crecimiento personal y académico de los estudiantes universitario.

Palabras clave: uso; influencia; estudiantes; redes sociales.

THE INFLUENCE OF THE USE OF INSTAGRAM AND TIKTOK ON UNIVERSITY STUDENTS

Abstract

Nowadays, information on social networks can have both positive and negative effects. These platforms allow you to share a wide variety of content, from the most basic to the most specialized. This research focuses on how the use of social networks impacts university students, who, when facing constant pressure and being away from their families, may see different areas of their lives affected, which has an impact on their academic and social behavior. The study was descriptive and used a quantitative approach to collect the necessary information. The results revealed that students mainly use Instagram and TikTok for information search and academic purposes. This

use has significantly improved their creativity, self-esteem and personal expression, contributing to their development as individuals. In addition, it was observed that the use of these social networks has had a positive impact on young people, helping them feel more connected and supported. The research offers guidance on how students use these platforms and in which areas they can experience improvements through their use. In summary, social media is powerful tools that, if used properly, can benefit the personal and academic growth of college students.

Keywords: Use, influence, students, social networks.



Introducción

Según Pruthi (2020), las redes sociales forman parte del día a día de las personas, especialmente de los jóvenes, ya que las utilizan para comunicarse, informarse o entretenerse con diferentes acontecimientos locales, nacionales e internacionales. En ese contexto, las redes sociales son una fuente de información, que influye en gran manera en la sociedad, ayudando para fines académicos y en la búsqueda de información. Por ello, que este artículo se centra en conocer sobre la influencia del uso de dos redes sociales como TikTok e Instagram, en la vida cotidiana de los universitarios.

Hoy en día, el auge de las redes sociales es muy notorio, ya que existen algunos trabajos previos que motiva a pensar que los pertenecientes a la generación Z son aquellos que más consumen redes sociales y este uso afecta de una o de otra forma en el desarrollo de sus actividades cotidianas.

Bonell (2023) menciona que las redes sociales desempeñan un papel fundamental en la construcción de la identidad de la Generación Z, ya que, a través de plataformas como Instagram o TikTok, los jóvenes pueden mostrar su personalidad, compartir sus logros y expresar sus opiniones. De esta

manera, las redes sociales se convierten en un escaparate donde las personas exhiben su vida, buscando validación por parte de la sociedad.

Las redes sociales afectan negativamente la salud mental de los jóvenes al limitar el contacto directo con sus compañeros y fomentar la comparación constante en línea de las diferentes realidades, lo que puede conducir a que ellos presenten una baja autoestima, ansiedad, depresión, imagen corporal deteriorada y soledad. (Ehmke, 2023)

En lo que tiene que ver con redes sociales, primeramente, TikTok es útil, versátil, innovadora y adictiva, mientras que otras redes sociales son estimulantes, ya que aportan dopamina que produce placer a nuestro cerebro, sobre todo cuando queremos relajarnos o experimentamos un bajón emocional. (Estapé, 2022)

Mientras que Instagram, es más una red social que sirve para mostrar temas de moda y belleza, negocios, emprendimientos donde las marcas apoyan un estilo de vida codiciado, que muchas de las veces para las personas son imposibles de cumplir, lo que genera cierto malestar en la aceptación social provocando baja autoestima y frustración en los jóvenes (Lozano et al., 2023). Por lo que estas



redes sociales se diferencian en su plataforma tanto en su contenido como en el segmento de mercado.

Es así que, el estudio se basa en que los jóvenes al estar la mayor parte del día sumergidos en redes sociales encuentran diversos tipos de información, lo que puede aportar de forma positiva o negativa al desarrollo de sus actividades cotidianas, por lo tanto, el objetivo de la investigación es determinar cómo influye el uso de Instagram y TikTok en los universitarios en su vida diaria o como estudiantes, además, se centra en conocer la forma en cómo ha afectado el uso de estas redes sociales y en qué áreas se puede ver mejoras luego de utilizarlas.

Materiales y métodos

El proceso metodológico utilizado en la investigación tuvo un enfoque cuantitativo, sus resultados fueron demostrados con datos estadísticos, se utilizó también el método deductivo ya que permitió deducir el uso que le dan los jóvenes a las redes sociales Instagram y TikTok, además se determinó que son temas poco estudiados y no existen estudios previos en el medio, para este proceso se utilizaron instrumentos validados como las encuestas a estudiantes para recolectar la información mediante la exploración, la investigación fue

descriptiva porque se detallaron los hallazgos que se encontraron en el estudio, con fuentes secundarias, las cuales se contrarrestaron con la adquisición de información de fuentes primarias, tuvo diseño no experimental porque sus resultados responden a un periodo de tiempo además sus variables no han sido manipuladas.

Para determinar el modelo de la población a investigar, se aplicó el muestreo por conveniencia, considerando la relevancia de los individuos en el tema, tomando una muestra representativa y útil que refleje homogeneidad dentro de las características de la población (Hernández Sampieri et al., 2014). Se encuestó a 165 estudiantes de la Universidad Nacional de Loja, según la base de datos de la carrera de Administración de Empresas, en los primeros y segundos ciclos.

Los instrumentos utilizados fueron; plataforma digital Google Forms, representado por un banco de 29 preguntas con escala de Likert, dicotómicas y de opción múltiple respecto a una o más variables que se las midió dentro de los resultados, el estudio de los datos se realizó en el sistema SPSS herramienta que facilitó el análisis estadístico de las variables. Del total de preguntas de la encuesta, se escogieron seis interrogantes,



debido a que sus respuestas generaron impacto, mismas que involucran el uso de TikTok e Instagram, las áreas de mejora luego de este uso y cómo ha afectado, de las cuales se desprende el presente estudio.

Resultados y discusión

Resultados de la encuesta

Se realizó una encuesta a los estudiantes de primer y segundo ciclo de la Carrera de Administración de Empresas en la Universidad Nacional de Loja para recopilar información sobre el uso de redes sociales como Instagram y TikTok.

Los resultados obtenidos están relacionados con el objetivo de la investigación, que busca identificar el uso predominante de estas plataformas y las áreas de mejora que surgen de su utilización. Los resultados se presentan en secciones, comenzando con los datos sobre TikTok y continuando con los de Instagram. Al final, se ofrece un resultado global que refleja cómo las redes sociales impactan la vida de los estudiantes, ya sea de manera positiva o negativa.

Tabla 1. Frecuencia de uso de TikTok

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fines académicos	40	10,47%
Mejorar capacidades y habilidades	55	14,40%

Buscar información	69	18,06%
Convivir con compañeros y familiares	24	6,28%
Compartir información	35	9,16%
Autoeducación	40	10,47%
Automotivación	46	12,04%
Autoayuda	27	7,07%
Fines económicos y de inversiones	24	6,28%
Ninguna	22	5,76%
Total	428	100,0%

Nota: Tabla multi response. Como los participantes podían indicar más de una respuesta, el número de respuestas es más del número de encuestados.

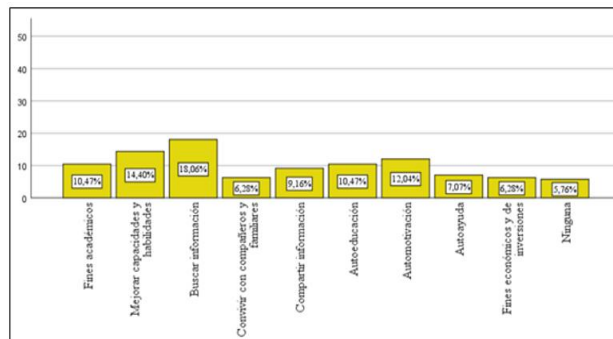


Figura. 1: Se detallan los principales usos que le dan los jóvenes a TikTok.

En relación con el uso de la red social TikTok por parte de los estudiantes, en primer lugar, el 18,06% de ellos la utiliza para buscar información. Esto se debe a la variedad de cuentas en TikTok que publican información sobre diversos temas, desde tareas académicas hasta aspectos de la vida

cotidiana. Este hallazgo coincide con el estudio de Acuña y Manríquez (2022), que señala que TikTok es la plataforma más utilizada para informarse, según el 60,5% de los jóvenes. En segundo lugar, el 14,40% de los estudiantes usa TikTok para mejorar sus capacidades y habilidades, aprovechando videos cortos que ofrecen consejos sobre cómo mejorar continuamente y, por lo tanto, convertirse en mejores personas.

Este fenómeno se intensificó a partir de la pandemia de COVID-19, cuando el aislamiento social llevó a que lo virtual reemplazara muchas actividades del trabajo, las relaciones interpersonales y el entretenimiento (Quiroz, 2020).

Además, el 12,04% de los estudiantes utiliza TikTok para automotivarse, gracias a la presencia de creadores de contenido y profesionales de la salud mental que comparten sus experiencias en la plataforma. Este uso también puede atribuirse a que muchos estudiantes provienen de otras provincias y, al estar lejos de sus familias, buscan apoyo emocional a través de contenidos motivacionales.

Marian Rojas Estapé, una destacada doctora y escritora española, señala que "TikTok es tan útil e innovador como adictivo. Otras redes sociales como Instagram, Tinder o YouTube son igualmente estimulantes,

proporcionando chispazos de dopamina que generan placer en nuestro cerebro, especialmente cuando buscamos relajarnos o enfrentamos un bajón emocional" (Estapé, 2022).

Tabla 2. Áreas de mejora de TikTok

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
A mejorar la autoestima	56	17,28%
A mejorar académicamente	27	8,33%
A ser mejor persona	39	12,04%
A trabajar	12	3,70%
A encontrar trabajo	9	2,78%
A relacionarse mejor con las personas	27	8,33%
A la creatividad	64	19,75%
A la expresión personal	44	13,58%
A conocer nuevas culturas y lugares	46	14,20%
Total	231	100,00%

Nota: Tabla multi response. Como los participantes podían indicar más de una respuesta, el número de respuestas es más del número de encuestados.

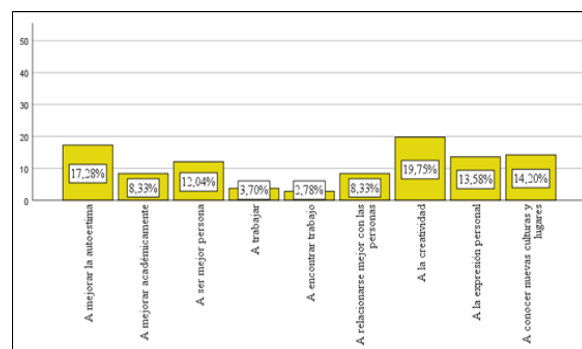




Figura. 2: Se detallan las principales áreas de mejora luego del uso de TikTok.

En cuanto a las áreas en las que los estudiantes han experimentado mejoras luego de haber utilizado TikTok, en primer lugar, está la creatividad según el 19,75% de estudiantes, y según lo que afirma (TikTok, 2023) “Nuestra misión es fomentar la creatividad y el entretenimiento.

Nuestro deseo es ofrecer un medio de expresión creativa y ser una fuente de entretenimiento y enriquecimiento donde usuarios de todo el mundo puedan dar rienda suelta a su imaginación”. También, ha ayudado a mejorar la autoestima según el 17,28% de estudiantes, puesto que en esta red social se puede encontrar videos que ayudan a la autoestima de las personas, animando así a continuar y el día a día, así lo confirma (Ankuash, Peralta, & Suquilanda, 2021), quienes mencionan que el 39,29% de jóvenes menciona que el uso de TikTok ha beneficiado en el aspecto emocional.

Al 14,20% el uso de TikTok le ha ayudado a conocer nuevas culturas y lugares, porque en esta plataforma algunas personas promocionan los lugares más representativos y atractivos de sus pueblos o ciudades para que las personas puedan ir y disfrutar de una nueva experiencia. y

según Prabhakar Raghavan, un presidente sénior de Google, el 40% de los jóvenes, cuando buscan un lugar para almorzar, no abren Google Maps, ni van al buscador de Google, prefieren ir a TikTok o Instagram.

Tabla 3. Cómo afecta el uso de TikTok

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Positivamente	75	50,68%
Negativamente	20	13,51%
No ha afectado	53	35,81%
Total	148	100,00%

Nota: Indica de qué manera afecta el uso de TikTok en las actividades cotidianas de los jóvenes.

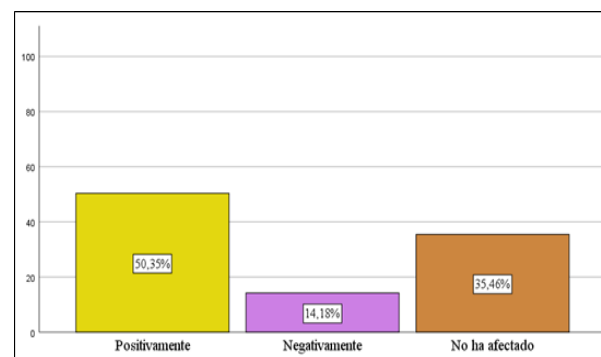


Figura 3: Se detalla cómo afecta el uso de TikTok en los jóvenes.

El uso de TikTok trae consigo ciertas consecuencias, en la investigación se pudo determinar que la mayoría de los estudiantes encuestados consideran que afecta positivamente en las actividades cotidianas según el 50,68% de ellos, esto debido a las diferentes funciones y actualizaciones que presenta la plataforma para el público, cabe recalcar también que el algoritmo

de la red social está diseñado para entretener jóvenes. Con esto se puede inferir que la minoría de los alumnos se dejan influenciar por lo que observan en redes sociales. De igual forma, el 35,81% de estudiantes considera que el uso de esta red social no ha afectado de ninguna manera en la realización de sus actividades diarias.

Y, por último, para el 13,51% de estudiantes, el uso de TikTok ha afectado de forma negativa, puesto que esta plataforma se presta mucho para la adicción y perder tiempo en el ocio y entretenimiento.

Esto se puede contrastar con la investigación de Ankuash, Peralta y Suquilanda (2021), donde se encontró que para el 47.6% de los encuestados, el uso de TikTok influye positivamente, y para el 52.4%, influye de manera negativa. A pesar, de ser considerada una aplicación de entretenimiento y diversión que se presta para que los jóvenes se dediquen al ocio y a desperdiciar el tiempo libre, TikTok influye o afecta positivamente en la vida de estas personas, ya que en esta plataforma se pueden subir y ver videos de todo tipo, que sirven tanto para entretenerse como para educarse o informarse de lo que ocurre en el entorno.

Tabla 4. Frecuencia de uso de Instagram

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Fines académicos	85	19,86%
Mejorar capacidades y habilidades	43	10,05%
Buscar información	66	15,42%
Convivir con compañeros y familiares	56	13,08%
Compartir información	59	13,79%
Autoeducación	23	5,37%
Automotivación	33	7,71%
Autoayuda	22	5,14%
Fines económicos y de inversiones	15	3,50%
	26	6,07%
Ninguna		
Total	428	100,0%

Nota: Tabla multi response. Como los participantes podían indicar más de una respuesta, el número de respuestas es más del número de encuestados.

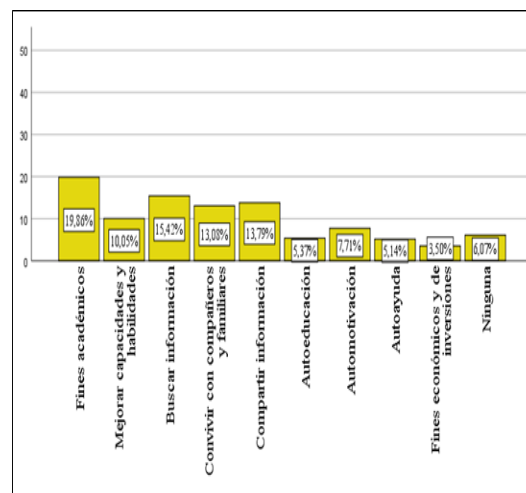


Figura. 4: Se detallan los principales usos que le dan los jóvenes a Instagram.



Con respecto al mayor uso de Instagram, el 19,86% de estudiantes lo utiliza para fines académicos en cuanto a la comunicación entre compañeros o docentes, así mismo, Castañeda, Lapeira y Osorio (2023) mencionan que el uso de la red social Instagram fue una herramienta útil para el proceso de enseñanza-aprendizaje de los estudiantes. Además de ello, estas plataformas digitales, sirven para el diálogo y la comunicación, sin duda las redes sociales permiten crear vínculos con los compañeros y promover el contacto para intercambiar y compartir información y experiencias, al tiempo que estimulan el desarrollo de competencias comunicativas orientadas análisis de la información (Limas & Vargas, 2020).

Seguidamente, se determinó que el 15,42% lo utiliza para buscar información, puesto que en esta red social las personas pueden visualizar reels que contienen diferente tipo de contenido y de esa manera buscar la información que necesitan, (Acuña & Manríquez, 2022) menciona que la plataforma a la que más acude la juventud al momento de informarse es Instagram.

Además, el 13,79% de estudiantes menciona que otro de los usos que le dan a esta plataforma es para compartir información, lo que se puede

contrastar con una encuesta de “The New York Times”, en dónde el 78% de los usuarios de internet señala que compartir información, mantiene relación con las personas, con las que no sería posible estar en contacto de otra manera, y el 68% de los usuarios comparte para crear su reputación y definirse.

También, el 7,71% lo utiliza para la automotivación, observando videos que abordan temas de superación o ejemplos de vida, además de eso en esta red social se aprecian consejos para que la motivación de las personas se mantenga y no decaiga, el 3,50% lo utilizan para fines económicos y de inversiones, además de eso, existe el 6,07% que no utiliza para ninguna de esas opciones

Tabla 5. Área de influencia en los usuarios de Instagram

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
A mejorar la autoestima	33	14,29%
A mejorar académicamente	22	9,52%
A ser mejor persona	27	11,69%
A trabajar	14	6,06%
A encontrar trabajo	9	3,90%
A relacionarse mejor con las personas	31	13,42%
A la creatividad	45	19,48%

A la expresión personal	26	11,26%
A conocer nuevas culturas y lugares	24	10,39%
Total	231	100,0%

Nota: Tabla multi respuesta. Como los participantes podían indicar más de una respuesta, el número de respuestas es más del número de encuestados.

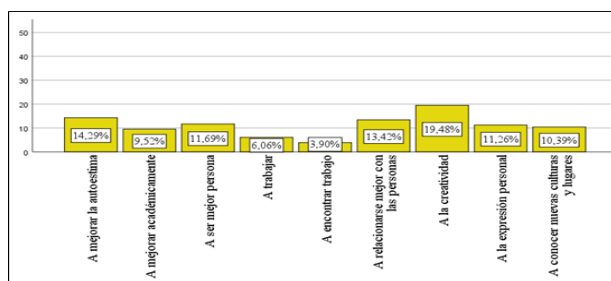


Figura. 5: Se detallan las principales áreas de mejora en los jóvenes, luego del uso de Instagram.

En cuanto a las áreas de influencia luego de haber utilizado Instagram, el 19,48% ha mejorado su creatividad, así como también el 14,29% les ha ayudado en la autoestima, ya que les brinda la oportunidad de expresarse, compartir sus logros e interactuar con jóvenes que comparten diferentes intereses, Además pueden encontrar personas o comunidades que les ayuden a desarrollar una imagen positiva de sí mismos.

Mientras que, según lo revelado por el [Wall Street Journal](#), “1 de cada 3 chicas adolescentes culpa a Instagram por empeorar sus problemas de imagen corporal”. Perjudicando notoriamente

su autoestima. El 13,42% de estudiantes les ha ayudado a mejorar su relación con las demás personas, estos pueden ser sus amigos, familiares, compañeros o docentes, es importante considerar que a algunos jóvenes les cuesta trabajo poder expresarse es por ello que a través de la web pueden transmitir mensajes claros y seguros, produciéndose con ello oportunidades enriquecedoras para el desarrollo propio y poder llegar a tener una comunicación de calidad (Arab & Díaz, 2020).

Además de ello es necesario que, al comunicarse, los jóvenes releen lo que quieren transmitir y sean cuidadosos en los momentos de alta intensidad emocional, mismo que va ligado a la capacidad de reflexión.

Tabla 6. Cómo afecta el uso de Instagram

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Positivamente	80	51,61%
Negativamente	23	14,84%
No ha afectado	52	33,55%
Total	155	100%

Nota: Indica de qué manera afecta el uso de Instagram en las actividades cotidianas de los jóvenes

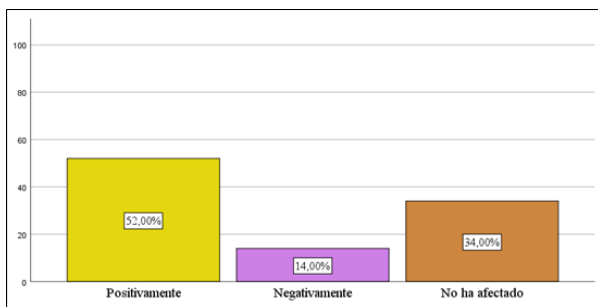


Figura. 6: Se detalla cómo afecta el uso de Instagram en los jóvenes.

El uso de la red social Instagram, trae consigo ciertas consecuencias, en donde la mayoría de los estudiantes consideran que afecta positivamente según el 51,61% de ellos, porque esta plataforma es apta para convivir con las demás personas, conocer nuevos lugares, para automotivación, y mejorar día con día.

Así mismo el 33,55% de estudiantes considera que el uso de esta plataforma no ha afectado de ninguna manera en sus actividades cotidianas, mientras que el 14,84% de estudiantes manifiesta que, afectado de forma negativa, ya que se ven expuestos a comentarios, comparaciones o no reciben los enlaces deseados de las publicaciones que realizan generando baja autoestima e inseguridad por no alcanzar sus expectativas en sus publicaciones.

Lo que puede ser contrastado con el estudio de (Ridge, 2023), en donde menciona que el impacto del uso de las

redes sociales en los estudiantes es innegable, ya que esta plataforma ofrece beneficios significativos, como la interacción social, el intercambio de conocimientos y el desarrollo de habilidades digitales. Sin embargo, también presentan desafíos y riesgos que deben ser abordados de manera responsable.

Conclusiones

La investigación reveló que el 19,86% de los estudiantes utilizan principalmente Instagram para fines académicos, seguidamente el 15,42% lo utiliza para buscar información, el 13,79% usa esta red social para compartir información, el 13,08% lo utiliza para convivir con compañeros y finalmente el 10,05% hace uso de Instagram para mejorar sus capacidades y habilidades como persona ya sea en sus estudios o en la cotidianidad.

En cuanto a las áreas de influencia luego del uso de Instagram, se encuentra en primer lugar la creatividad según el 19,48% de estudiantes, además de ello, han mejorado la autoestima el 14,29%, el 13,42% de ellos mencionan que existe un aporte significativo en las relaciones interpersonales. Mientras el 11,69% y 11,26% manifiesta que ha visto un crecimiento y expresión personal en el desarrollo de sus actividades.



TikTok, red social utilizada con mayor frecuencia para la búsqueda de información, lo cual está representado por un 18,06% del total de encuestados, seguidamente el 14,40% lo utiliza para mejorar capacidades y habilidades, de la misma forma, el 12,04% utiliza esta plataforma para ver contenido sobre automotivación y el 10,47% lo utiliza para la autoeducación.

Por otro lado, el 10,47% indican que el menor uso que le dan los estudiantes a esta red social es para fines académicos, lo que es alarmante ya que los jóvenes no tienen la conciencia de la importancia que tiene esta red social en sus estudios, dando rienda suelta en su uso únicamente para el entretenimiento y ocio.

El uso de TikTok ha mejorado en diversas áreas, al 19,75% de jóvenes principalmente le ha ayudado en la creatividad, también, el 17,28% ha mejorado notoriamente en la autoestima, seguidamente, el 14,20% ha podido conocer nuevas culturas y lugares de todo el mundo, gracias al uso de esta plataforma.

Así como también, el 13,58% de los estudiantes han mejorado significativamente la expresión personal y finalmente el 12,04% ha mejorado en el área de ser mejor persona, ya que en esta plataforma

existen diversos creadores de contenido que se dedican a subir videos de todo tipo, brindando su aporte en diferentes áreas.

El uso de TikTok, para el 50,68% de los estudiantes ha afectado de manera positiva ya que la plataforma digital se presta para que las personas puedan encontrar y compartir cualquier tipo de información y así ayudar a otras personas.

Por último, el impacto de TikTok e Instagram en los universitarios es positivo y a la vez negativo. Estas plataformas cuentan tanto con beneficios como riesgos. Es importante generar conciencia en los estudiantes universitarios de estos impactos y que se haga uso de estas redes sociales de manera responsable.

Las dos redes sociales en estudio se usan para fines académicos, para buscar información, además de ayudar en el fortalecimiento de las relaciones interpersonales, de igual forma las áreas de mejora que TikTok e Instagram han mejorado en la vida de los estudiantes es en la creatividad, la autoestima, en ser mejor persona y en la expresión personal, y el uso de estas dos plataformas ha afectado de manera positiva en las actividades cotidianas de los jóvenes.



Agradecimiento

Para la realización de la investigación, el aporte individual se dividió de la siguiente manera, el estudio de mercado KL, realización de encuesta RF y KL, metodología RC, análisis de resultados y discusión MO. Revisión y edición RF, RC, MO y KL. Supervisión RF. Redacción RF, RC, MO y KL.

Referencias Bibliográficas

Acuña, I., & Manríquez, J. (2022). Motivaciones de uso y consumo informativo en Tik Tok de jóvenes adolescentes entre 15 y 18 años del Colegio Dunalastair en 2022. <https://repositorio.udd.cl/handle/11447/7244>

Ankuash, L., Peralta, N., & Suquilanda, M. (2021). TikTok en el ocio de los jóvenes. En A. Torres, A. De Santis, & D. Vintimilla, *TikTok: más allá de la hipermedialidad* (pág. 159). Quito: Abya-Yala. <https://doi.org/10.7476/9789978106815>

Arab, E., & Díaz, A. (2020). Impacto de las redes sociales e internet en la adolescencia: aspectos positivos y negativos. *Science direct*.

<https://doi.org/10.1016/j.rmcl.c.2014.12.001>

Bahiyah, O., & Wang, D. (2020). Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage. *The International Journal of Mobile Technologies*, 17.

<https://doi.org/10.3991/ijim.v14i04.12429>

Bonell, J. (2023). El Impacto de las Redes Sociales en la Generación Z. *mylexy*. https://lc.cx/_Xeau1

Castañeda, R., Lapeira, P., & Osorio, E. (2023). Uso de Instagram en el aprendizaje de las áreas básicas en ciencias. <https://doi.org/10.21676/2389783X.5352>

Ehmke, R. (2023). Cómo afecta el uso de las redes sociales a los adolescentes. *childmind*, 7. <https://lc.cx/y0pfzK>

Etapé, M. R. (2022). *Spotify*. <https://open.spotify.com/episode/ORDsFFQIk0XLSmmmLIGtUh>

Flavián, C., Casaló, L., & Ibáñez, S. (2020). Influencers on Instagram: Antecedents and consequences of opinion



- leadership. *Journal of Business Research*, 510-519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.005>
- Limas, S., & Vargas, G. (2020). Redes sociales como estrategia académica en la educación superior: ventajas y desventajas. *Educación y Educadores*, 16. <https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.4.1>
- Lozano, R., Mira, M., & Gil, M. (2023). Redes sociales y su influencia en los jóvenes y niños: Análisis en Instagram, Twitter y YouTube. *Comunicar*, 13. <https://doi.org/10.3916/C74-2023-10>
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. (2021). On the Psychology of TikTok Use: A First Glimpse from Empirical Findings. *Frontiers in Public Health*, 6. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Mora, J., Murillo, M., & Moscoso, H. (2020). Comunicación, ética y cultura digital. En J. Mora, M. Murillo, & H. Moscoso, *Comunicación, ética y cultura digital* (pág. 257). Riobamba: UNACH.
- <https://doi.org/10.37135/u.editorial.05.22>
- Moreira, R., Fontes, S., Lopes, J., Carvalho, T., Do Vale, J., & Oliveira, K. (2021). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *revistas.um.es*, <https://dx.doi.org/10.6018/eglobal.462631>
- Quiroz, N. (2020). TikTok, la aplicación favorita durante el aislamiento. *Revista Argentina de Estudios de Juventud*, 9. <https://doi.org/10.24215/18524907e044>
- Ridge, B. (2023). *El impacto del uso de las redes sociales en los estudiantes: un análisis en profundidad*. Obtenido de mediummultimedia: <https://lc.cx/FU9EBC>
- Sampieri, H., & Fernández, C. (2014). Metodología de la investigación. <https://lc.cx/xb2gyp>
- Tarullo, R. (2020). ¿Por qué los y las jóvenes están en las redes sociales? Un análisis de sus motivaciones a partir de la teoría de usos y gratificaciones. *Revista prima social*. [ISSN: 1989-3469](https://doi.org/10.1989-3469)



TikTok. (2023). *TikTok.com*. Obtenido de <https://www.tiktok.com/es/>

<https://dx.doi.org/10.18566/comunica.n49.a06>

Trejos, C., & Herrera, M. (2023). Uso de Instagram en la generación z en el contexto de COVID -19. *Comunicación*, 22.