

Instagram y su influencia en la salud mental de los jóvenes extremeños

Instagram and its influence on the mental health of young people in Extremadura

Marta Santillana-Sandoval^a, Patricia de-Casas-Moreno^a, Elizabeth-Guadalupe Rojas-Estrada^b

^a Departamento de Información y Comunicación, Universidad de Extremadura, España

^b Departamento de Educación, Universidad de Huelva, España

Originales

Resumen

Introducción: La irrupción de las Redes Sociales (RRSS) en nuestra era ha cambiado significativamente en la forma en que las personas se comunican, se organizan y se mantienen informadas. A pesar de sus potenciales beneficios, dentro del estudio de los medios sociales, estas plataformas también pueden generar efectos adversos, particularmente relacionados con la salud mental de la población juvenil. **Objetivo:** Analizar los patrones de uso y los hábitos de los jóvenes extremeños en la plataforma Instagram, con el propósito de comprender su impacto en el bienestar psicológico y la salud mental. **Metodología:** Estudio de metodología cuantitativa, de carácter preliminar, exploratorio y descriptivo. Se empleó el cuestionario como instrumento de análisis, recopilando un total de 103 respuestas de jóvenes de edades entre los 12 y 30 años. **Resultados:** Destaca que los jóvenes de Extremadura no están plenamente informados sobre los riesgos que las RRSS pueden presentar, lo que limita su capacidad para reconocer y abordar síntomas y consecuencias negativas sobre salud mental. **Conclusión:** Es vital promover una educación digital integral dirigida a niños, adolescentes y jóvenes adultos, que fomente la adopción de prácticas y hábitos saludables en línea.

Palabras clave: redes sociales; salud mental; jóvenes; Instagram; educación digital.

Abstract

Introduction: The irruption of social media in our era has led to significant changes in the way people communicate, organise themselves and stay informed. Despite their potential benefits, within the study of social media, these platforms can also generate adverse effects, particularly with regard to the mental health of the youth population. **Objective:** To analyse the usage patterns and habits of young people in Extremadura on the Instagram platform, with the aim of understanding its impact on psychological well-being and mental health. **Methodology:** A quantitative, preliminary, exploratory and descriptive study. The questionnaire was used as an instrument of analysis, compiling a total of 103 responses from young people aged between 12 and 30 years. **Results:** It stands out that young people in Extremadura are not fully informed about the risks that social media can present, which limits their ability to recognise and deal with symptoms and negative consequences on mental health. **Conclusion:** It is vital to promote comprehensive digital education aimed at children, adolescents and young adults that encourages the adoption of healthy online practices and habits.

Key words: social media; mental health; adolescent; Instagram; digital education.

Introducción

La llegada de las Redes Sociales (RRSS) ha transformado profundamente las dinámicas de comunicación e interacción social, principalmente, entre los más jóvenes, considerados el segmento poblacional que más las emplea (Blasco-Fontecilla, 2021). Estas plataformas no solo facilitan el contacto interpersonal y el acceso a diferentes comunidades, sino que también se configuran como espacios de construcción de la identidad, expresión personal y validación social (Moreno-Barreneche, 2022). En este sentido, Mejía (2015, p. 49) describe las redes sociales como "espacios en línea que posibilitan la comunicación entre usuarios, el intercambio de intereses y gustos, la creación de comunidades, así como la realización de llamadas y vídeo llamadas, entre otras funciones".

Dentro del panorama actual de plataformas digitales, Instagram destaca como una de las preferidas y más utilizadas por los jóvenes españoles, especialmente aquellos comprendidos en el rango de edades entre los 18 y los 34 años, según un estudio realizado por IAB Spain (2023). Fue lanzada por primera vez el 6 de octubre de 2010, por estadounidenses Kevin Systrom y Mike Krieger. Originalmente denominada Burbn, la aplicación se centraba en la geolocalización y el check-in. No obstante, tras observar el interés predominante de los usuarios por compartir fotografías de distintos lugares, los desarrolladores decidieron redirigir el enfoque de la aplicación hacia la compartición de imágenes, lo que condujo su transformación (Bastero, 2022). Con el tiempo, la incorporación de funciones como las historias, los filtros o la aparición de la figura de los influencer ha consolidado esta red social como un espacio donde la estética, la aprobación social y la construcción de la autoimagen ocupan un lugar central. A raíz de ello, la imagen y la apariencia empezó a tomar mayor importancia dentro de Internet, surgiendo los primeros problemas y consecuencias de su uso (Feijoó et al., 2024).

En este punto, es necesario destacar la teoría de la autoimagen, la cual señala que la percepción que los individuos tienen de sí mismos está influenciada por la manera en la que creen ser percibidos por la sociedad (Sirgy, 1982). Esta constante exposición a través de la plataforma puede llegar a distorsionar la autopercepción, fomentando comparaciones sociales negativas en el bienestar emocional. En este sentido, la salud mental juega un papel clave en este ecosistema digital (Moreton & Greenfield, 2022). Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), la salud mental se define como un estado de bienestar en el que la persona es consciente de sus propias capacidades, es capaz de afrontar tensiones normales de la vida, trabajar de manera productiva y contribuir a su comunidad (OMS, 2022). No obstante, la presión por cumplir con los estándares las redes sociales pueden generar tensiones significativas que afecten a este equilibrio (Moreira-de-Freitas et al., 2021).

La influencia de las RRSS en las personas es uno de los fenómenos sociales más controvertidos de los últimos años, y un gran desafío para el sistema socio-sanitario. Múltiples estudios confirman que estas plataformas pueden causar afectaciones en el desarrollo emocional y psicosocial de la ciudadanía, especialmente en los niños y adolescentes, provocando problemas de salud mental como la ansiedad, la depresión, trastornos de conductas alimentarias o falta de sueño, entre otros (Martínez-Líbano et al., 2022; Llamas-Salgado & Pagador-Otero, 2014; Villafuerte-Zorrilla, 2019). En este contexto, Tajfel y Turner (1986), basándose en la teoría de la identidad social, explican cómo los jóvenes buscan definir su pertenencia a determinados grupos imitando patrones de comportamiento observados en las redes. Concretamente, estos referentes, conocidos como influencers, actúan moldeando opiniones, actitudes y hábitos de consumo, amplificando los efectos mediáticos sobre sus audiencias y, por ende, en su salud mental (Collado-Alonso et al., 2023; McQuail, 2010). En esta misma línea, hay que destacar la importancia de cómo enfrentarse a las redes sociales. De este modo, Ajzen (1991) alude a la teoría del comportamiento planeado para enseñar cómo las actitudes personales y las normas sociales y el control conductual percibidos, pueden influir en la decisión de publicar contenidos, interactuar o modificar la identidad en busca de aceptación.

La incidencia de Instagram en la salud mental de los jóvenes puede manifestarse a través de la ansiedad y la depresión (García-Puertas, 2020; Adeyanju et al., 2021). Un estudio realizado por Unicef (2021) afirma que estos trastornos son unas de las enfermedades más comunes entre los adolescentes europeos. En el caso de España, se estima que dos de cada diez adolescentes, entre los 10 y los 19 años, presentan algún tipo de problema de salud mental. Además, el informe destaca una mayor prevalencia de estas afecciones entre las mujeres. Por otro lado,

La influencia de las RRSS en las personas es uno de los fenómenos sociales más controvertidos de los últimos años, y un gran desafío para el sistema socio-sanitario

la exposición a las pantallas antes de dormir y el tiempo dedicado a las redes sociales pueden perturbar el sueño y provocar insomnio, afectando negativamente la calidad del descanso (Hansen, 2021). Además, los adolescentes pueden enfrentar traumas debido al ciberacoso, que incluye comentarios negativos y otras formas de hostigamiento en línea, impactando tanto en su bienestar emocional como en su rendimiento académico (Gentzler et al., 2024).

La transición de la niñez a la pubertad y la posterior etapa de la adolescencia representan momentos críticos y complejos en el desarrollo de cualquier individuo, marcados por una serie de cambios significativos. Estas fases son fundamentales para el desarrollo emocional y psicosocial (Baztán, 1994). Por lo tanto, el uso de las RRSS durante estos años puede ocasionar más problemas e inconvenientes, con el potencial de afectar adversamente la salud (Smith et al., 2023).

Metodología

El presente estudio tiene como objetivo analizar los patrones de uso y los hábitos de los jóvenes extremeños en la plataforma Instagram, con el propósito de comprender su impacto en el bienestar psicológico y la salud mental. Para ello, se ha adoptado un enfoque metodológico cuantitativo (Hernández-Sampieri et al., 2014). Este tipo de enfoque permite recoger datos estructurados que facilitan la identificación de patrones dentro de la muestra analizada.

El corte de la investigación es de carácter preliminar, exploratorio y descriptivo. Esta elección metodológica se justifica por la accesibilidad del público objetivo, así como por la necesidad de obtener una muestra representativa del colectivo de jóvenes de Extremadura, considerados una de las franjas sociales con mayor presencia en las redes sociales y, a la vez, más afectadas psicológicamente.

El instrumento escogido para llevar a cabo esta investigación ha sido el cuestionario. Una herramienta que, según Meneses (2016, p. 9), permite formular una serie de preguntas para obtener información organizada sobre un grupo de personas, al aplicar un tratamiento cuantitativo a las respuestas. La herramienta de recolección de datos se basó parcialmente en el estudio de de-Casas-Moreno, Tejedor-Calvo y Romero-Rodríguez (2018) (<https://forms.gle/tzTsLevhnvRzDhmp7>) y consta de 19 ítems que combinan respuestas de elección múltiple con escalas de tipo Likert. Estos ítems se agruparon en cuatro dimensiones: a) Perfil Socio-Demográfico, recopila información básica sobre los participantes, como su edad, género y nivel educativo; b) Conocimiento y uso de las redes sociales, se indaga sobre las plataformas preferidas de los participantes, así como la finalidad de su uso y otros aspectos relacionados; c) Uso e influencia de Instagram, se incluyen preguntas sobre la frecuencia y duración del uso de la plataforma, así como las actividades realizadas en ella; y d) Salud mental y hábitos nocivos en Instagram, explora experiencias y sentimientos nocivos asociados al uso de Instagram, como el impacto emocional de la plataforma y la presencia de comportamientos o pensamientos negativos.

El cuestionario fue sometido a un proceso de validación, llevado a cabo por cinco profesores doctores en Periodismo y Comunicación Audiovisual. Cada uno de ellos evaluó la pertinencia, la claridad y la coherencia de los ítems. Para su evaluación, se utilizó una escala ordinal de cuatro puntos: 1. Completamente en desacuerdo, 2. En desacuerdo, 3. De acuerdo, 4. Completamente de acuerdo. El cuestionario alcanzó un índice Alfa de Cronbach de 0,893 sobre una escala de 0,9, señalando una alta consistencia interna y fiabilidad del instrumento. Este valor se encuentra dentro de los rangos aceptados para garantizar la validez interna del instrumento en las ciencias sociales (George y Mallery, 2003). Esto permite asegurar que las preguntas incluidas miden de forma coherente las variables planteadas.

La difusión del cuestionario se realizó a través de redes sociales, de manera autoadministrada, durante un período de 20 días, desde el 15 de diciembre de 2023 hasta el 3 de enero de 2024, durante el cual se recibieron 103 respuestas. La elección de esta plataforma para la recolección de los datos responde a la lógica del propio objeto de estudio: jóvenes extremeños de entre 12 y 30 años y que usen Instagram. Por este motivo, se optó por una muestra no probabilística por conveniencia, ya que se trata de un método eficaz para acceder de manera directa y rápida al público objetivo a través de los canales donde se desarrolla el fenómeno analizado. Si bien esta estrategia limita la generalización de los resultados, resulta pertinente en investigaciones exploratorias centradas en dinámicas digitales juveniles. De este modo, permitirá una aproximación inicial a la realidad estudiada.

Para atender a los resultados, se han tomado en cuenta los valores de media y desviación típica. Todos los datos fueron analizados con el software SPSS v.27.

Resultados

Análisis del perfil socio-demográfico de los encuestados

El análisis de esta dimensión revela que el grupo de edad predominante entre los encuestados abarca el rango de entre 17 a 23 años, representando el 69,9% del total. Este dato refleja la alta participación de usuarios en este rango de edad en redes sociales, siendo coherente con las tendencias de uso de plataformas digitales entre los jóvenes. Además, este grupo también es el más susceptible a los efectos de socialización digital, concretamente, en relación con la salud mental. Le sigue el grupo de 24 a 30 años, que constituye el 26,2%, mientras que el grupo de 12 a 16 años representa el 3,9%.

En cuanto al género, las mujeres conforman el 76,7%, seguidas por los hombres con el 21,4%. Aquellos que seleccionaron la opción “otro” representan el 1,9%. Este sesgo de género refleja la mayor participación de mujeres en estudios relacionados con el empleo de las redes sociales, manifestando una mayor predisposición a compartir su vida en línea.

En relación con la dedicación de los individuos, el 54,4% son estudiantes, el 23,3% están empleados, el 18,4% realizan ambas actividades, y el 3,9% se encuentran desempleados. Los estudiantes son los que pasan más tiempo en plataformas, reforzando la necesidad de evaluar cómo el uso intensivo de las mismas puede incidir en su bienestar psicológico. Respecto a la educación, el mayor porcentaje de los encuestados (41,7%) corresponde a aquellos que han obtenido un grado universitario. Le siguen los que obtuvieron el bachillerato (24,3%), y los que han finalizado una formación profesional (15,5%). Por otro lado, los porcentajes más bajos son de aquellos encuestados que cuentan con la educación secundaria obligatoria (9,7%), máster (7,8%) y doctorado (1%). Finalmente, solo el 1% no ha concluido ningún nivel educativo formal. Este perfil educativo muestra una mayoría de participantes con un nivel educativo superior, lo cual es relevante para analizar cómo los jóvenes con distintas formaciones interactúan en redes sociales.

Los datos muestran una alta participación de usuarios de 17 a 23 años en redes sociales, lo que coincide con las tendencias digitales entre los jóvenes

Análisis del conocimiento y uso de las redes sociales

La gran mayoría de los encuestados (97,1%) usa las redes sociales para entretenerse. Otras de las actividades más comunes es informarse de la actualidad (58,3%), chatear con amigos o familiares (53,4%) y conocer o seguir tendencias (45,6%). Les siguen otras tareas como conocer sitios nuevos (38,8%), saber lo que hacen los demás usuarios (28,2%) y, por último, mostrar lo que los individuos realizan en su día a día a través de las redes (14,6%). Con estos datos podemos confirmar que la manera de entretenernos ha cambiado radicalmente con la aparición de las redes sociales, ya que, tal y como indican los resultados, son las principales fuentes de entretenimiento para los jóvenes en la actualidad. Estos datos refuerzan la idea de que las redes sociales funcionan como espacios de socialización, pero también se ha documentado, como se verá en resultados posteriores, que su uso excesivo puede generar consecuencias adversas, tales como ansiedad por comparación social e insatisfacción con la propia imagen.

Por otro lado, respecto a las diferentes actividades que los encuestados realizan con mayor frecuencia a través de las RRSS, destaca que, en primer lugar, se encuentra estar conectado/a con amigos o familiares, con un 59,2%. En segundo lugar, está buscar ideas e inspiración, con un 58,3%. El 49,5% de los encuestados escucha música, por lo que la convierte en la tercera actividad más realizada, y el 42,7% las usa para buscar información o noticias de actualidad. Finalmente, la tarea que menos llevan a cabo es consumir videotutoriales o formación (28,2%). Estos datos resultan interesantes, ya que, aunque las redes sociales también han comenzado a utilizarse con otros fines y objetivos, aún desempeñan su función inicial de mantener conectados y en contacto a los usuarios.

Por otro lado, se ha podido comprobar la red social en la que los encuestados invierten más tiempo. Con una gran diferencia con respecto a las demás, Instagram es la plataforma que más visitan los individuos (60,2%). Le siguen TikTok (26,2%), X (5,8%), YouTube (4,9%), Whatsapp (1,9%) y Twitch (1%). Tal y como corroboran dichos resultados, Instagram continúa siendo la plataforma preferida por los jóvenes, lo que respalda la pertinencia de este estudio.

Asimismo, se ha preguntado a los encuestados cuánto tiempo pasan a diario en las redes. La opción de respuesta más seleccionada ha sido “más de una hora”, con un 36,9%. Las siguientes opciones con más porcentaje han sido “entre tres y cuatro horas”, con un 35% y “más de cuatro horas”, con un 25,2%. Mientras tanto, la respuesta “menos de una hora” ha sido la menos seleccionada, con un 2,9%. Este alto tiempo de exposición a las redes sociales resalta la importancia de evaluar su impacto en la salud mental de los jóvenes. Asimismo, sugiere una posible exposición constante a contenidos que inciden en su bienestar psicológico. Este empleo prolongado podría relacionarse con efectos adversos en la salud mental como la ansiedad o la depresión.

En la última cuestión de esta dimensión, se ha preguntado sobre los perfiles activos que poseen en redes sociales. El 43,7% de los individuos ha respondido que lo poseen en cinco o más, el 21,4% ha indicado que, en tres, el 18,4% ha seleccionado que, en dos, el 15,5% ha respondido que en cuatro y, por último, solo un 1% ha indicado que posee un perfil en una única plataforma. Estos datos evidencian la alta interacción de los jóvenes con las múltiples redes sociales. Asimismo, este cruce de plataformas puede aumentar la exposición a los efectos negativos de las redes sociales, ya que el contenido y las interacciones entre los usuarios se multiplican, pudiendo generar una sobrecarga cognitiva y emocional en los jóvenes.

Análisis del uso e influencia de Instagram

De manera específica, destaca que la mitad de los encuestados utiliza Instagram más de una hora al día (50,5%). El 24,3% la utiliza entre tres y cuatro horas, y el 20,4% la utiliza menos de una hora. Solo un 4,9% de los individuos la usa más de cuatro horas diarias. A la siguiente pregunta sobre el tipo de perfil que tienen en la plataforma, la mayoría respondió que tiene un perfil privado (60,2%), mientras que un 39,8% de los encuestados tienen un perfil público. Este último dato muestra una tendencia hacia la preservación de la privacidad, aunque también señala que casi la mitad de los usuarios están dispuestos a compartir su contenido de forma abierta. Además, la combinación entre el uso de la red y frecuencia de publicación sugiere que, aunque la plataforma es de uso frecuente, no se traduce en una actividad constante de creación de contenido, sino en una experiencia pasiva de consumo. Atendiendo a la salud mental de los jóvenes, aquellos que usan esta red por más de cuatro horas diarias, podrían ser más susceptibles a experimentar efectos negativos en su salud mental (distorsión de la realidad, falta de sueño, entre otros).

Por otra parte, se contemplan los diferentes temas sobre los que los encuestados suelen publicar en sus cuentas de Instagram. El tema más predominante son fotos con amigos (71,8%), seguido de aficiones (49,5%), selfies (48,5%), paisajes (46,6%) y situaciones de sus vidas cotidianas (43,7%). Mientras que los contenidos que menos comparten son aquellos sobre temas que los preocupan a nivel social (15,5%), memes (14,6%), contenidos divertidos (7,8%), citas de personajes famosos (1,9%), contenidos sobre sus trabajos (1,9%), fotos con sus parejas o familiares (1%) o viajes (1%). Además, existe un 1% de los encuestados que, aunque posee un perfil en Instagram, no publica nada en él. Sin duda, esta plataforma se alza como espacio de socialización y para la autoexpresión. Además, podemos destacar que, aunque Instagram es una plataforma que ofrece distintos contenidos, la interacción social y la vida personal dominan las publicaciones.

Con respecto a la publicación de contenidos en Instagram, también se les ha cuestionado con cuánta frecuencia lo hacen. Un 42,7% publica contenidos en dicha plataforma una-dos veces a la semana. Un 28,2% lo hace una o dos veces al mes, y un 18,4% lo hace cada dos meses o más. Un 7,8% lo hace todos los días frente al 2,9% que nunca publica contenidos en Instagram, pudiendo reflejar el uso pasivo de la plataforma. Además, en términos de experiencias emocionales, se podría indicar que aquellos usuarios que publican contenido de manera regular tienden a asociar el uso de esta red con una preocupación creciente por la creación de una identidad digital y estética.

Análisis de los hábitos nocivos en Instagram

A partir de la siguiente pregunta, todas están formuladas en una escala de Likert cuyos valores van de “nunca” a “siempre” en valores del 1 al 4, lo que permite analizarlas mediante la desviación típica y la media de cada afirmación.

En esta dimensión, se consultó a los usuarios sobre los términos que más asocian con Instagram. Empezando por la desviación típica, podemos observar en la Tabla 1 el grado de dispersión de cada una de las afirmaciones. En este caso, “historias” es la que tiene el menor grado de dispersión, 0.81381. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados proporcionaron respuestas muy similares. Mientras que la afirmación con el mayor grado de dispersión es “vida íntima”, 1.07123. Por otro lado, las demás dispersiones se mantienen por debajo del 1, lo que significa que todos los encuestados han respondido de manera muy similar entre ellos. En cuanto a la media, la más baja está relacionada con la vida íntima, manifestando que la mayoría de los individuos están en desacuerdo. Sin embargo, la media más alta es la perteneciente a la distorsión de la realidad. Por lo tanto, la mayoría de los encuestados están de acuerdo. Los resultados evidencian que los encuestados son conscientes de los efectos de Instagram sobre la percepción de la vida real. Asimismo, indican que, aunque los usuarios son conscientes de los efectos negativos de la plataforma, no los consideran prevalentes en su experiencia personal.

Tabla 1. Terminologías relacionadas con Instagram

Afirmaciones	Media	Desviación típica
Inmediatez	2.7961	0.92205
Historias	3.4563	0.81381
Promoción	3.1844	0.97766
Vida íntima	2.4174	1.07123
Relaciones	2.8155	0.99752
Moda y belleza	3.2621	0.89619
Distorsión de la realidad	3.4757	0.84996
Problemas de salud mental	3.0873	0.97122

Fuente: Elaboración propia

En otro orden, se les cuestionó sobre los momentos del día y las situaciones en que solían revisar, sus cuentas de Instagram (Tabla 2). Con respecto a la desviación típica, se puede observar que la primera afirmación, “antes de dormir”, es la que tiene un grado de dispersión menor, 0.86219. Por tanto, los encuestados dieron respuestas muy similares. Mientras que, en la segunda afirmación “al despertarme”, encontramos el mayor grado de dispersión, 1.04459. En cuanto a la media, “mientras como” es la que tiene una media más baja, lo que significa que la mayoría de los encuestados han respondido “nunca” o “casi nunca”. Por otro lado, la media más alta la ha obtenido “antes de dormir”, por lo que, en este caso, la mayoría de los individuos ha seleccionado “a menudo” o “siempre”. La mayoría de los usuarios son más propensos a revisar sus cuentas de Instagram antes de irse a dormir, seguido de la hora de despertarse y mientras realizan otras actividades. Sin embargo, no suelen hacerlo mientras comen o mientras están con amigos o de fiesta. De este modo, esta red social juega un papel clave en la vida nocturna de los usuarios. Este tipo de comportamiento podría reflejar un patrón de consumo de contenido relajante o distractor, aunque también podría influir en hábitos negativos como es la falta de sueño por la adicción a las plataformas.

En la siguiente pregunta, se les ha consultado sobre hábitos o sensaciones que pueden experimentar cuando usan Instagram (Tabla 3). Con respecto a la desviación típica, la afirmación “me siento feliz cuando navego por un tiempo prolongado en Instagram”, es la que cuenta con un nivel de dispersión menor, 0.82242. Por tanto, las respuestas de los individuos en este ítem fueron más similares que en el resto. Sin embargo, la afirmación “mis historias y contenido plasman mi vida personal”, tiene un nivel de dispersión mayor al resto, 1.00692, por lo que existe una mayor variedad de respuestas. En cuanto a la media, se observa que respecto a “cuido mi imagen y procuro que todo lo que publico sea estético”, es la única afirmación cuya media se encuentra más cerca del 3. En este sentido, la mayoría de los encuestados muestran una preocupación por la estética del contenido que publican en Instagram, mientras que el aumento del número de likes en sus perfiles es algo que les preocupa menos. En términos generales, las respuestas de todos los individuos en esta pregunta son bastante similares. Sin duda, se

evidencia una diversidad significativa en la manera que emplean la plataforma para expresar su vida personal. Esta diferenciación podría estar asociada a distintos niveles de exposición pública, privacidad o uso estratégico en contextos individuales. Además, destaca una tendencia generalizada hacia la gestión de la autoimagen como parte del comportamiento habitual en esta red social.

Tabla 2. Frecuencia de uso de la red social

Afirmaciones	Media	Desviación típica
Antes de dormir	3.1067	0.86219
Al despertarme	2.7864	1.04459
Durante las clases o el trabajo	2.5048	0.98889
Mientras como	2.0776	1.03553
Mientras estoy con amigos o de fiesta	2.1553	0.90485
Mientras hago otra actividad, como ver la televisión, leer, jugar, estudiar...	2.7184	0.86791

Fuente: Elaboración propia

Tabla 3. Hábitos y sensaciones sobre el uso de la red social

Afirmaciones	Media	Desviación típica
Cuido mi imagen y procuro que todo lo que publico sea estético	2.6990	0.95829
Me siento feliz cuando navego por un tiempo prolongado en Instagram	1.9902	0.82242
Me siento parte de una comunidad virtual y/o social	1.8155	0.87164
Frecuentemente reviso el número de seguidores y visualizaciones	1.6601	0.83494
Me preocupo por aumentar el número de likes de mi cuenta	1.4271	0.82369
Mis historias y contenido plasman mi vida personal	2.3495	1.006924

Fuente: Elaboración propia

Atendiendo a las experiencias o sentimientos positivos que han experimentado en la plataforma de Instagram, destaca lo siguiente (Tabla 4). Con respecto a la desviación típica, se observa que la afirmación “emprendo medidas para mejorar el bienestar y reduzco riesgos”, es la que tiene el nivel de dispersión menor, 0.84547. Se confirma que es la afirmación con respuestas más similares. Por el contrario, la frase “muestro mi trabajo y me inspiro”, es donde aparece un nivel de dispersión más alto, 1.13062. Eso significa que se han dado respuestas más diversas. Continuando con la media, podemos analizar que, a rasgos generales, los encuestados han estado más en desacuerdo con los ítems proporcionados. La afirmación en la que se encuentra un mayor grado de acuerdo entre los usuarios es “conozco sitios nuevos que visitar y apporto mis propias recomendaciones”, siendo esta la más cercana a 3. Sin embargo, la mayor discrepancia se observa en relación con la afirmación “sobre desahogarse y buscar apoyo en otros usuarios que se encuentran en una situación similar”, con una puntuación descendente. Estos resultados manifiestan que algunos usuarios hacen un uso activo de esta red social para el bienestar personal. Además, la tendencia confirma que la plataforma no ocupa un rol central en el desarrollo de sentimientos positivos. La mayor afinidad con el descubrimiento de lugares y recomendaciones exhibe un uso más utilitario o experiencial, frente a la función emocional o “terapéutica” para desahogarse, menos presente en esta muestra.

Tabla 4. Experiencias y sentimientos positivos

Afirmaciones	Media	Desviación típica
Desarrollo mi libertad de expresión e identidad propia	2.7766	0.96945
Construyo y mantengo relaciones	2.4368	1.00654
Emprendo medidas para mejorar el bienestar y reduzco riesgos	1.9708	0.84547
Muestro mi trabajo y me inspiro	2.2718	1.13062
Me desahogo y apoyo en otros usuarios que se sienten o están en la misma situación que yo	1.8640	1.00047
Me ayuda a evadirme cuando estoy estresado/a	2.3689	1.07548
Aprendo y me educó sobre temas actuales	2.6893	0.93964
Conozco sitios nuevos que visitar y apporto mis propias recomendaciones	2.9611	0.97941

Fuente: Elaboración propia

También se les ha cuestionado sobre las experiencias o sentimientos negativos que hayan podido experimentar al usar Instagram (Tabla 5). Con respecto a la desviación típica, en este caso, encontramos un poco más de variedad en las respuestas de los individuos que en preguntas anteriores, ya que, en 5 de los 8 ítems que contiene esta cuestión, el nivel de dispersión es mayor de 1. La afirmación con menor nivel de dispersión es “me he metido en las redes simplemente por aburrimiento” con 0.81474. Los usuarios han proporcionado las respuestas más similares en este ítem. Por otro lado, la afirmación con un mayor nivel de dispersión es “he sido incapaz de conciliar el sueño y he cogido el móvil para navegar por mis redes” con 1.12750. Esto significa que en este ítem se ha dado una mayor variedad de respuestas. Con respecto a la media, la afirmación con valores más ascendentes ha sido “he sido incapaz de conciliar el sueño y he cogido el móvil para navegar por mis redes”, ya que supera los 3 puntos. Además, se trata del ítem con menor nivel de dispersión, por lo que la mayoría de las respuestas han sido iguales. Y la afirmación que ha mostrado un valor más bajo es “no me veo bien ni me siento cómodo/a conmigo mismo si no uso filtros o retoques a la hora de publicar fotos o vídeos en mis redes”. Se puede destacar que los encuestados coinciden en que una de las experiencias más negativas que han enfrentado al usar Instagram es acceder a la plataforma simplemente por aburrimiento.

Estos datos podrían estar relacionados con patrones de comportamiento vinculados al malestar emocional o la desregularización de rutinas saludables. El hecho de que un número alto de jóvenes admita haber empleado la red social durante momentos de insomnio, podría reflejar cierta dependencia o búsqueda de distracción digital en situaciones de ansiedad o intranquilidad. Asimismo, la frecuencia con la que señalan el uso por aburrimiento puede reforzar la idea de una utilización instrumental de la plataforma para llenar vacíos de tiempo. Sin embargo, la mayoría no comparte haberse sentido incómodo al publicar una foto sin filtros o sin editar previamente, lo que indica que no consideran esta situación como una de las experiencias más negativas en la plataforma, reforzando hábitos saludables en términos de autoestima. Estos hallazgos sugieren que a los jóvenes de Extremadura no les importa mostrar su autenticidad en las redes sociales y no están inclinados a proyectar una imagen falsa de sí mismos ante los demás.

Tabla 5. Experiencias y sentimientos negativos

Afirmaciones	Media	Desviación típica
He sentido envidia al ver a través de las redes cómo otras personas disfrutan viajando, comiendo, saliendo de fiesta...	2.4563	1.10059
Me he comparado físicamente con alguien que he visto a través de redes y me he sentido mal conmigo mismo/a	2.6213	1.10361
He sentido ansiedad al estar perdiéndome un evento y ver a través de las redes que otras personas están en él (un concierto, un festival, un cumpleaños...)	2.3300	1.08815
Me he sentido mal cuando una publicación que he subido a mi perfil no ha obtenido los "me gusta" o las reproducciones que esperaba o que me hubiera gustado	1.7475	0.904438
He sido incapaz de conciliar el sueño y he cogido el móvil para navegar por mis redes	2.6990	1.12750
He sentido la necesidad de revisar continuamente mis redes para ver si hay notificaciones nuevas	2.0097	1.014552
Me he metido en las redes simplemente por aburrimiento	3.3592	0.81474
No me veo bien ni me siento cómodo/a conmigo mismo si no uso filtros o retoques a la hora de publicar fotos o vídeos en mis redes	1.6116	0.90999

Fuente: Elaboración propia

Por último, se les han planteado diferentes situaciones por las que eliminarían sus perfiles de Instagram, o no (Tabla 6). En este caso, con respecto a la desviación típica, se muestra que el nivel de dispersión se encuentra entre 0 y 1, confirmando que las respuestas de los usuarios son bastante similares. La afirmación “he sufrido acoso cibernético (ciberbullying)” es la que tiene el nivel de dispersión más bajo, 0.57833. Por otro lado, la afirmación “nunca me lo he planteado. Disfruto de mi experiencia en esta red social”, es la que cuenta con el mayor nivel de dispersión, 1.13616. Por tanto, se trata del ítem con más variedad de respuestas y opiniones. En el caso de la media, todas las afirmaciones tienen una media similar, mayor que 1 pero inferior que 2. La única que tiene una media más alta es “nunca me lo he planteado. Disfruto de mi experiencia en esta red social”. Esto significa que los encuestados han estado más de acuerdo con este ítem que con los demás. Aun así, la media no es lo suficientemente alta como para que todos los individuos estén completamente de acuerdo.

Estos resultados identifican una percepción mayormente positiva entre los jóvenes, sugiriendo que esta red social es un entorno seguro y satisfactorio para parte de la muestra. Sin embargo, el hecho de que ninguna de las afirmaciones haya alcanzado una media alta indica una actitud matizada hacia la plataforma. Por ejemplo, la baja dispersión en el ítem del ciberacoso puede interpretarse como una experiencia minoritaria que, aunque no es generalizada, debe considerarse por su impacto negativo en la salud mental de los jóvenes. Por su parte, la elevada dispersión sobre el disfrute personal señala que las experiencias positivas no son homogéneas y que hay diferencias sustanciales en la forma en la que cada usuario se relaciona emocionalmente con la red social estudiada. Este dato es el punto clave para determinar cuáles son las experiencias que inciden o no, en la permanencia en la plataforma.

Tabla 6. Salud mental e Instagram

Afirmaciones	Media	Desviación típica
Sufro trastornos del sueño debido al uso desmedido de Instagram	1.3495	0.72367
He sufrido acoso cibernético (ciberbullying)	1.1941	0.57833
He sido conocedor de discursos de odio hacia ciertos colectivos	1.5145	0.82680
He sufrido ansiedad o síndrome de abstinencia por tener dificultades para controlar el uso de Instagram	1.3980	0.78390
He sufrido baja autoestima o dismorfia corporal, incluso, a través de hábitos nocivos para mi cuerpo	1.7184	1.04240
Me he sentido ignorado en mi comunicad virtual	1.2621	0.62561
He sentido envidia de ver cómo otros usuarios realizaban viajes, iban a conciertos, visitaban restaurantes... y eso me genera ansiedad al no estar haciendo lo mismo	1.6407	1.03709
Me he sentido demasiado expuesto/a y que mi intimidad no está segura en la plataforma	1.5048	0.79055
Nunca me lo he planteado. Disfruto de mi experiencia en esta red social	2.3009	1.13616

Fuente: Elaboración propia

Discusión y conclusiones

El objetivo de esta intervención ha sido analizar los patrones de uso y los hábitos de los jóvenes extremeños en la plataforma Instagram, con el propósito de comprender su impacto en el bienestar psicológico y la salud mental. Tras el análisis, se presentan algunos de los hallazgos que deben destacarse.

Las redes sociales se han convertido en una fuente primordial de entretenimiento para los jóvenes, pero su uso conlleva riesgos para la salud. Si bien, siguen cumpliendo su función original de conectar a las personas y facilitar la comunicación, han adquirido nuevos roles, ejerciendo una influencia significativa en nuestra forma de acceder a la información y de entretenernos en la era digital. Entre estas plataformas, Instagram destaca como la preferida entre los jóvenes extremeños. La mayoría dedica más de una hora diaria a su uso, algunos incluso entre tres y cuatro, mientras que otros la consultan de manera más esporádica. Además, los resultados muestran una alta actividad entre los encuestados, con solo un pequeño porcentaje que no publica contenido. Sin embargo, a pesar de su popularidad, Instagram también es objeto de críticas por ser percibida como una plataforma perjudicial y tóxica para este grupo demográfico (Orellana et al., 2024).

Aunque las redes sociales pueden desempeñar un papel beneficioso al proporcionar distracción durante períodos de aburrimiento, es fundamental ejercer un uso adecuado de estas plataformas para mitigar el riesgo de desarrollar una adicción. Según el análisis efectuado, el principal motivo de uso de esta plataforma es el entretenimiento personal, lo que conduce a que uno de los hábitos más frecuentes entre los usuarios sea recurrir a Instagram cuando experimentan momentos de aburrimiento. No obstante, a pesar de su aparente inofensividad, esta práctica puede

acarrear consecuencias perjudiciales. Acceder a la plataforma sin un propósito definido, como buscar contenidos específicos o interactuar con otros usuarios, y limitarse simplemente a realizar scrolling, puede propiciar la aparición de adicciones. El scroll infinito, una técnica ampliamente utilizada en las redes sociales que consiste en deslizar de forma continua hacia abajo para visualizar contenido incrementa considerablemente el tiempo de uso en estas plataformas. Aza Raskin, creador de este concepto, lo describió como una "cocaína conductual" (Nalic, 2024). Es por ello que una gran proporción de los encuestados coincide en que no experimentan una mejora en su estado de ánimo o bienestar después de navegar por Instagram, lo que sugiere que no están satisfaciendo el aburrimiento de manera efectiva.

El uso de las redes sociales durante la realización de otras actividades puede ser también un síntoma de adicción a las mismas, pudiendo generar además problemas de concentración, déficit de atención y trastornos del sueño. Los momentos en los que los jóvenes extremeños son más propensos a revisar sus cuentas de Instagram son antes de dormir, al despertarse y mientras realizan otras actividades. Este hábito tampoco es muy saludable, ya que estar expuestos a las pantallas antes de ir a dormir puede ocasionar problemas a la hora de conciliar el sueño y, por consecuencia, no conseguir un descanso reparador, ocasionando trastornos del sueño. Según los resultados obtenidos, los encuestados suelen navegar por las redes sociales cuando son incapaces de dormir, lo que confirmaría la posible aparición de casos de vamping –procrastinación nocturna– y trastornos del sueño entre los jóvenes extremeños, que podrían desembocar en otros problemas de salud mental. Estudios como los de Gentzler et al., (2024), refuerzan estas conexiones entre las redes sociales y las alteraciones del sueño, sugiriendo que esta exposición nocturna puede actuar como desencadenante de ansiedad, insomnio o fatiga crónica.

**Usar redes sociales
mientras se realizan
otras actividades
puede indicar
adicción y estar
relacionado con
problemas de
concentración,
atención y sueño**

Cabe destacar que la mayoría de los encuestados están de acuerdo en que no revisan sus perfiles mientras realizan comidas o están con amigos, lo que indica que los jóvenes de Extremadura privilegian el contacto personal y las interacciones cara a cara sobre las virtuales a través de las redes. Además, también están de acuerdo en que no utilizan Instagram como un medio para desahogarse o buscar apoyo entre otros usuarios, lo que sugiere que, en caso de necesidad, recurren al apoyo personal de amigos y familiares, e incluso a la terapia profesional. Sin embargo, esta actitud también puede interpretarse como una tendencia a mostrar únicamente el lado positivo de sus vidas en las redes, buscando una imagen de perfección que es característica de la red social. Tal y como indican estudios como los de Moreno-Barreneche (2022) y García-Puertas (2020), la estetización de la vida cotidiana en este tipo de plataformas puede fomentar la creación de una identidad escrupulosamente curada, en detrimento de una expresión emocional más genuina.

Los resultados manifiestan que se relaciona a Instagram con “distorsión de la realidad”. Esto es un punto a favor, ya que, en ese sentido, los jóvenes son conscientes de esa parte oscura de la plataforma y conocen los problemas que puede ocasionar en ese ámbito. Sin embargo, a pesar de que están de acuerdo en que no se sienten mal si publican fotos sin filtros ni retoques, y que el número de likes que sus publicaciones pueden obtener no les preocupa, sí tienden a cuidar la estética de los contenidos que suben, lo que resulta algo confuso y contradictorio al mismo tiempo. La dedicación a mantener una estética y a cultivar un perfil visualmente atractivo, como si se tratara de una marca personal, sugiere una preocupación por la imagen que proyectan hacia los demás. Esta atención al detalle refleja un acercamiento al perfeccionismo, típicamente asociado con la red social. Este fenómeno está vinculado con lo que Sirgy (1982) denomina como autoimagen ideal, la cual consiste en una representación interna que, cuando entra en conflicto con la autoimagen real, genera frustraciones y baja autoestima.

La relación entre salud mental y el uso de la red social analizada es compleja y multifactorial. Sin duda, la literatura científica ha demostrado cómo el uso excesivo de estas plataformas puede estar vinculado al desarrollo de problemas de salud mental (Gentzler et al., 2023; García-Puertas, 2020). Asimismo, la salud mental puede verse alterada por dinámicas en Instagram como la comparación constante, validación o diferentes adicciones que repercuten en el estado de bienestar emocional, psicológico y social como apunta la OMS (2022). Por lo tanto, es necesario reconceptualizar la salud mental no solo desde un enfoque clínico, sino también como una habilidad que se desarrolla en el marco de competencias digitales, lo que exige intervenciones que integren la educación emocional, el pensamiento crítico y el autocuidado digital para promover un uso más saludable de las RRSS.

En suma, los jóvenes extremeños no son conocedores de todos los riesgos que conlleva hacer un mal uso de las redes sociales, y que, por consecuencia, pueden estar sufriendo algunos de ellos sin saberlo, pensando que llevan unos hábitos completamente normales. Por otro lado, se evidencia un aumento en la conciencia entre la juventud respecto a los riesgos inherentes de las redes sociales, como lo demuestran estudios previos. Este cambio de actitud se traduce en la adopción de prácticas más saludables, como la reducción del uso de estas plataformas en presencia de amigos y familiares, así como una menor importancia otorgada al número de seguidores o likes. Además, se reconoce que las redes sociales están contribuyendo, al menos en parte, a una mayor consideración de la salud mental de los jóvenes, sus principales usuarios.

En relación con las limitaciones de este estudio, es importante señalar que la muestra se limita a una región específica. La naturaleza autodeclarada de los datos evidencia posibles sesgos de deseabilidad social y de percepción subjetiva, pudiendo inferir en el comportamiento real en la plataforma por parte de los usuarios. Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, la información recabada proporciona una base sólida para una primera aproximación del fenómeno estudiado. Por lo tanto, futuras investigaciones podrían beneficiarse de la inclusión de muestras más diversas de otras comunidades, lo que permitiría explorar posibles variaciones en los resultados según el contexto geográfico. Además, sería recomendable prestar una mayor atención a la diversidad de edades dentro del grupo estudiado, desagregando aún más las muestras en subgrupos según la edad.

Por último, es importante mencionar que la Alfabetización Mediática e Informacional (AMI) puede desempeñar un papel fundamental en abordar este fenómeno al proporcionar a los jóvenes las herramientas necesarias para comprender y gestionar de manera más efectiva su participación en plataformas como Instagram. Al estar mejor informados sobre los posibles riesgos y consecuencias negativas asociadas con el uso de las RRSS, los jóvenes pueden desarrollar su capacidad para identificar y evitar situaciones de riesgo. Además, este tipo de educación puede fomentar un uso más crítico y reflexivo de las redes sociales de varias maneras: a) promoviendo la autoevaluación de la conducta en línea y la adopción de hábitos de interacción más saludables; b) ayudando a comprender que muchas imágenes publicadas están cuidadosamente editadas y seleccionadas para proyectar una imagen específica; y c) capacitando a los usuarios para identificar y responder de manera adecuada a comportamientos violentos, ya sea bloqueando a los agresores, denunciando contenido inapropiado o buscando apoyo de la comunidad en línea (Zou et al., 2024). Al empoderar a los jóvenes con conocimientos y habilidades en esta materia, se puede contribuir a crear un entorno en línea más seguro y saludable para todos los usuarios.

Financiación

Esta investigación no recibió financiación.

Declaración de disponibilidad de datos

Los datos presentados en este estudio pueden ser solicitados al autor de correspondencia.

Conflicto de interés

Los autores declaran que no hay conflicto de interés.

Referencias

- Adeyanju, G. C., Solfa, R. P., Tran, T. L., Wohlfarth, S., Büttner, J., Osobajo, O. A., & Otitoju, A. (2021). Behavioural symptoms of mental health disorder such as depression among young people using Instagram: A systematic review. *Translational Medicine Communications*, 6, 1-13. <https://doi.org/10.1186/s41231-021-00092-3>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bastero, M. (2022). Historia de Instagram, la app que revolucionó la forma de compartir fotos online. <https://bit.ly/3UC2eqA>
- Baztán, Á. A. (1994). *Psicología de la adolescencia* (Vol. 14). Marcombo.

- Blasco-Fontecilla, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? *Tarbiya. Revista de Investigación e Innovación Educativa*, 49. <https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007>
- Collado-Alonso, R., Picazo-Sánchez, L., López-Pastor, A. T., & García-Matilla, A. (2023). ¿Qué enseña el social media? Influencers y followers ante la educación informal en redes sociales. *Revista Mediterránea de Comunicación*, 14(2), 259–270. <https://doi.org/10.14198/MEDCOM.23658>
- De-Casas-Moreno, P., Tejedor-Calvo, S., & Romero-Rodríguez, L. M. (2018). Micronarrativas en Instagram: Análisis del storytelling autobiográfico y de la proyección de identidades de los universitarios del ámbito de la comunicación. *Revista Prisma Social*, 20, 40-57. <https://bit.ly/3UU5qzs>
- Feijoo, B., Vizcaíno-Verdú, A., & Núñez-Gómez, P. (2024). Cuerpo, imagen y redes sociales: El impacto y atractivo promocional de los influencers. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 29(57), 13-16. <https://doi.org/10.1387/zer.27123>
- García-Puertas, D. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista Española de Comunicación en Salud*, 11(2), 244-254. <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>
- Gentzler, A. L., Hughes, J. L., Johnston, M., & Alderson, J. E. (2023). Which social media platforms matter and for whom? Examining moderators of links between adolescents' social media use and depressive symptoms. *Journal of Adolescence*, 95(8), 1725-1748. <https://doi.org/10.1002/jad.12243>
- George, S., & Mallery, L. (2003). Alfa de Cronbach y consistencia interna de los ítems de un instrumento de medida. *Revista de estudios Interdisciplinarios en Ciencias Sociales*, 3(16), 3-9.
- Hansen, A. (2021). *Insta-brain: Cómo nos afecta la dependencia digital en la salud y en la felicidad*. RBA Libros.
- Hernández-Sampieri, R., Fernández Collado, C. & Baptista Lucio, P. (2014). *Metodología de la investigación*. McGraw-Hill España.
- IAB Spain (2023). *Estudio de Redes Sociales 2023*. Elogia.
- Llamas-Salguero, F., & Pagador-Otero, I. (2014). Estudio sobre las redes sociales y su implicación en la adolescencia. *Enseñanza & Teaching: Revista Interuniversitaria de Didáctica*, 32(1), 43–57. <https://doi.org/10.14201/et20143214357>
- Martínez-Libano, J, Gonzalez-Campusano, N., & Pereira-Castillo, J. I. (2022). Las redes sociales y su influencia en la salud mental de los estudiantes universitarios: Una revisión sistemática. *Revista Electrónica de Investigación Docencia Creativa*, 11(4), 44-57. <https://doi.org/10.30827/digibug.72270>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory*. SAGE.
- Mejía, V. (2015). Las redes sociales en la salud mental de los adolescentes: ¿un problema existente? *Stadium Veritatis*, 20(26), 47-59. <https://doi.org/10.35626/sv.26.2022.351>
- Meneses, J. (2016). *El cuestionario*. [Proyecto de la Universitat Oberta de Catalunya]. <https://bit.ly/3QDd3Yg>

- Moreira-de-Freitas, R. J., Carvalho-Oliveira, T. N., Lopes-de-Melo, J. A., do-Vale-e-Silva, J., de-Oliveira-e-Melo, K. C., & Fontes-Fernandes, S. (2021). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Enfermería global*, 20(64), 324-364. <https://dx.doi.org/10.6018/eglobal.462631>
- Moreno-Barreneche, S. (2022). Identidades estetizadas, interacciones mediatizadas: un abordaje de Instagram desde la sociosemiótica. *Comunicación y medios*, 31(45), 129-141. <https://dx.doi.org/10.5354/0719-1529.2022.64515>
- Moreton, L., & Greenfield, S. (2022). University students' views on the impact of Instagram on mental wellbeing: a qualitative study. *BMC psychology*, 10(1), 45. <https://doi.org/10.1186/s40359-022-00743-6>
- Nalic, M. (2024). Reporting on armed conflicts: under the shadows of disinformation. En O. Almanzán-López, B. Cabanés-Cacho & E. Bumbury (Eds.). *IA, educación y medios de comunicación: modelo TRIC* (pp. 119-131). Dykinson.
- Orellana, N. C., Mohedas, S. D., & Pérez, N. M. (2024). "Si no enseño mi cuerpo ahora, ¿cuándo lo voy a hacer?" Corporalidad y cosificación a través de las influencers en Instagram. *Zer: Revista de estudios de comunicación= Komunikazio ikasketen aldizkaria*, 29(57), 19-38. <https://doi.org/10.1387/zer.26924>
- Organización Mundial de la Salud. (2022). Salud mental: Fortalecimiento de nuestra respuesta. <https://bit.ly/4il1DU6>
- Sirgy, M. J. (1982). Self-concept in consumer behavior: A critical review. *Journal of Consumer Research*, 9(3), 287-300. <https://doi.org/10.1086/208924>
- Smith, M. V. A., Grohmann, D., & Trivedi, D. (2023). Use of social media in recruiting young people to mental health research: a scoping review. *BMJ Open*, 13(11), e075290. <https://doi.org/10.1136/bmjopen-2023-075290>
- Tajfel, H., & Turner, J. (1986). *Teoría de la identidad social*. Carter & Miller Editing.
- Unicef. (2021). Estado Mundial de la Infancia 2021. En mi mente: promover, proteger y cuidar la salud mental de la infancia. Unicef. <https://bit.ly/4bazz38>
- Villafuerte-Zorrilla, M. C. (2019). Adicción a redes sociales y la conducta psicosocial en adolescentes. [Tesis, Universidad Estatal del Sur de Manabí]. <https://bit.ly/4dvVweu>
- Zou, W. (2023). Improving social media literacy through experiential learning: examining youth learners' engagement and knowledge outcome in a simulated learning environment. *Proceedings of the 2023 AERA Annual Meeting*.