



## **El uso de las plataformas digitales durante el covid-19 en Manta Ecuador**

### **The use of digital platforms during the covid-19 in Manta Ecuador**

#### **Autor**

Lcdo. Gómez López José Clemente

[Josegomez201169@hotmail.com](mailto:Josegomez201169@hotmail.com)

<https://orcid.org/0000-0001-6476-0410>

Dirección de Posgrado, Cooperación y Relaciones Internacionales. Universidad Laica Eloy Alfaro de Manabí. Trabajo de Titulación, presentado como requisito para la obtención del grado de Magíster en: Comunicación Digital

#### **Manta – Manabí - Ecuador**

Artículo de investigación

Tutor: Dr. Francisco Albarello

4 de octubre de 2021

## Resumen

La humanidad tiende a evolucionar acorde al requerimiento que el mundo exige, en la comunicación ha surgido como canal las plataformas digitales que alteran la forma de transmitir emociones más allá de un mensaje, estos espacios digitales cada día buscan posicionarse en las necesidades de la comunicación humana, aunque estas se hayan creado para un uso específico, pero en el camino van evolucionando de acuerdo con los requerimientos y gustos de los usuarios. Este estudio muestra cómo han influido dichas plataformas en los jóvenes de entre 16 a 24 años en la ciudad de Manta provincia de Manabí- Ecuador durante la pandemia del covid-19, además de cómo ha cambiado el uso de las plataformas digitales en la comunicación. El objetivo principal de este artículo es dar a conocer los posibles efectos y beneficios que causa vivir en constante dependencia de las plataformas digitales y explicar cómo estas se alimentan de los usuarios sin que ellos se den cuenta. Luego de una revisión bibliográfica sobre investigaciones realizadas en este campo de estudios, se aplicó una recolección de datos de investigaciones hechas por otros autores sobre la temática planteada, en este proceso se pretende dar a conocer los cambios que han generado el uso de plataformas digitales, así como el tiempo que le dedican a estas y su influencia en el comportamiento diario de los jóvenes, toma de decisiones y cambio de hábitos en la vida cotidiana.

**Palabras claves:** Evolución; Comunicación; Plataformas; Digitales; Jóvenes.

## **Abstract**

Humanity tends to evolve according to the requirement that the world demands. In communication, digital platforms have emerged as a channel that alter the way of transmitting emotions beyond a message. These digital spaces every day seek to position themselves in the needs of human communication, although these have been created for a specific use, but along the way they evolve according to the requirements and tastes of users. This study shows how these platforms have influenced young people between 16 and 24 years old in the city of Manta, Manabí province, Ecuador during the covid-19 pandemic, in addition to how they have changed the use of digital platforms in communication. The main objective of this article is to publicize the possible effects and benefits caused by living in constant dependence on digital communication platforms and to explain how they feed on users without them realizing it. After a bibliographic review on research carried out in this field of studies, a collection of data from research carried out by other authors on the issue was carried out, in this process it is intended to publicize the changes that have generated the use of digital platforms, as well as the time they dedicate to these and their influence on the daily behavior of young people, decision-making and change of habits in daily life.

**Keywords:** Evolution; Communication; platforms; Digital; Young boys

## **Introducción**

La comunicación humana ha venido evolucionando de acuerdo con las nuevas necesidades y nacimientos de plataformas digitales, las cuales han influido las formas de comunicación en las personas basándose en muchos casos en estados de ánimos. Este estudio determina los cambios que han tenido los jóvenes de 16 a 24 años a través de las plataformas digitales en época de pandemia, identificando las necesidades que nacieron con el uso de estas, además de dar a conocer mediante una revisión bibliográfica, que tipo de plataformas digitales son las más utilizadas y sus preferencias de contenidos.

Este artículo recoge datos de investigaciones realizados por otros autores basados en estudios similares que nos acercan a entender el comportamiento y evolución de la comunicación humana en las plataformas digitales donde el usuario ya no es solo consumidor, si no también creador y distribuidor de contenidos multimedia, además se complementa con una encuesta digital realizada a jóvenes que comprenden las edades de estudios.

## **Metodología y Técnicas a utilizar**

Para esta investigación de carácter Cual-quantitativo se realizó una indagación exhaustiva de investigaciones similares tales como tesis, monografías, artículos de investigación, revistas, libros, con el fin de que la recolección de datos sea oportuna, realista y efectiva, ya que así permite hacer un análisis profundo con respecto a la temática planteada.

Domínguez (2007) afirma que “La investigación cualitativa reconoce que la propia evolución del fenómeno investigado puede propiciar una redefinición y a su vez nuevos métodos para comprenderlo” (p.8). Es por eso que se ha realizado una revisión bibliográfica de investigaciones de otros autores que han realizado estudios similares y así tener una visión del tema investigado.

Se he realizado una revisión bibliográfica de documentos que investigan los campos de las plataformas digitales y comportamiento de los jóvenes de entre 16 a 24 años frente a las redes sociales, los estudios encontrados fueron buscados en revistas científicas, repositorios de investigación y bibliotecas digitales.

Dentro de la investigación cuantitativa así mismo Domínguez manifiesta “La producción bibliográfica cuantitativa se orienta hacia los estudios que exponen sólo clasificaciones de datos y descripciones de la realidad social y en menor medida hacia estudios que intentan formular explicaciones”

Desde la perspectiva de la metodología cualitativa se realizó una encuesta digital a una población de 100 jóvenes de la ciudad de manta, con edades de 16 a 24 años y que cursan los últimos años de secundaria y estudiantes de los primeros niveles académicos universitarios ya que estos contemplan el plan principal de edad en el estudio realizado. Estas encuestas fueron tomadas mediante la plataforma de formularios de Google y contemplaron preguntas cerradas y de elección múltiple.

## Desarrollo

En la larga historia de la vida humana según Charles Darwin (1859) “la evolución ha sido parte fundamental para la permanencia de la especie” Las formas de como el hombre se comunica también han evolucionado desde el principio de humanidad hasta la actualidad, Sagan (1993) afirma que “Vivimos una época de cambios acelerado sin precedentes, y puesto que estos cambios son en buena parte obra humana, es imposible soslayarlos. No queda más alternativa que ajustarse, adaptarse al cambio, controlarlo o perecer” (p.5). Con la llegada de la globalización y el internet la forma de transmitir un mensaje a larga distancia cambio de manera radical y a una velocidad inesperada, en esto llegaría el año de 1997 cuando aparecen las primeras plataformas digitales de comunicación basada en las redes sociales (SixDegrees, Ryze, LinkedIn) donde la manera de comunicarnos cambiaria de forma radical finalizando el siglo XX, dando inicio a una nueva era donde la tecnología pasaría a formar parte del ser humano de manera constante y en muchos casos siendo fundamental para su vida cotidiana.

Montalvo y Orozco (2020) sostienen que “los vertiginosos avances tecnológicos ocurridos en las últimas décadas han transformado los sistemas sociales, educativos, culturales y económicos” (p. 355). Lo que nos ratifica el autor que el cambio y la evolución no es algo que transforma al ser humano como si fuera algo externo a él, el hombre evoluciona adaptándose al entorno modificado por la tecnología. En el 2019 con la llegada de la pandemia (Covid#19) y la declaratoria de cuarentena las personas se vieron en la necesidad de explorar nuevos modos de comunicación pese a que ya muchos manejaban las plataformas digitales mediante aplicaciones

de redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp que hasta el momento eran las más descargadas por los usuarios. Fernández y Fernández (2014) manifiestan que:

Las nuevas tecnologías se han instalado de tal forma y a tal velocidad en nuestras vidas que hoy no concebimos nuestra existencia sin el correo electrónico, el WhatsApp, las redes sociales o los buscadores. Vivimos en la era digital, por ello, los alumnos de la actual educación secundaria obligatoria y del bachillerato, tienen que adquirir una alta competencia digital, porque van a recibir en un mundo infotecnológico (p. 572).

Lo que permite entender que la aceleración en el uso de las plataformas digitales para los jóvenes era inevitable y que la pandemia solo acercó su utilización, según Fernández y Fernández. Los objetivos principales de ciertas plataformas han cambiado en busca de captación de usuarios, en este caso los adolescentes se visualizaron como el público principal. García et al. (2019) afirman que “La adopción de las redes sociales a las rutinas comunicativas de los jóvenes también conlleva una nueva forma de informarse sobre la casualidad y sobre los problemas de su entorno que les capacita y les forma como ciudadanos” (p.1).

Al cambiar la forma de comunicarse se alteran varios hábitos como las preferencias de actividades en el hogar, muchos jóvenes son atraídos por las plataformas digitales y se envuelven en un mundo dominado desde los dispositivos móviles, Benlloch (2018), manifiesta “La sociedad en la que vivimos actualmente se ha transformado completamente. Se ha influido en nuestros comportamientos y en nuestra forma de pensar” (p. 52). Con esto hace referencia a que

los hábitos tradicionales de comunicación han cambiado, tales como el escuchar radionovelas, cuentos y leyendas que antes era transmitido por los adultos, mensajes mediante cartas, estos modos de comunicación de a poco pierden su tradición de tal manera que influye en el comportamiento de las personas en especial en los jóvenes quienes han transformado sus actividades cotidianas y educativas de manera presencial a lo virtual.

Debido a la pandemia, en este proceso los jóvenes han explorado muchas alternativas de comunicación para seguir siendo el centro de atención ante la sociedad, Van Dick (2016) afirma que:

Cada día, millones de individuos interactúan en los medios sociales. En diciembre de 2011, 1200 millones de usuarios del mundo, el 82% de la población mundial conectada a internet mayor de 15 años, ingresaron a un medio social, mientras que en 2007 lo hizo tan solo un 6%. (p.11)

En este proceso ciertas redes sociales como Facebook pasaron de ser una red social que tenía como objetivo acercarse a los amigos con botones de búsqueda, información general de un perfil y publicaciones de pensamientos de quienes escribían, a ser una red social donde encuentran publicidad, memes, información no verificada realizada por troles y sobre todo una guerra de multimedia con contenido de ficción, Hughes et al. (2012) manifiestan lo siguiente:

En las redes sociales, los usuarios han encontrado un espacio para narrarse públicamente y construir complejas descripciones virtuales de sí mismo durante sus procesos de construcción de la identidad. Consistentemente, la investigación previa muestra

que existe una relación profunda entre conducta virtual y diversas variables psicológicas. (p. 6)

Lo que nos habla Hughes es que las redes sociales son el espacio de identidad que los jóvenes se sienten identificados en la realidad actual y que influye en su comportamiento psicológico lo que podría causar cambios habituales dependiendo de su aceptación en dichas plataformas. García et al. (2019), señalan que “La apertura de un perfil en las redes sociales no supone un compromiso ciudadano o político, pero si incide en la difusión de opiniones en distintos ámbitos” (p. 4). Lo que deduce según el autor es que los jóvenes acceden a las plataformas digitales sin recibir conociendo a fondo del mundo digital que está por experimentar, García et al. (2020) resaltan que:

En la actualidad, los y las adolescentes constituyen uno de los principales colectivos de mayor uso y consumo de tecnología y medios sociales. La investigación pone de manifiesto que el inicio en el uso de estas herramientas se va produciendo paulatinamente a edades cada vez más tempranas. (p. 2)

Este autor nos manifiesta que en su estudio descubre que cada vez el uso de las plataformas digitales envuelve a usuarios de temprana edad. En muchos casos se puede observar cómo niños piden dispositivos móviles para entretenerse y estar tranquilos, de la misma manera ellos son atraídos por las redes sociales. Lucciarini et al. (2021) afirman que “la última década ha sido atravesada por una irrupción en incremento de redes sociales. Principalmente utilizadas por público adolescente” (p. 2). En ese contexto muchas empresas creadoras de plataformas digitales

tienen como objetivo principal a estos usuarios como consumidores objetivos. Mejía (2020) menciona:

El auge de las herramientas tecnológicas y su incursión cada vez mayor en ambientes cotidianos, sumados a la experiencia del año 2020 hacen más evidente la necesidad de conocer más allá de la superficialidad de los alcances de estas tecnologías e indagar por sus consecuencias inmediatas y posteriores que ya se viven. (p.3)

Así mismo Cívico et al (2021) manifiestan “El confinamiento ha supuesto un aumento de la tecnología por parte de toda la población un consumo que se ha realizado de manera casi exclusiva en el ámbito privado del hogar” (p.3). Lo que lleva a pensar que con el inicio de la cuarentena el aumento del uso de las redes sociales sería inevitable según nos manifiesta Cívico.

En el año 2009 se lanzó al mercado de la tecnología la red social de mensajería WhatsApp con la intención de hacer competencia en el uso de estas plataformas donde existían rivales que estaban posicionados en momento, caso como BlackBerry Pin, al nacer esa plataforma los usuarios identificaron que el libre acceso de su uso daba facilidad de descarga en todos los dispositivos sin importar marca o sistema operativo, con ello WhatsApp se posicionaría como principal medio de comunicación digital. Veytia y Bastidas (2020), afirman que “El uso de WhatsApp se ha convertido en una de las actividades cotidianas para la mayoría de las personas” (p. 3). Luego de la llegada de la pandemia y la adaptación de las plataformas digitales para las clases en línea muchos gobiernos en la región buscaron alternativas para continuar con el proceso educativo, Cáscales et al. (2020) describen que:

Las redes sociales junto con las posibilidades que ofrecen los dispositivos móviles para acceder a estas herramientas y mantener de forma permanente el contacto, están promoviendo la comunicación entre diferentes miembros de la familia. Por todo ello, se muestra interés en conocer si las redes sociales (WhatsApp) suponen una óptima vía de comunicación centro-familia ya que ello podría suponer gran avance y mejora en el proceso de enseñanzas y aprendizaje. (p 73-74)

Esta plataforma digital superó las expectativas principales por la que fue creada, tanto así que después de haber sido lanzada en el 2009, fue comprada por Facebook a inicios del 2014, lo que cambió la pretensión principal de ser una plataforma de mensajería a ser una red de intercambio de comunicación no solo de texto si no de multimedia y para acelerar este proceso en la evolución y con la llegada de la pandemia ahora es utilizada para la trasmisión de documentos.

Así mismo Hernández (2020) afirma: “Además las redes sociales también nos permiten saber qué es lo que pasa a nuestro alrededor, convirtiéndonos a todos en reporteros callejeros” (p.3). Luego de la llegada de la pandemia y el inicio de la cuarentena en la ciudad de Manta muchas personas buscaban estar siempre informados, por medio de las redes sociales encontraron una alternativa, las transmisiones en vivo, esto en la mayoría de plataformas fue creciendo tanto así que los usuarios se adaptaron a consumir información por este medio. Marín y Cabero (2019) consideran que.

La presencia de las redes sociales como Instagram, Facebook, LinkedIn o WhatsApp van dibujando no solo un nuevo perfil en la forma de entender la práctica educativa sino también en las relaciones que se establecen entre los estudiantes y de estos con sus profesores. (p.3)

En el inicio de la cuarentena en Ecuador y en varios países del mundo, según Arcos (2021) “Más de tres millones de personas en el mundo al día se descargaron TikTok” (p.6) la plataforma de videos se posesionó como la aplicación más descargada por jóvenes, esta plataforma que se creó para compartir música y coreografías fue cambiando y evolucionando acorde los jóvenes empezaron a utilizarlas, sin tener en cuenta sus creadores tuvieron que cambiar los algoritmos principales debido a que sus usuarios empezaron a grabar videos de diferentes contenidos, saliendo así del círculo principal para el que fue creado.

Becerra y Taype (2020) concluyen que “La pandemia por Covid-19 y la necesidad de distanciamiento físico ha mantenido a las personas en sus casas, lo que ofreció una oportunidad para explorar esta aplicación, que antes era utilizada por adolescentes” (p.249). en este mismo concepto Méndez (2020) establece que:

En un contexto en el que las redes sociales más famosas están repletas de estándares de belleza y vida inalcanzables, llegó TikTok como un espacio liberador y empoderado para la generación Z, donde el contenido está condicionado por la creatividad y autenticidad de sus creadores. (p.28)

Los jóvenes pretenden en muchas ocasiones mediante las redes sociales mostrar una vida de estándares altos además de transmitir los mejores momentos de su vida e incluso hasta lo que consumen, dejando así su información privada a convertirla en pública, Ballesteros (2020) enfatiza “En que una epidemia es relatada a través de las redes sociales, tiene serias implicaciones en su percepción y evaluación social” (p.172). Lo que nos acerca el autor en que muchas de las historias compartidas y creadas por los jóvenes están distantes a la realidad actual del usuario.

Las plataformas digitales han llevado a que muchos jóvenes en la ciudad de Manta utilicen con más frecuencia sus dispositivos móviles como canal de información principal (Molina et al, 2019, p.12) según el autor la mayoría de los jóvenes en la ciudad de Manta tienen como preferencia el uso de las plataformas digitales mediante sus dispositivos, de esta manera la comunicación entre demás círculos sociales es ininterrumpida al salir de casa, además que al momento de decidir en la toma de una decisión siempre consultan con sus allegados, en este concepto Calderón y Arteaga (2020) afirman que “En los últimos años el auge tecnológico en la ciudad de Manta ha determinado que los procesos de comunicación se adapten a las nuevas tendencias que van a la par con la evolución social de las personas”.

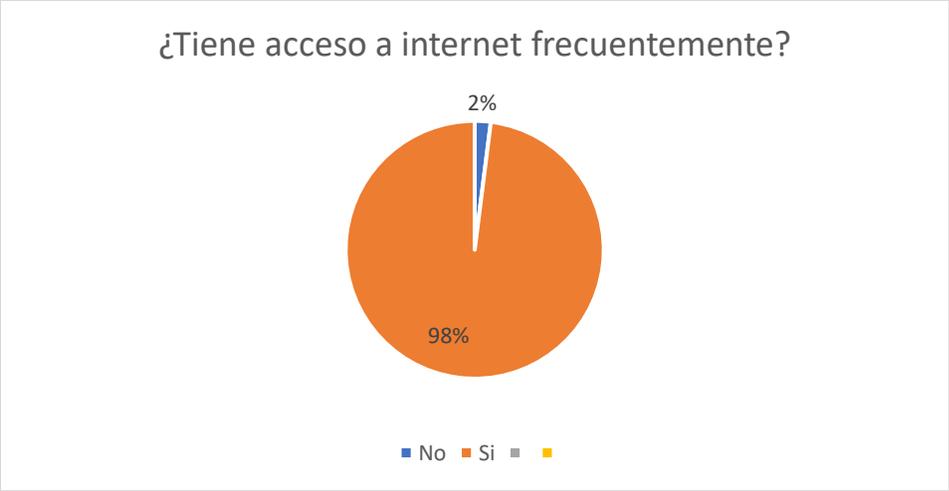
## **Análisis y discusión de resultados**

En la exploración de la investigación que realizan varios autores se ha podido identificar que autores como García y Luccirini (2019) coinciden en que los jóvenes son dependientes cada vez más de las redes sociales, sin embargo autores como Marín y Méndez (2020) destacan la importancia de las redes sociales en los jóvenes y que esto les permite llegar a otros sitios que con la llegada de la pandemia ha sido difícil sostener, tales como las clases virtuales o las reuniones entre amigos que pasaron de ser de lo presencial a lo virtual.

Autores como Ballesteros y Domínguez (2020) coinciden en que las plataformas digitales han mejorado las formas de comunicación en el inicio del confinamiento por la llegada del Covid#19 y que al mismo tiempo los jóvenes experimentaron nuevos cambios al verse alejados de la cotidianidad. Cívico (2021) además señala a los jóvenes como los principales protagonistas del cambio que han sufrido algunas redes sociales.

Mediante el proceso de investigación se realizaron 100 encuestas digitales a los jóvenes de entre 16 a 24 años, con el fin de tener resultados que acerquen a identificar las variables en el proceso de la evolución de la comunicación, dejando como resultado lo siguiente:

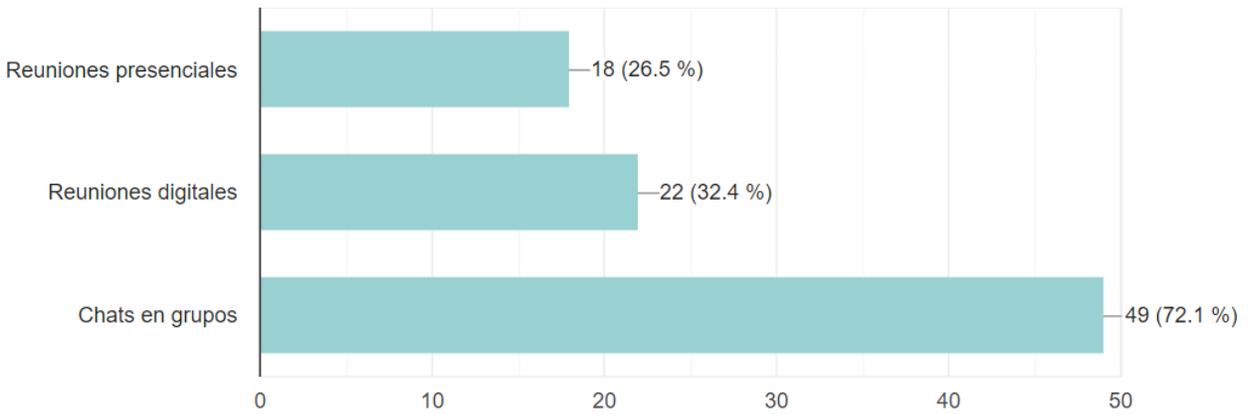
Gráfico 1



Para iniciar la encuesta es necesario conocer el grado de acceso a internet que tienen los encuestados, en este primer cuadro se observa que el 98% de los jóvenes que respondieron tiene acceso a internet, hay que señalar que: “las actividades académicas en el territorio ecuatoriano aún son de manera virtual desde el inicio de la pandemia, lo que obliga al esfuerzo familiar de tener constante acceso a internet en casa, esto también cubre las actividades laborales de manera digital que algunos padres de familia cumplen” (fuente: Ministerio de trabajo).

Gráfico 2

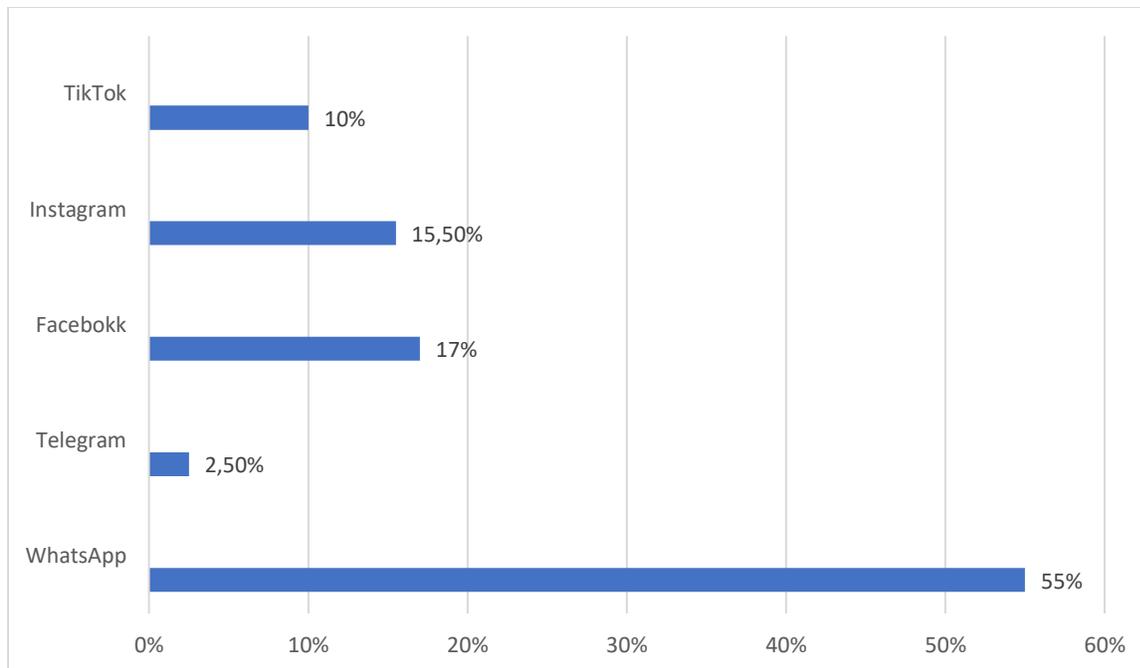
¿De qué manera te comunicas con tus amigos?



Este gráfico responde a que el 72% de los encuestados prefiere estar conectado en chats de grupos, ya que les facilita la transmisión de comunicación de forma masiva, esta aplicación da la opción de enviar un mismo mensaje a un grupo de personas y así evitar escribir uno a uno, con este resultado en las respuestas encontradas en la encuesta nos acerca a determinar que el modo de comunicación en los jóvenes de entre 16 a 24 años de edad tienen mayor aceptación por los medios digitales.

Gráfico 3

¿De estas 5 plataformas digitales, cuáles son las 3 que más usas?



La pregunta realizada en este cuadro complementa el gráfico 2, establece las plataformas digitales más usadas por los jóvenes, WhatsApp se lleva el primer lugar con una aceptación que da a entender que es la plataforma más viable no solo por el intercambio de texto si no que mediante esta aplicación de mensajería también se transmiten archivos, documentos, multimedia y se puede realizar llamadas tanto de voz como de video. Facebook con el paso del tiempo ha ido bajando su aceptación sin embargo no deja de ser una de las redes sociales más fuertes donde los jóvenes comparten su vida cotidiana y además transmiten información mediante comparticiones en su perfil.

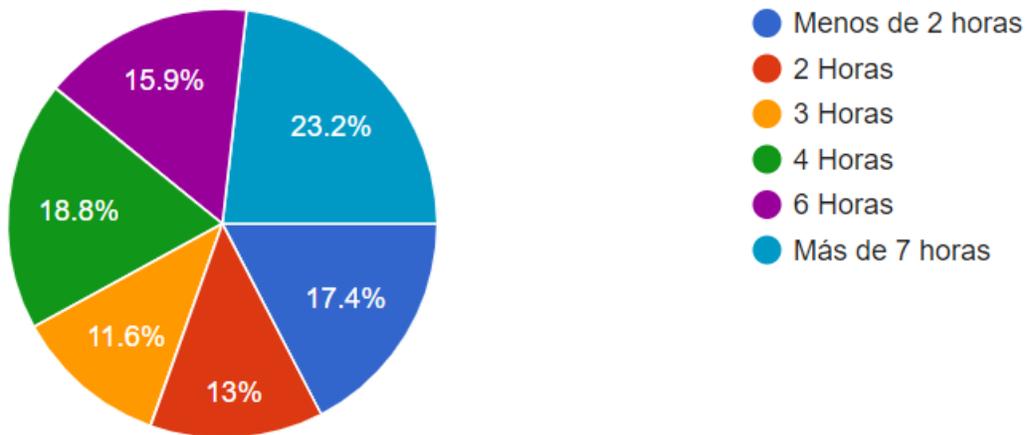
Instagram comparte un espacio importante en la aceptación de los jóvenes, esta aplicación fue diseñada para el posteo de fotos, aunque los usuarios han creado estrategias de marketing digital para así llegar a consumidores, ya sea de otros perfiles como de un producto o servicio, esta

aplicación no ha variado mucho con los años en la aceptación, sin embargo, su función principal es comercial, ya sea de imagen, productos y servicios.

TikTok es una de las plataformas que ha venido creciendo y que los jóvenes han aceptado, esta plataforma de videos fue una de las más descargadas durante el primer trimestre del 2021 según Luccirini,(2020), muchos de ellos cumplen el rol de consumidores, realizadores y distribuidores de contenido, dejando como la aplicación que más contenido audiovisual produce.

Gráfico 4

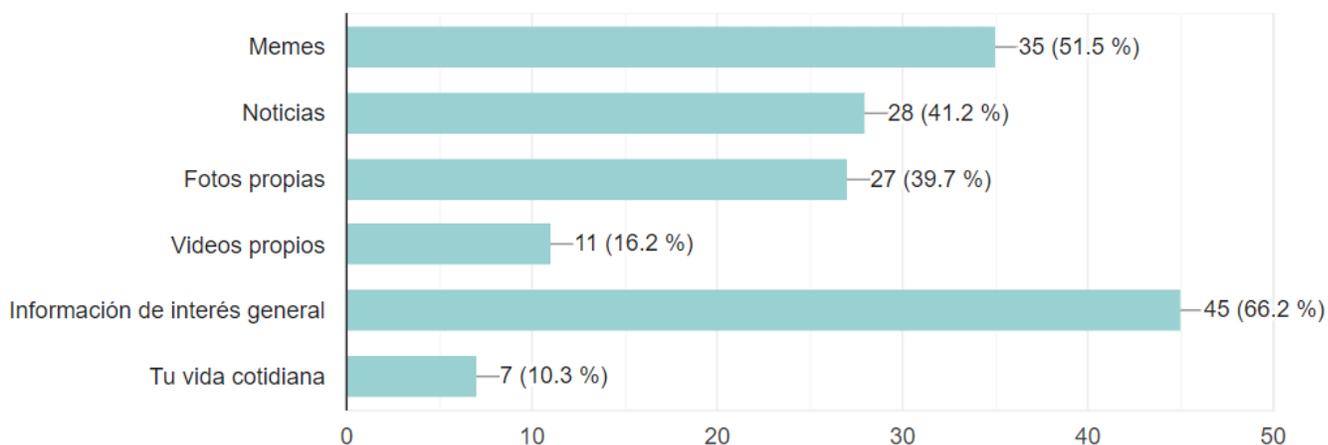
¿Cuántas horas al día dedicas al uso de las redes sociales?



Esta pregunta ayuda a entender en la investigación, las horas de uso que los jóvenes le dan a las redes sociales, el 17,4% afirmo que le dedican más de 7 horas diarias a estar conectados, a diferencia de los que usan menos de 2 horas, este resultado se acerca a lo que afirma Ballesteros (2020), sobre el uso excesivo de las redes sociales en los jóvenes en tiempos de pandemia.

Gráfico 5

¿Qué preferencias de contenidos compartes en las redes sociales?



En este cuadro nos acerca como resultado que los usuarios tienen como preferencia la compartición de ciertas categorías de contenidos y en este caso la información de interés general es lo que más les agrada compartir, los memes se han convertido en una herramienta de comunicación humorística que más aceptación va generando esto seguido de las noticias que publican los medios de comunicación y las fotos de los jóvenes que frecuentemente comparten a diario.

## Conclusiones

Los hallazgos realizados en esta revisión bibliográfica nos conducen a la conclusión que la comunicación humana sigue en constante evolución a tal punto que ha influido en el comportamiento de las personas, esto como prueba que los jóvenes transmiten sus emociones mediante estados digitales publicado en sus redes sociales, frecuentemente se ven en la necesidad de compartir acontecimientos que identifican como importantes, tales como viajes, reuniones entre amigos, experiencias diarias, anécdotas, a esto se le suma el tiempo que en el día pasan conectados en estas plataformas.

Mantener una comunicación sin tecnología es cada vez más insostenible para la vida del ser humano, ya que los campos primordiales de las actividades diarias han pasado a combinarse con las plataformas digitales, el trabajo, estudios, reuniones, e incluso eventos tienen como protagonistas a dichas plataformas, la transmisión de datos (documentos, archivos de diferentes formatos) se ha convertido en una cotidianidad profesional y educativa, donde dichas plataformas nos acercan en la comunicación.

Con las respuestas de la encuesta realizada se llega a entender el uso que los jóvenes les dan a las plataformas digitales, así como el tiempo de uso y contenidos de preferencia en sus perfiles.

También se constata que varios autores concluyen que las plataformas digitales son una herramienta que permite al ser humano estar informado y que a su vez los adolescentes se están convirtiendo en el público principal de dichas redes sociales que quieren captar la atención de

estos, el estudio también nos lleva a una reflexión sobre el tipo contenido que los jóvenes consumen a diario en estas plataformas.

## Referencias

- Arcos Díez, J. (2021). Caso de estudio: entender al usuario de TikTok: personalidad y comportamiento de consumo. <https://uvadoc.uva.es/handle/10324/48099>
- Ballesteros Herencia, C. A. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista española de comunicación en salud*, 171. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5459>
- Becerra-Chauca N, Taype-Rondan A. TikTok: ¿una nueva herramienta educativa para combatir la covid-19? *Acta Med Perú*. 2020;37(2):249-51. doi: <https://doi.org/10.35663/amp.2020.372.998>
- Benlloch, C. (2018, 9 de noviembre). *Evolución de los medios de comunicación: sensacionalismo e interacción*. Claudia Benlloch. <https://cbenlloch.com/2018/11/09/evolucion-de-los-medios-de-comunicacion-sensacionalismo-e-interaccion/>
- Bailón, J. C. C., & Flores, R. K. A. (2020). Nativos digitales: Perspectivas de su rol como consumidor. *Journal Business Science*, 1(2), 15-22. [https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business\\_science/article/view/47/45](https://revistas.uleam.edu.ec/index.php/business_science/article/view/47/45)

Cascales-Martínez, A., Gomariz Vicente, M. N., & Paco Simón, A. (2020). WhatsApp como herramienta educativa en educación primaria: Alumnado, docentes y familias. *Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación*.

<https://doi.org/10.12795/pixelbit.74213>

Cívico Ariza, A., Cuevas Monzonís, N., Colomo Magaña, E., & Gabarda Méndez, V. (2021). Jóvenes y uso problemático de las tecnologías durante la pandemia: una preocupación familiar. *Hachetetepe. Revista científica de Educación y Comunicación*, 22, 1–12.

<https://doi.org/10.25267/hachetetepe.2021.i22.1204>

Del Barrio Fernández, Angela, y Ruiz Fernández, Isabel. “Los adolescentes y el uso de las redes sociales” *Revista internacional de psicología del desarrollo y la educación*, vol. 3, no 1, 2014, pagina 572.

<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=349851785056>

Domínguez, Y. (2007). El análisis de información y las investigaciones cuantitativa y cualitativa. *Revista Cubana de Salud Pública*, 33(3), 0.

<https://doi.org/10.1590/s0864-34662007000300020>

García., B, Suosa, J.P., Lima, M.E.O. (2019). Comportamiento político social en redes sociales de universitarios de comunicación en Brasil, España y Portugal. *Observatorio*, 13(4), 52-69.

[http://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1646-59542019000400004&lang=es](http://www.scielo.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-59542019000400004&lang=es)

García-Jiménez, A., López-de-Ayala López, M. C., & Montes-Voz mediano, M. (2020). Características y percepciones sobre el uso de las plataformas de redes sociales y dispositivos tecnológicos por parte de los adolescentes. *ZER – Revista de estudios de Comunicación*, 25(48), 269-286. <https://doi.org/10.1387/zer.21556>

Hernández, N. (202, 15 de junio). Las redes sociales en los jóvenes: El caso de los influencers [Trabajo de fin de grado]. [https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/51901/TFG\\_NaroaHernandezCalzada.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/51901/TFG_NaroaHernandezCalzada.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Hughes, D. J., Rowe, M., Batey, M., Lee, A. (2012). A tale of two sites: Twitter vs Facebook and the personality predictors of social media usage. *Computers in Human Behavior*, 28(2), 561-569. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2011.11.001>

Luccirini, F., Losada, A. V., & Moscardi, R. (2021). Anorexia y uso de redes sociales en adolescentes. *Avances en Psicología*, 29(1), 33-45. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2021.v29n1.2348>

Marín-Díaz, V., & Cabero-Almenara, J. (2019). Las redes sociales en educación: desde la innovación a la investigación educativa. *RIED. Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, 22(2), 25. <https://doi.org/10.5944/ried.22.2.24248>

Méndez, L. (2020). Publicidad social en TikTok: análisis del perfil de la OMS durante la crisis del coronavirus. <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/43770>

Mejía, C. (2020) Redes sociales y jóvenes: *Análisis de usos y niveles de integración en el instituto comfamiliar Risaralda*. Technology inside. <https://cpic-sistemas.or.cr/revista/index.php/technology-inside/article/view/65>

Montalvo, L., Orozco, C. (agosto,2020) Disrupción digital en tiempos de pandemia efectos en el mercado tecnológicos en la provincia de Manabí – Ecuador. *Polo del conocimiento*, 5(8), 3. [10.23857/pc.v5i8.1592](https://doi.org/10.23857/pc.v5i8.1592)

Molina, G., Ponce, J., Gracia, E., Molina, A., (2019). El marketing de influencers y su incidencia en las decisiones de compra de los habitantes de la ciudad de Manta-Ecuador. *Revista Caribeña de ciencias sociales*.  
<https://www.eumed.net/rev/caribe/2019/07/marketing-influencers-ecuador.html>

Sagan, C. (2021). *Los dragones del Edén: Especulaciones sobre la evolución de la inteligencia humana*. Crítica.

<https://www.amazon.com.mx/dp/8498928052?tag=scribbrmx-20&linkCode=osi&th=1&psc=1>

Van Dick, J, (2016). La cultura de la conectividad: Una historia de crítica de las redes sociales. *Sociología y política, serie rumbos teóricos*. (p.11). Editorial Argentina siglo XXI.

Veytia Bucheli, M. G., & Bastidas Terán, F. A. (2020). WhatsApp as resource for group work in university students. *Apertura*. 12(2), 74-93.

<https://doi.org/10.32870/ap.v12n2.1911>