



*La evolución de la comunicación humana en las plataformas digitales*

*The evolution of human communication on digital platforms*

*A evolução da comunicação humana nas plataformas digitais*

José Clemente Gómez-López <sup>I</sup>

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

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

Mauro Bienvenido Mera-Sornoza <sup>II</sup>

[Maumer2003@yahoo.com](mailto:Maumer2003@yahoo.com)

<https://orcid.org/0000-0002-6246-4690>

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

Ciencias de la Computación

Artículo de Investigación

\* **Recibido:** 23 de noviembre de 2022 \***Aceptado:** 12 de diciembre de 2022 \* **Publicado:** 9 de enero de 2023

- I. Magíster en Comunicación Mención en Comunicación Digital, Licenciado en Ciencias de la Comunicación Mención Periodismo, Ecuador.
- II. Magíster en Comunicación Mención en Comunicación Digital, Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Ecuador.

## 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 posesionarse en las necesidades de la comunicación humana, aunque estas se hayan creado para un objetivo específico, pero en el camino van evolucionando de acuerdo a los requerimientos y gustos del usuario. El estudio muestra cómo han influido dichas plataformas en los jóvenes de entre 16 a 24 años en época de pandemia, además de cómo estas han cambiado el comportamiento en la comunicación. El objetivo principal de este artículo es dar a conocer los posibles efectos que causan vivir en constante dependencia de las plataformas digitales en la ciudad de Manta, provincia de Manabí y explicar cómo estas se alimentan de los usuarios sin que ellos se den cuenta. Se hace un análisis partiendo de investigaciones en este campo y se fortalece la idea mediante encuestas a jóvenes, utilizando métodos descriptivo y análisis de estudios realizados por el autor, 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 de los jóvenes, toma de decisiones y cambio de hábitos en la vida cotidiana donde las poblaciones más vulnerables se podrían transformar en las más fuertes o viceversa.

**Palabras Clave:** 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 take possession of the needs of human communication, although these have been created for a specific objective, but along the way they evolve according to the requirements and tastes of the user. The study shows how these platforms have influenced young people between the ages of 16 and 24 in times of pandemic, as well as how they have changed behavior in communication. The main objective of this article is to publicize the possible effects caused by living in constant dependence on digital platforms in the city of Manta, Manabí province and to explain how they feed on users without them noticing. An analysis is made based on research in this field and the idea is strengthened through surveys of young people, using descriptive methods and analysis of studies carried out by the author, 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 behavior of young people, decision making and change of habits in daily life where the most vulnerable populations could become the strongest or vice versa.

**Keywords:** Evolution; Communication; Digital platforms; Youths.

## Resumo

A humanidade tende a evoluir de acordo com a exigência que o mundo exige. Na comunicação, as plataformas digitais surgiram como um canal que altera a forma de transmitir emoções para além de uma mensagem. Estes espaços digitais procuram a cada dia apropriar-se das necessidades da comunicação humana, embora estas tenham sido criadas para um objetivo específico, mas ao longo do caminho evoluem de acordo com as exigências e gostos do utilizador. O estudo mostra como essas plataformas influenciaram jovens entre 16 e 24 anos em tempos de pandemia, bem como mudaram o comportamento na comunicação. O principal objetivo deste artigo é divulgar os possíveis efeitos causados por viver em constante dependência de plataformas digitais na cidade de Manta, província de Manabí e explicar como eles se alimentam dos usuários sem que eles percebam. É feita uma análise com base em pesquisas neste campo e a ideia é fortalecida por meio de pesquisas com jovens, usando métodos descritivos e análise de estudos realizados pelo autor, neste processo pretende-se divulgar as mudanças que geraram o uso de plataformas digitais bem como o tempo que lhes dedicam e a sua influência no comportamento dos jovens, na tomada de decisões e mudança de hábitos na vida quotidiana onde as populações mais vulneráveis podem tornar-se as mais fortes ou vice-versa.

**Palavras-chave:** Evolução; Comunicação; Plataformas digitais; jovens.

## Introducción

La comunicación humana ha venido evolucionando de acuerdo a las nuevas necesidades y nacimientos de plataformas digitales, las cuales han influido en el comportamiento de la 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 encuestas digitales realizadas a los jóvenes, que tipo de plataformas digitales son las más utilizadas y sus preferencias de contenidos, determinando si estas generan un tipo de adicción, describiendo los beneficios o consecuencias que estas pudieran causar. 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 se ha adaptado a cumplir un ciclo digital de ser consumidor, creador y distribuidor de contenidos multimedia.

### **Metodología y Técnicas a utilizar**

Para esta investigación de carácter cuantitativo y haciendo uso del método analítico - descriptivo permite hacer un análisis profundo con respecto a la temática planteada y aplicando técnicas como son: encuestas y observación por medio de instrumentos como cuestionarios y fichas de observación se buscan obtener insumos que permitan determinar las consecuencias o beneficios de la comunicación en plataformas digitales y como estas han influido en las formas de transmitir un mensaje.

Domínguez (2007) afirma que “El producto de una investigación de corte cuantitativo será un informe en el que se muestre una serie de datos clasificados, sin ningún tipo de información adicional que le dé una explicación” (p.5). Por ello 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.

### **Marco conceptual**

En la larga historia de la vida humana la evolución ha sido parte fundamental para la permanencia de la especie, las formas de como el hombre se comunica también ha evolucionado desde el principio de humanidad hasta la actualidad, con la llegada de la globalización y el internet la forma de transmitir un mensaje a larga distancia se convirtió de un proceso de tiempo a un resultado instantáneo, en esto llegaría el año de 1997 cuando aparece las plataformas digitales de comunicación basada en las redes sociales 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 desarrollo.

Montalvo y Orozco (2020) mencionan “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 cambio y evolución que sigue transformando al ser humano y que altera su vida cotidiana. 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 aceleró y su utilización. 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.

Al cambiar la forma de comunicarse se alteran varios hábitos que perduraban hasta el siglo pasado. 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 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 no perder el hilo de ser centro de atención ante la sociedad, en este proceso ciertas redes sociales como Facebook paso de ser una red social que tenía como objetivo acercarte a tus amigos con botones de búsqueda, información general de un perfil y publicaciones de pensamientos de quienes lo usan 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 afirma 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). Con lo pensado de este autor se deduce que no en todos los casos influye un cambio emocional el uso de las redes sociales, estos resultados se analizaran con los gráficos de las encuestas realizadas, 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)

Con lo escrito por este autor nos manifiesta que en su estudio descubre que cada vez el uso de las plataformas digitales envuelve a usuarios de tempranas edad. En la actualidad podemos observar cómo niños piden dispositivos móviles para entretenerse y estar tranquilo, de la misma manera ellos alimentan una prematura adicción a los dispositivos móviles. 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.

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 tenían rivales que estaban posesionados 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 apoderaría 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). Mientras que 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 supero las expectativas principales por la que fue creada tanto así que años después de su lanzamiento fue comprada por Facebook, lo que cambio 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 académicos para los estudiantes, en la misma línea López et al (2020) describen:

Las tecnologías de la informática y la comunicación están cambiando el paradigma tradicional de la enseñanza, donde las nuevas generaciones presentan una necesidad de aprendizaje con mayor velocidad, consecuentemente la interconectividad con las diversas redes sociales permite acrecentar las colonias del conocimiento y trasferir de manera eficiente fundamentos y teorías que sirvan para el desarrollo de los saberes y el mejoramiento del proceso educativo y su calidad. (p. 71)

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) lo que afirma el autor que muy aparte de la comunicación que era el objetivo principal de las redes sociales con el modo de vida y su utilización ahora muchos lo utilizan más allá de la educación y trasmisión de mensajes también como medio para trasmisiones en vivo, esto en la mayoría de plataformas ya es aplicable. Con esto la aceptación o rechazo de las personas con el usuario afecta en muchos casos su modo de vida. En la educación el uso de estas herramientas también es perceptible el trato comunicativo entre docentes y estudiantes, Marín y Cabero (2019) consideran que.

La presencia de elementos como Instagram, Facebook, LinkedIn o WhatsApp van dibujando no solo un nuevo perfil en la forma de entender la practica 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 la plataforma de videos TikTok 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)

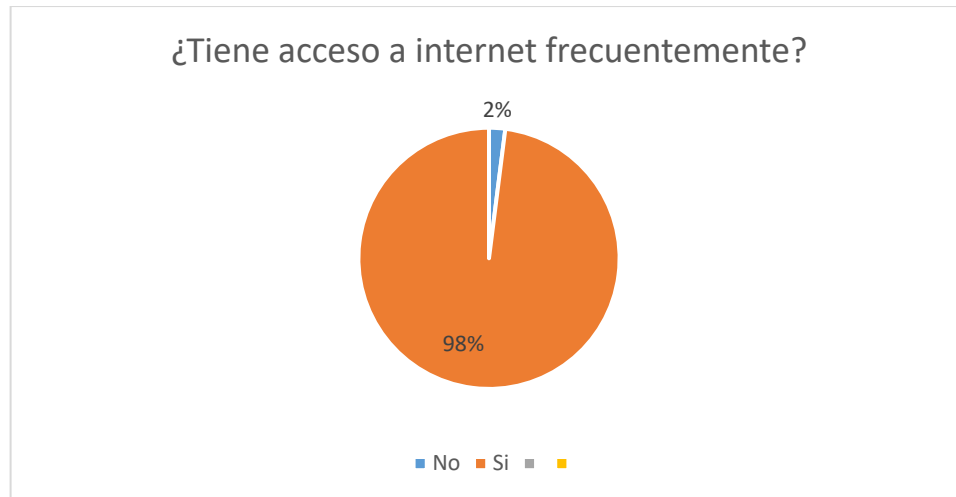
Los jóvenes pretender en muchas ocasiones mediante las redes sociales mostrar una vida de estándares altos y en muchas ocasiones transmitir los mejores momentos de su vida e incluso hasta lo que consumen, dejando así una información plenamente privada a convertirla en pública, Ballesteros (2020) enfatiza “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 lleva como conclusión a que muchas de las historias compartidas y creadas por los jóvenes están distantes a la realidad actual del usuario.

### **Análisis y discusión de resultados**

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

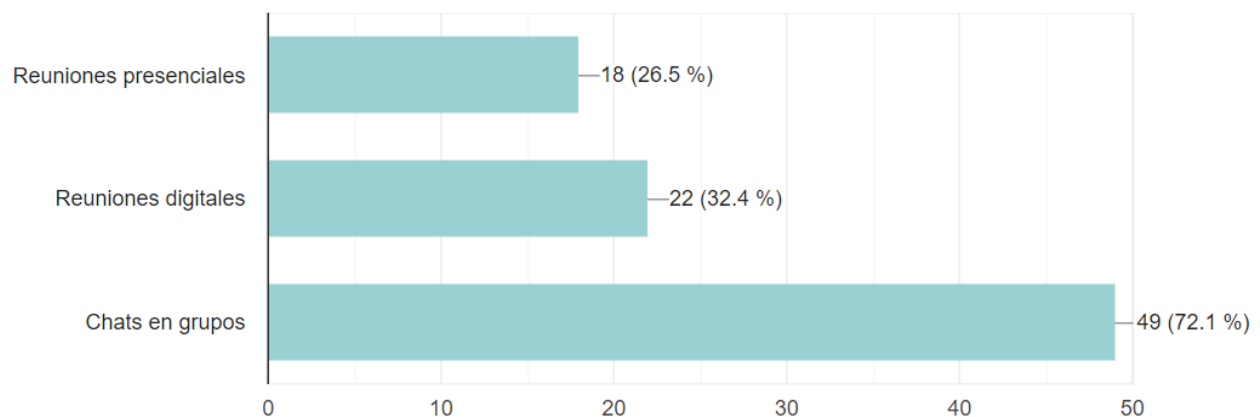




En este primer cuadro se observa que el 98% de los jóvenes encuestados tiene acceso a internet, hay que señalar que las clases en el territorio ecuatoriano aún son de manera virtual desde el inicio de la pandemia, lo que obliga al esfuerzo familiar de tener constante acceso a internet en casa, esto también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

Gráfico 2

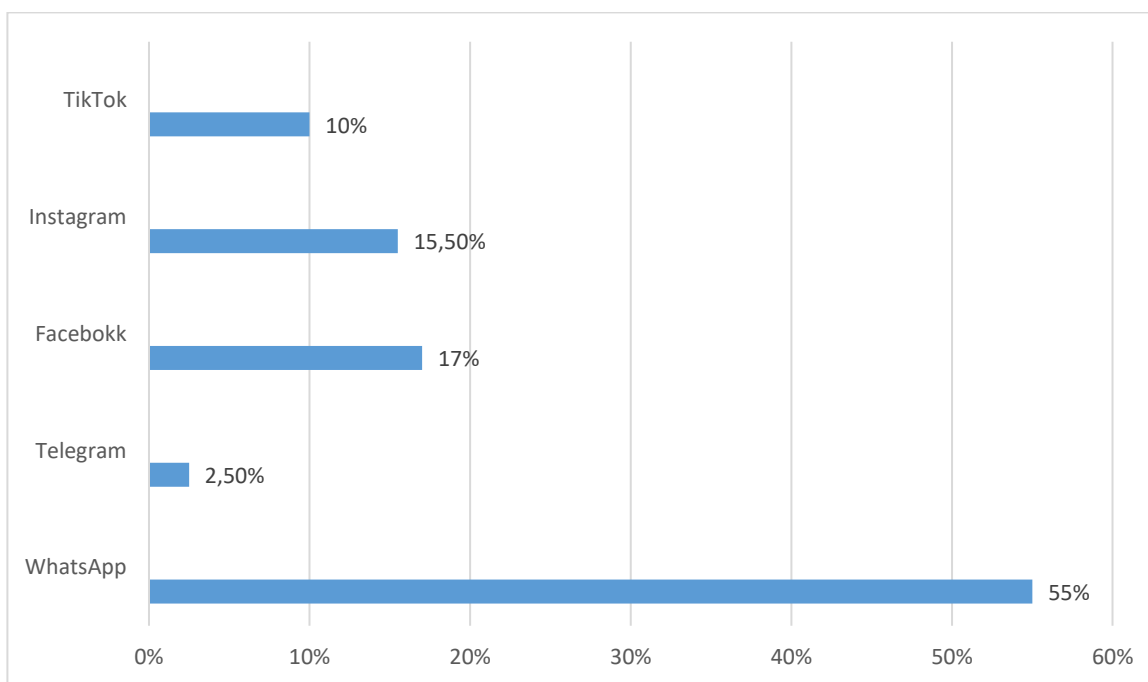
¿De qué manera te comunicas con tus amigos?



Este grafico responde a que el 72% de los encuestados prefiere estar conectado en chats de grupos, ya que les facilita la trasmisión de comunicación de forma masiva, es decir que envían un mismo mensaje a un grupo de personas y así evitan 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, más allá que la pandemia ha obligado a que las personas se comuniquen de manera virtual esto ha sido aceptado a tal modo que difícilmente estos resultados puedan variar.

Gráfico 3

¿Cuáles son las 3 plataformas digitales que más usas?



La pregunta realizada en este cuadro complementa el grafico 2, establece las plataformas digitales más usadas por los jóvenes, WhatsApp se lleva el primer lugar con una aceptación que nos afirma a esta plataforma la más viable no solo por el intercambio de mensaje si no que mediante esta aplicación de mensajería también se transmiten archivos, documentos, multimedia y más. Facebook con el paso del tiempo ha ido decayendo sin embargo no deja de ser una de las más fuertes redes

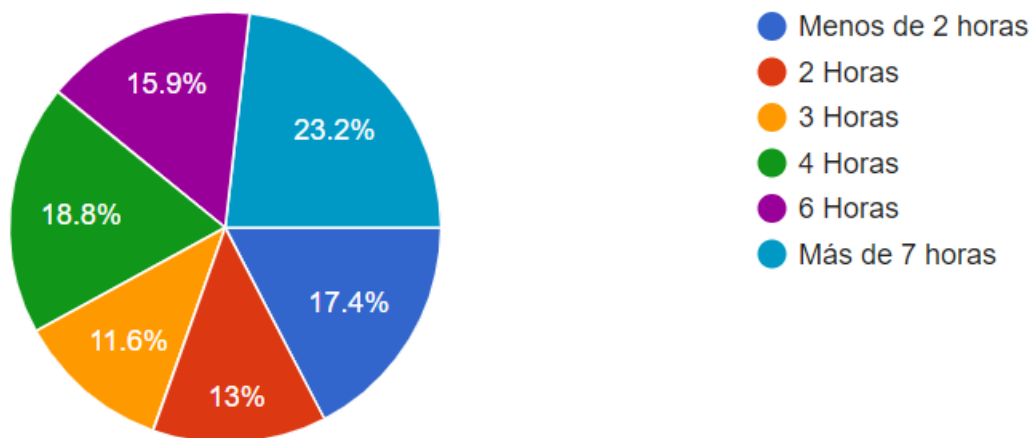
sociales donde los jóvenes comparten su vida cotidiana y además transmiten información mediante comparticiones en su perfil.

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 ha venido creciendo de una manera acelerada y es que los jóvenes han aceptado esta plataforma de videos de una manera acelerada, muchos de ellos cumplen el rol de consumidores, realizadores y distribuidores de contenido, dejando como la aplicación que más contenido audiovisual produce.

Gráfico 4

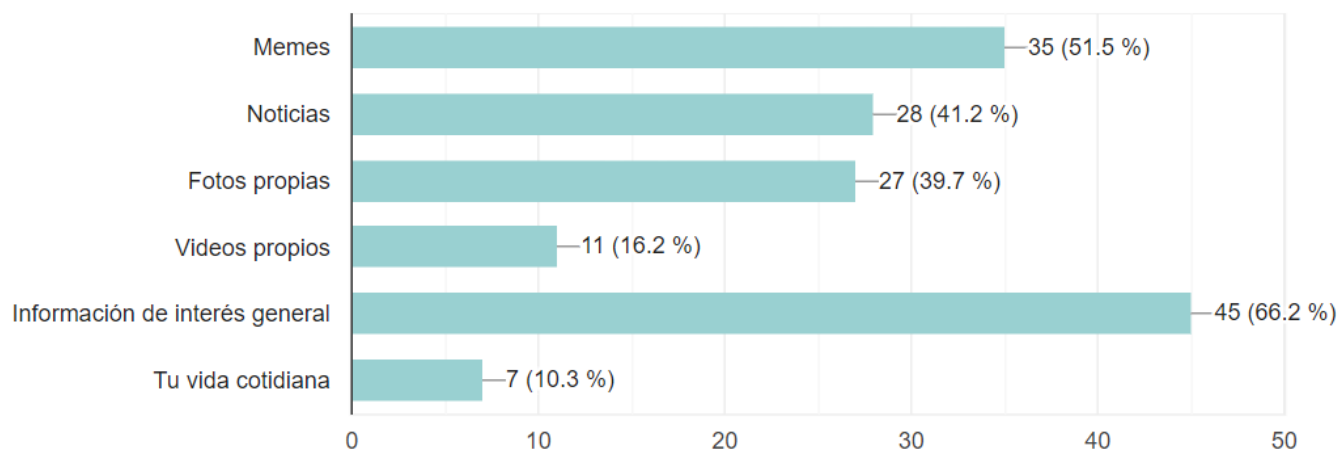
¿Cuántas horas al día dedicas al uso de las redes sociales?



Esta pregunta ayuda a entender en la investigación, las horas de uso que los jóvenes le dan a las redes sociales, el 17,4% afirmó 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 ciertos 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

En base al estudio realizado se llega 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 importante, tales como viaje, reuniones entre amigos, experiencias diarias, anécdotas. A esto se le suma a que el mayor tiempo en el día el estar conectados en estas plataformas es prioritario y que en muchas ocasiones el fallo de esta conexión implica reacciones en el estado de ánimo de los jóvenes y que implica una baja autoestima que en ocasiones suele ser temporal.

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 a la transmisión de estas, sin embargo con el uso de la tecnología se es fácil encontrarse con diferentes distractores.

Los modos de expresión como actitudes, sentimientos y estados de ánimo son visibles en la transmisión mediante el uso de las plataformas digitales, reconocer lo antes mencionado se lleva a cabo en los cambios consecuentes que muchos jóvenes realizan en sus perfiles de redes sociales, en varios casos el cambio de publicaciones lleva al usuario a reconocer ciertos problemas que transmiten algunos jóvenes con mensajes indirectos, algunos publican incluso sus actividades diarias lo que implica el uso excesivo de información personal para luego transmitirla a pública lo que en muchos casos según varios autores analizados, atrae dependencia de los jóvenes mediante resultado de sus redes sociales

## Referencias

1. 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
2. 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>
3. Benlloch, C. (2018, 9 de noviembre). Evolución de los medios de comunicación: sensacionalismo e interacción. Claudia Benlloch.
4. <https://cbenlloch.com/2018/11/09/evolucion-de-los-medios-de-comunicacion-sensacionalismo-e-interaccion/>
5. 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>
6. Catalina-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)
7. 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>
  8. 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>
  9. 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>
  10. 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>
  11. López, Diego., Paredes, Z., Salazar, K., Silva, E., Peñuela, D., Zambrano, D. (2020) Aplicabilidad de las tecnologías de la informática y la comunicación en docentes de educación secundaria y superior: análisis de las redes sociales dentro del ámbito educativo. *Polo del conocimiento* (51) 71. <https://polodelconocimiento.com/ojs/index.php/es/article/view/1878/3671#>
  12. 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\\_NaroyaHernandezCalzada.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/51901/TFG_NaroyaHernandezCalzada.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
  13. 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>
  14. 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>

15. Ramón 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>
16. 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>
17. Sarduy 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>

© 2023 por los autores. Este artículo es de acceso abierto y distribuido según los términos y condiciones de la licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (CC BY-NC-SA 4.0) (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>).