

Influencia de las redes sociales en el pensamiento, comportamiento y bienestar de estudiantes de la FCEA – UNACAR

Influence of social networks on the thinking, behavior and well-being of students of the FCEA – UNACAR

Influência das redes sociais no pensamento, comportamento e bem-estar dos alunos da FCEA - UNACAR

Alonso Contreras Ávila¹
Myrna Delfina López Noriega²
Lorena Zalthen Hernández³

Recibido: 24 de octubre de 2025

Aprobado: 5 de diciembre de 2025

Publicado: 6 de julio de 2026

Cómo citar este artículo:

Contreras Ávila, A., López Noriega, M.D. y Zalthen Hernández, L. (2026). Influencia de las redes sociales en el pensamiento, comportamiento y bienestar de estudiantes de la FCEA – UNACAR. *Rastros Rostros*, 28(2), 1-18.
doi: <https://doi.org/10.16925/2382-4921.2026.02.04>

Artículo de investigación. <https://doi.org/10.16925/2382-4921.2026.02.04>

¹ Universidad Autónoma del Carmen, México

Correo electrónico: acontreras@pampano.unacar.mx

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-2943-4836>

² Universidad Autónoma del Carmen, México

Correo electrónico: mdlopez@pampano.unacar.mx

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1426-8406>

³ Universidad Autónoma del Carmen, México

Correo electrónico: lzalthen@pampano.unacar.mx

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6311-8052>

Resumen

El presente estudio analiza la influencia de las redes sociales en el pensamiento, el comportamiento y el bienestar de estudiantes de la Facultad de Ciencias Económicas Administrativas (FCEA) de la Universidad Autónoma del Carmen (UNACAR). Con un enfoque cuantitativo descriptivo, se aplicó un cuestionario a 287 estudiantes, explorando tres dimensiones: uso de redes sociales, impacto en el pensamiento y comportamiento, y salud mental y bienestar. Los resultados muestran que plataformas como *WhatsApp*, *TikTok*, *Instagram* y *Facebook* no solo cumplen funciones recreativas, sino que inciden en la construcción de valores sobre el amor, el éxito profesional y la autoimagen. Además, se identificó una convivencia entre referentes tradicionales y digitales, así como una relación ambivalente con el bienestar emocional. El estudio ofrece un diagnóstico útil para orientar estrategias de alfabetización mediática y fomento del bienestar digital. Finalmente, se recomienda ampliar futuras investigaciones con enfoques comparativos y cualitativos para profundizar en los significados de las prácticas digitales juveniles.

Palabras clave: medios sociales, estudiante universitario, comportamiento del alumno, influencia social, pensamiento crítico digital.

Abstract

This study analyzes the influence of social media on the thinking, behavior, and well-being of students at the Faculty of Economic and Administrative Sciences (FCEA) of the Autonomous University of Carmen (UNACAR). Using a descriptive quantitative approach, a questionnaire was administered to 287 students, exploring three dimensions: social media use, impact on thinking and behavior, and mental health and well-being. The results show that platforms such as *WhatsApp*, *TikTok*, *Instagram*, and *Facebook* not only serve recreational functions but also influence the construction of values related to love, professional success, and self-image. Furthermore, a coexistence of traditional and digital references was identified, as well as an ambivalent relationship with emotional well-being. The study offers a useful diagnostic tool to guide media literacy strategies and the promotion of digital well-being. Finally, it is recommended that future research be expanded to include comparative and qualitative approaches to further explore the meanings of young people's digital practices.

Keywords: social media, university student, student behavior, social influence, digital critical thinking.

Resumo

Este estudo analisa a influência das mídias sociais no pensamento, comportamento e bem-estar de estudantes da Faculdade de Ciências Econômicas e Administrativas (FCEA) da Universidade Autônoma do Carmen (UNACAR). Utilizando uma abordagem quantitativa descritiva, um questionário foi aplicado a 287 estudantes, explorando três dimensões: uso de mídias sociais, impacto no pensamento e comportamento, e saúde mental e bem-estar. Os resultados mostram que plataformas como *WhatsApp*, *TikTok*, *Instagram* e *Facebook* não apenas servem a funções recreativas, mas também influenciam a construção de valores relacionados ao amor, sucesso profissional e autoimagem. Além disso, identificou-se uma coexistência de referências tradicionais e digitais, bem como uma relação ambivalente com o bem-estar emocional. O estudo oferece uma ferramenta diagnóstica útil para orientar estratégias de letramento midiático e a promoção do bem-estar digital. Por fim, recomenda-se que pesquisas futuras sejam ampliadas para incluir abordagens comparativas e qualitativas, a fim de explorar mais a fundo os significados das práticas digitais dos jovens.

Palavras-chave: mídias sociais, estudante universitário, comportamento estudantil, influência social, pensamento crítico digital.

Introducción

En la última década, las redes sociales digitales se han consolidado como entornos altamente influyentes en la vida de las juventudes, particularmente en espacios educativos. Su capacidad para moldear actitudes, emociones y comportamientos ha transformado los procesos de socialización, identidad y toma de decisiones en esferas clave como la académica y la profesional (Pérez-Torres, 2024). Frente a ello, la educación superior debe repensar sus estrategias ante el impacto de estas plataformas en la experiencia estudiantil y el bienestar psicosocial.

Diversas investigaciones han señalado que el uso intensivo de redes sociales puede tener efectos ambivalentes: si bien facilitan el aprendizaje colaborativo y la expresión identitaria (Rahman et al., 2020; Shams et al., 2022; Shafiq & Parveen, 2023), también se asocian con sobrecarga informativa, exposición a estereotipos y comparación social constante, lo que puede derivar en estrés o baja autoestima (Raghuvanshi & Pandey, 2025). Estas dinámicas son especialmente relevantes en estudiantes universitarios, en etapa de formación personal y búsqueda de referentes.

En el contexto mexicano, durante 2022, el 96.1 % de jóvenes entre 12 y 29 años usaron redes sociales, destacando *WhatsApp*, *Facebook*, *Instagram*, *Messenger* y *YouTube* como las más populares (INEGI, 2022). Este fenómeno ha transformado no solo los canales de comunicación, sino también la concepción del éxito, las relaciones afectivas y la autoimagen (Arreguín Hernández, 2025). No obstante, aún son escasos los estudios que aborden de forma integral la influencia de estas plataformas en el pensamiento, el comportamiento social y el bienestar emocional en contextos universitarios específicos.

Este artículo analiza, desde un enfoque descriptivo, cómo las redes sociales influyen en el pensamiento, comportamiento y bienestar del estudiantado de la FCEA de la UNACAR. Se parte del análisis de sus percepciones sobre el uso cotidiano de estas plataformas y sus efectos en la construcción de ideas clave sobre la vida social, profesional y emocional. Se busca así contribuir a futuras estrategias de alfabetización mediática, acompañamiento formativo y promoción del bienestar digital en la educación superior.

Revisión de la literatura

El crecimiento del uso de redes sociales ha transformado la forma en que las juventudes se comunican, se informan y construyen su identidad. En el ámbito universitario, estas plataformas actúan como entornos formativos alternos que facilitan

el intercambio de conocimientos y el acceso a recursos educativos, aunque su uso excesivo puede generar fatiga y afectar el desempeño académico (Goet, 2022; Kolhar et al., 2021; Junejo, 2022; Shafiq & Parveen, 2023; Shahzad et al., 2024; Kumar et al., 2025).

Las redes sociales también han redefinido las aspiraciones profesionales y afectivas, promoviendo modelos basados en la visibilidad y la validación social (Mironică et al., 2024), al tiempo que influyen en la calidad de las relaciones interpersonales, generando presión social y ansiedad (Górska et al., 2023; Wang, 2023; Powell & Pring, 2023; Merino et al., 2024). Asimismo, funcionan como canales de activismo y formación de posturas, aunque pueden polarizar opiniones (Powell & Pring, 2023), compitiendo con referentes tradicionales como la familia o el profesorado.

En cuanto a la salud mental, algunos estudios destacan que estas plataformas pueden fortalecer el sentido de pertenencia y facilitar el apoyo emocional (Popat & Tarrant, 2022; Zsila & Reyes, 2023; Ajewumi et al., 2024): sin embargo, también pueden desencadenar ansiedad, depresión, comparación social y ciberacoso (Popat & Tarrant, 2022; Ajewumi et al., 2024).

Por otra parte, desde el enfoque cognitivo, se ha evidenciado que plataformas como *TikTok*, *Instagram* y *YouTube* moldean opiniones políticas y conciencia cívica (Calderón et al., 2025; Harff & Schmuck, 2024), lo que plantea desafíos para la formación crítica en la educación superior.

En términos emocionales, también se han identificado efectos como la nomofobia, la fatiga informativa y los trastornos del sueño, especialmente en usos intensivos (Craig et al., 2021; Sharma et al., 2023; Bednarek et al., 2024; Vagka et al., 2024; Sarfraz et al., 2025).

Aunque la evidencia en América Latina aún es incipiente, estudios como el de Arreguín Hernández (2025) muestran que redes como *Instagram*, *Facebook* y *TikTok* influyen en la imagen personal, el bienestar y las relaciones sociales del estudiantado universitario mexicano, destacando la necesidad de enfoques más integrales.

Desde esta perspectiva, el presente estudio busca aportar evidencia empírica sobre el uso de redes sociales, su influencia en la construcción de ideas y el bienestar emocional en estudiantes de la FCEA-UNACAR, contribuyendo a orientar futuras intervenciones formativas.

Metodología

El presente estudio abordó la influencia de las redes sociales en distintos ámbitos de la formación de los estudiantes de la FCEA de la UNACAR desde un enfoque

metodológico cuantitativo, con un diseño no experimental, de corte transversal y de alcance descriptivo. Esto permitió caracterizar el uso de redes sociales y su influencia percibida en tres dimensiones clave de la formación estudiantil: el uso cotidiano de estas plataformas, su impacto en el pensamiento y el comportamiento, y los efectos asociados en la salud mental y el bienestar del alumnado.

Participantes

La población objetivo del estudio estuvo conformada por los estudiantes de los distintos programas educativos de la facultad mencionada que, de acuerdo con el registro de la Dirección de Control Escolar de dicha institución, fue de 1110 estudiantes. En ese sentido, la muestra se conformó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, integrando a quienes cursaban al menos una asignatura durante el periodo febrero-junio de 2025. Asimismo, se excluyeron aquellos estudiantes con estatus de activo sin carga académica, así como quienes se encontraban únicamente en proceso de titulación.

De igual manera, a todas las personas participantes se les garantizó el anonimato y la confidencialidad de sus respuestas. También se explicó el propósito académico del estudio y se obtuvo su consentimiento informado antes de responder el instrumento. En total, se obtuvo la colaboración de 287 estudiantes, distribuidos entre las cinco licenciaturas que integran la oferta académica de la facultad, como se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Distribución de estudiantes participantes por programa educativo

Programa educativo	n	%
Administración de Empresa	94	32.8
Administración Turística	22	7.7
Contaduría	37	12.9
Mercadotecnia	29	10.1
Negocios Internacionales	105	36.6
Total	287	100.0

Nota. n= tamaño de la muestra. Fuente: Elaboración propia.

Instrumento de recolección de datos

El instrumento utilizado fue un cuestionario diseñado por el Cuerpo Académico UCOL-CA-114 «Gestión e Innovación para un Desarrollo Sostenible», de la Universidad de

Colima, en el marco del proyecto interinstitucional La influencia de las redes sociales en los pensamientos de los jóvenes universitarios.

El cuestionario estuvo conformado por cinco secciones: características sociodemográficas, uso de redes sociales, impacto en el pensamiento y el comportamiento, salud mental y bienestar, y reflexiones finales. Incluyó preguntas cerradas con escalas tipo *Likert* de cinco puntos y formatos de jerarquización, adecuados para captar percepciones e influencias relativas a los contenidos digitales.

La sección sociodemográfica consideró variables como edad, género, semestre, promedio general, situación laboral y soporte familiar. En la sección de uso de redes sociales, se midieron las plataformas más utilizadas, actividades frecuentes y consumo de contenido visual, así como la frecuencia de publicación y el tiempo de uso diario.

El impacto en el pensamiento y el comportamiento se abordó a través de escalas jerarquizadas sobre fuentes de influencia, afirmaciones tipo *Likert* sobre pensamiento crítico, autoestima y hábitos, y una pregunta sobre el contenido percibido como más valioso. La dimensión de salud mental incluyó cuatro afirmaciones sobre ansiedad digital, apoyo emocional y conexión con el entorno.

Finalmente, se incorporaron dos preguntas abiertas para identificar el mayor impacto positivo y negativo atribuido a las redes sociales, permitiendo complementar el análisis cuantitativo con percepciones cualitativas del estudiantado.

Confiabilidad del instrumento

Para asegurar la calidad psicométrica del cuestionario utilizado, se evaluó la consistencia interna de las escalas tipo *Likert* mediante el coeficiente omega de McDonald (ω), recomendado en estudios recientes por su precisión frente al alfa de Cronbach, especialmente cuando no se cumple el supuesto de tau-equivalencia (Hayes & Coutts, 2020; Orçan, 2023). Este enfoque resulta pertinente cuando los ítems presentan cargas factoriales distintas o cuando se emplean escalas con respuestas ordinales. La confiabilidad se calculó únicamente para las secciones que incluían ítems con escalamiento tipo *Likert* (ver Tabla 2), excluyendo aquellas con reactivos de jerarquización comparativa (*ranking*), ya que no cumplen con los supuestos requeridos para este tipo de análisis.

Tabla 2. Coeficiente Omega de McDonald por dimensión del cuestionario

Dimensión evaluada	Número de ítems	Coeficiente ω	Nivel de confiabilidad
Impacto en el pensamiento y comportamiento	6	0.72	Aceptable
Salud mental y bienestar	4	0.873	Alta confiabilidad

Nota. Cálculos realizados con software SPSS 26. Fuente: elaboración propia.

Resultados y discusión

Características de los participantes

El estudio contó con la participación de 287 estudiantes de la FCEA-UNACAR, con una edad promedio de 21.4 años ($DE = 1.76$), dentro de un rango de 18 a 27 años. En cuanto al género, predominó el femenino (66.9 %), seguido del masculino (32.8 %) y no binario (0.3 %). La mayoría se identificó como soltero/a (95.5 %), mientras que un pequeño porcentaje reportó estar en unión libre (2.4 %) o en una relación formal (2.0 %).

Académicamente, se observó un promedio general de calificaciones de 86.6/100 ($DE = 6.23$), con una mayor proporción en semestres intermedios y avanzados. La Tabla 3 resume las principales características sociodemográficas y académicas.

Tabla 3. Perfil general de las y los participantes

Variable	Categoría	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Género	Femenino	192	66.9
	Masculino	94	32.8
	No binario	1	0.3
Estado civil	Soltero/a	274	95.5
	Unión libre	7	2.4
	Relación formal	6	2.0
Semestre cursado	Segundo	23	8.0
	Cuarto	39	13.6
	Sexto	85	29.6
	Octavo	84	29.3
	Décimo	48	16.7
	Duodécimo	8	2.8

Nota. Fuente: elaboración propia.

Uso de redes sociales

La preferencia del estudiantado por plataformas como *WhatsApp*, *TikTok* e *Instagram* refleja patrones comunicativos centrados en la inmediatez y el contenido audiovisual personalizado; esto concuerda con hallazgos previos que destacan el papel de *WhatsApp* en la coordinación académica (Bucheli & Terán, 2020), así como el atractivo de *TikTok* e *Instagram* por su formato visual y dinámico (Nicolaou et al., 2021; Balaguer & Alberich-Pascual, 2023). En contraste, el menor uso de redes como *Twitter* y *Snapchat* evidencia una baja afinidad con plataformas centradas en texto o contenido efímero. Estos resultados, además, alertan sobre la necesidad de atender los posibles efectos del uso intensivo de redes en el bienestar emocional, la concentración y el rendimiento académico, tal como advierten estudios recientes sobre ansiedad, estrés y sobrecarga digital en jóvenes universitarios (Kumar, 2023; Anjum et al., 2024; Taher & Ali, 2024; Yusuf et al., 2024).

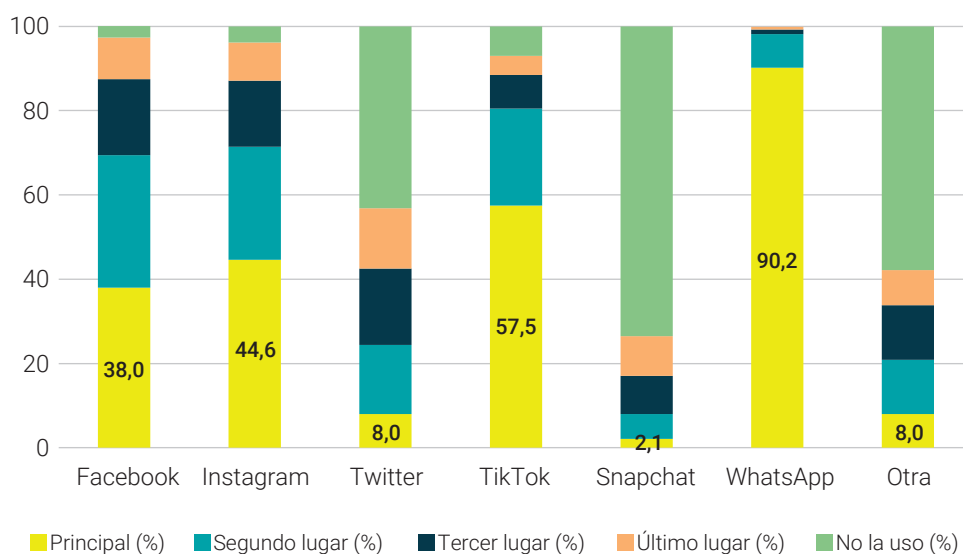


Figura 1. Frecuencia de uso de redes sociales entre estudiantes

Nota. Los valores son expresados en porcentaje. Fuente: elaboración propia.

Como muestra la Figura 2, las actividades más frecuentes entre el estudiantado están relacionadas con la interacción social y el consumo audiovisual, destacando el uso de redes para chatear, ver videos y escuchar música, mientras que acciones como compartir contenido en vivo, seguir transmisiones o participar en debates son mucho menos habituales. Esto sugiere un uso mayoritariamente recreativo y pasivo de las plataformas, en línea con lo planteado por Astleitner y Schlick (2024), quienes señalan que las y los estudiantes universitarios utilizan las redes principalmente como

espacios de evasión, entretenimiento e interacción informal, más que como medios para la expresión crítica o el debate público.

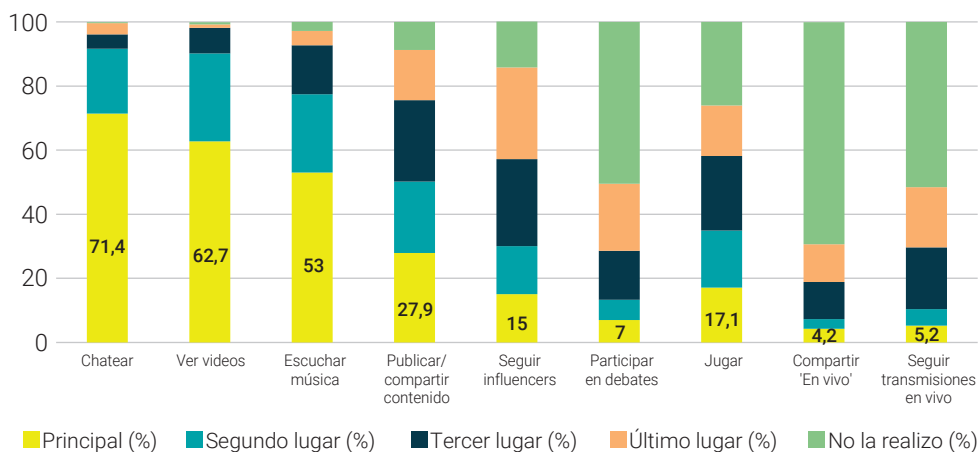


Figura 2. Actividades realizadas en redes sociales

Nota. Los valores son expresados en porcentaje. Fuente: elaboración propia.

La Figura 3 revela una clara preferencia por plataformas audiovisuales como *TikTok*, *YouTube* e *Instagram* para el consumo de contenido visual, en contraste con otras redes como *WhatsApp*, *Snapchat* y *Twitter* que registran niveles bajos en este tipo de uso. Estos hallazgos coinciden con lo señalado por Taher y Ali (2024) y Yusuf et al. (2024), quienes destacan cómo las redes sociales han reconfigurado el ecosistema mediático de las juventudes universitarias, transformando sus hábitos de consumo y sus modos de relacionarse con la información.

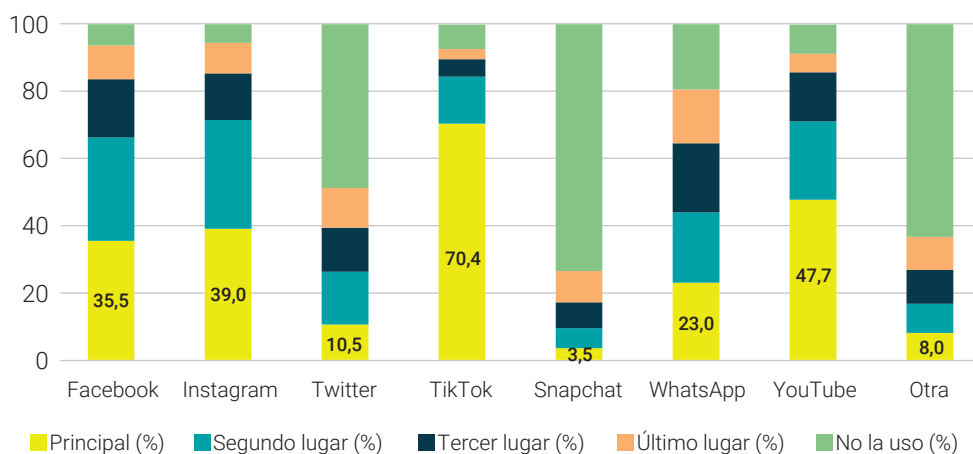


Figura 3. Preferencia de contenido por red social

Nota. Los valores son expresados en porcentaje. Fuente: elaboración propia.

Impacto en el pensamiento y comportamiento

La Figura 4 muestra que, aunque los referentes tradicionales como la familia, la pareja y el profesorado siguen desempeñando un papel central en la formación de ideas sobre el amor, el éxito profesional y el comportamiento social, los contenidos digitales comienzan a posicionarse como influencias significativas, especialmente en lo relativo al estilo personal y las aspiraciones profesionales. Este hallazgo coincide con investigaciones previas que destacan cómo los vínculos afectivos cercanos conservan una fuerte presencia en la construcción de valores juveniles (Li, 2023; Mahmuda & Badsha, 2024), al tiempo que se observa una convivencia creciente entre referentes tradicionales y digitales.

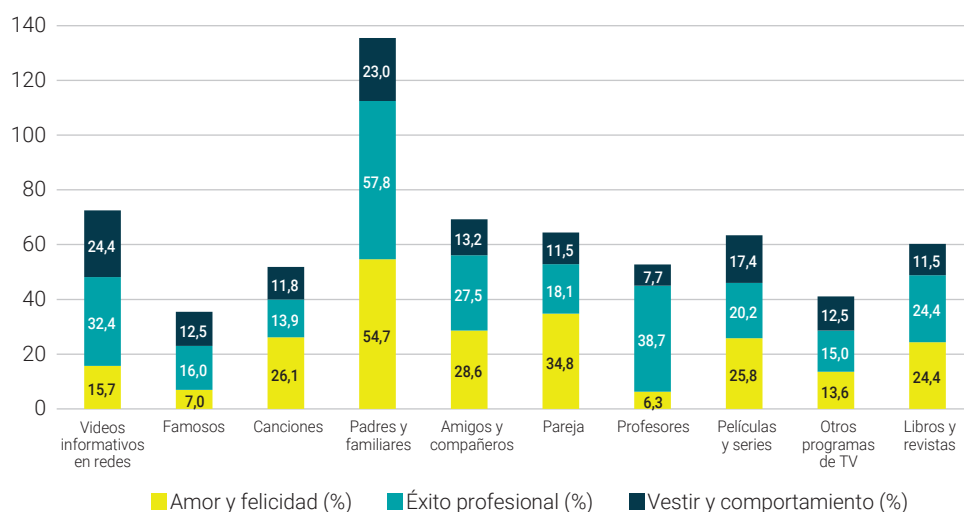


Figura 4. Principal influencia por dimensión

Nota. Los valores son expresados en porcentaje. Fuente: elaboración propia.

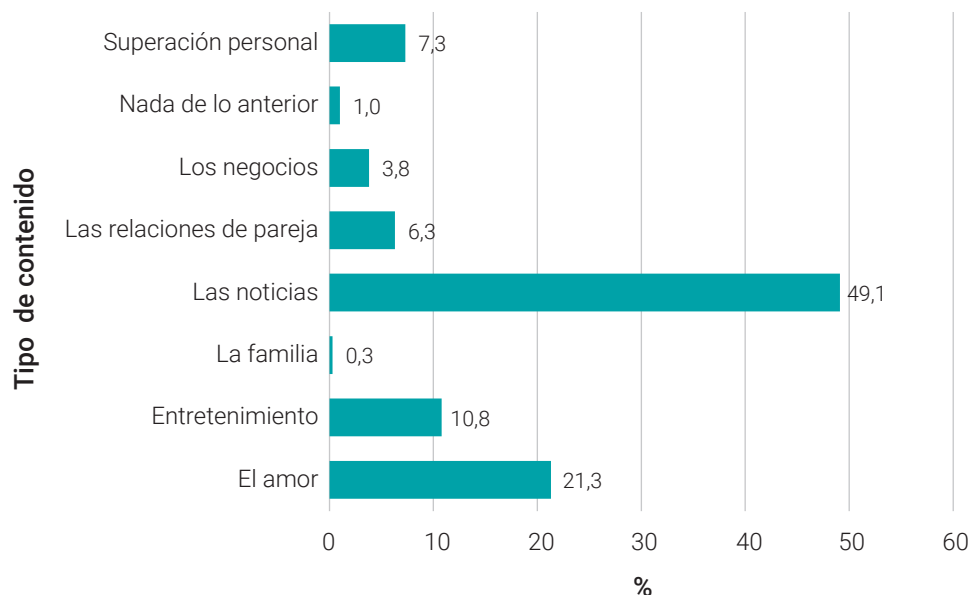
Por otra parte, como se presenta en la Tabla 4, el estudiantado percibe que las redes sociales influyen principalmente en la identificación de nuevas tendencias ($M = 4.30$, D.E. = 0.81) y en el acceso a información relevante ($M = 3.98$, D.E. = 0.87), seguidas de su impacto en la construcción de ideas sobre temas sociales y políticos ($M = 3.93$, D.E. = 0.98). En contraste, el efecto en la imagen personal ($M = 3.39$, D.E. = 1.19), la autoestima ($M = 3.29$, D.E. = 1.33) y el aprendizaje académico ($M = 3.51$, D.E. = 1.28) refleja una influencia moderada, con tensiones entre los beneficios percibidos y los riesgos asociados. Esto es consistente con estudios que advierten sobre el «doble filo» de las redes sociales, al combinar oportunidades de información y conexión con desafíos como la desinformación, la comparación social o la distracción académica (Verduyn et al., 2020; McComb et al., 2023; Efstratiou & De Cristofaro, 2022; Baqir et al., 2024).

Tabla 4. Estadísticos descriptivos correspondientes a la influencia percibida de las redes sociales

Ítem	Mínimo	Máximo	Media (D.E.)
Las redes sociales influyen en tu forma de pensar sobre temas sociales y políticos	1	5	3.93 (0.98)
En las redes sociales siempre debes presentar tu mejor imagen	1	5	3.39 (1.19)
El contenido que encuentras en redes sociales afecta tu autoestima	1	5	3.29 (1.33)
En las redes sociales encuentras información importante	1	5	3.98 (0.87)
Las redes sociales te indican las nuevas tendencias	2	5	4.30 (0.81)
El uso excesivo de las redes sociales ha afectado negativamente tu aprendizaje	1	5	3.51 (1.28)

Nota. D.E. = desviación estándar. Fuente: elaboración propia.

Finalmente, se preguntó cuál es el tipo de contenido más valioso en redes. Como muestra la Figura 5, el 49.1 % (n = 141) eligió las noticias como el contenido más útil, seguidas por la superación personal, la familia y los negocios. Esto refuerza el papel de las redes como fuente de información y guía cultural entre las y los jóvenes universitarios.

**Figura 5.** Tipo de contenido percibido como más valioso en redes sociales

Nota. Los valores son expresados en porcentaje. Fuente: elaboración propia.

Salud mental y bienestar

Los ítems de esta dimensión buscaron explorar la percepción que tiene el estudiantado sobre los efectos emocionales y psicológicos derivados del uso de redes sociales. Los resultados de la Tabla 5 muestran una percepción moderada de malestar emocional vinculado al uso de redes sociales entre el estudiantado, con niveles más altos en ítems asociados a la ansiedad por desconexión ($M = 2.94$, D.E. = 1.29) y la necesidad de conexión constante ($M = 2.92$, D.E. = 1.38), lo que sugiere presencia de nomofobia o dependencia funcional digital (Lozano-Blasco et al., 2020). Las percepciones sobre ansiedad o estrés por uso de redes ($M = 2.80$, D.E. = 1.33) y su función como apoyo emocional ($M = 2.74$, D.E. = 1.29) reflejan una relación ambivalente, en la que coexisten experiencias de alivio y fatiga emocional. Esta tendencia se alinea con estudios que documentan efectos acumulativos como la insatisfacción o la baja autoestima por exposición a vidas idealizadas y la comparación social (Huang, 2020; Marciano et al., 2024; Ajewumi et al., 2024).

Tabla 5. Estadísticos descriptivos correspondientes a la salud mental y bienestar

Ítem	Mínimo	Máximo	Media (D.E.)
Te sientes ansioso y desesperado cuando no tienes tu teléfono, se descarga o no tienes internet	1	5	2.94 (1.29)
Has experimentado ansiedad o estrés relacionado con el uso de redes sociales	1	5	2.80 (1.33)
Las redes sociales son una fuente de apoyo emocional para ti	1	5	2.74 (1.29)
Las redes sociales son indispensables para sentirse conectado con el mundo	1	5	2.92 (1.38)

Nota. D.E.= desviación estándar. Fuente: elaboración propia.

Conclusiones

Este estudio permitió examinar la influencia de las redes sociales en la formación personal y académica de estudiantes de la FCEA–UNACAR, abordando tres dimensiones clave: uso de redes sociales, impacto en el pensamiento y comportamiento, y salud mental y bienestar. En ese sentido, los hallazgos demuestran que las plataformas más utilizadas, *WhatsApp*, *TikTok*, *Instagram* y *Facebook*, no solo cumplen funciones recreativas, sino también contribuyen a la formación de identidad y opinión en temas relevantes para las juventudes universitarias.

Además, los resultados reflejan una convivencia entre referentes tradicionales, como la familia y/o docentes, y digitales, como *influencers*, con un mayor peso de las redes en la construcción del estilo personal y la percepción de tendencias. Aunque los efectos en la salud mental no se perciben como extremos, sí existe una dependencia funcional moderada que requiere atención institucional.

Finalmente, en términos prácticos, se recomienda incorporar estrategias de alfabetización digital y bienestar emocional en la educación superior, así como fortalecer el pensamiento crítico ante la sobreexposición a contenido en redes. Aunado a esto, estudios futuros podrían incluir enfoques comparativos y cualitativos que profundicen en las experiencias subjetivas del estudiantado ante los entornos digitales.

Referencias citadas

- Ajewumi, O., Magbagbeola, V., Kalu, O., Ike, R., Folajimi, O., & Diyaolu, C. (2024). The impact of social media on mental health and well-being. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 24(01), 107–121. <https://doi.org/10.30574/wjarr.2024.24.1.3027>
- Anjum, R., Naeem, Z., Chaudhary, A. A., Asif, Q.- ul- ain, & Rehman, A. (2024). The Impact of Social Media Use on Adolescent Well-Being and Academic Performance. *Journal of Education and Social Studies*, 5(2), 426–434. <https://doi.org/10.52223/jess.2024.5223>
- Arreguín Hernández, A. Y. (2025). Redes sociales, imagen corporal y salud mental en estudiantes de la FES Zaragoza UNAM. *Psic-Obesidad*, 14(55), 24–31. <https://doi.org/10.22201/fesz.20075502e.2024.14.55.91651>
- Astleitner, H., & Schlick, S. (2024). The social media use of college students: Exploring identity development, learning support, and parallel use. *Active Learning in Higher Education*, 26(1), 231–254. <https://doi.org/10.1177/14697874241233605>
- Balaguer, J., & Alberich-Pascual, J. (2023). Collaborative modes of audiovisual media: literature review and conceptual proposal. *Studies in Documentary Film*, 18(2), 91–107. <https://doi.org/10.1080/17503280.2023.2272772>
- Baqir A, Galeazzi A, Zollo F (2024) News and misinformation consumption: A temporal comparison across European countries. *PLoS ONE* 19(5): e0302473. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0302473>

- Bednarek, S., Górski, M., Załęska, A., Bychowski, M., Kwaśna, J., Kaźmierczyk, I., Lenart, K., Homza, M., Zakrzewska, N., & Kulicka, J. (2024). The Psychological Effects of Social Media Use: Insights from Combined Research on Adolescents' Mental Health. *Quality in Sport*, 35, 56340. <https://doi.org/10.12775/qs.2024.35.56340>
- Bucheli, M., y Terán, F. (2020). WhatsApp como recurso para el trabajo grupal en estudiantes universitarios. *Apertura*. <https://doi.org/10.32870/APV12N2.1911>
- Calderon, L. Z., Tabladillo, K. J., & Galeon, K. A. (2025). Philippine University Students' Exposure To Political Promotion On Tiktok and Their Political Participation. *International Journal of Global Community*, 8(1), 55 - 76. <https://doi.org/10.33473/ijgc-ri.v8i1.262>
- Craig, S. L., Eaton, A. D., McInroy, L. B., Leung, V. W. Y., & Krishnan, S. (2021). Can Social Media Participation Enhance LGBTQ+ Youth Well-Being? Development of the Social Media Benefits Scale. *Social Media + Society*, 7(1). <https://doi.org/10.1177/2056305121988931>
- Efstratiou, A., & De Cristofaro, E. (2022). Adherence to Misinformation on Social Media Through Socio-Cognitive and Group-Based Processes. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 6, 1 - 35. <https://doi.org/10.1145/3555589>
- Goet, J. (2022). Impact of social media on Academic Performance of Students. *KIC International Journal of Social Science and Management*, 1(1), 35–42. <https://doi.org/10.3126/kicijssm.v1i1.51100>
- Górska, D., Świercz, K., Majcher, M., Sierpień, M., Majcher, M., Pikulicka, A., Karwańska, A., Kulbat, A., Brzychczy, P. & Kulbat, M. (2023). The Influence of social media on developing body image dissatisfaction and eating disorders. *Journal of Education, Health and Sport*, 22(1), 56–62. <https://doi.org/10.12775/JEHS.2023.22.01.005>
- Harff, D., & Schmuck, D. (2024). Who Relies on Social Media Influencers for Political Information? A Cross-Country Study Among Youth. *The International Journal of Press/Politics*, 30(3), 841-864. <https://doi.org/10.1177/19401612241234898>
- Hayes, A. F., & Coutts, J. J. (2020). Use Omega Rather than Cronbach's Alpha for Estimating Reliability. But.... *Communication Methods and Measures*, 14(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/19312458.2020.1718629>
- Huang C. (2020) A meta-analysis of the problematic social media use and mental health. *International Journal of Social Psychiatry*, 68(1), 12-33. doi:10.1177/0020764020978434

- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2022). Estadísticas a propósito del día internacional de la juventud. Comunicado de prensa núm. 436/22.
- Junejo, H, K., Hussain, N. & Lashari, A. R. (2022). Social Media Usage among University Students and its Impact on Academic Performance, Learning Attitudes and Subjective Wellbeing. *Pakistan Social Sciences Review*, 6(2), 678-688. [http://doi.org/10.35484/pssr.2022\(6-II\)57](http://doi.org/10.35484/pssr.2022(6-II)57)
- Kolhar, M., Kazi, R., & Alameen, A. (2021). Effect of social media use on learning, social interactions, and sleep duration among university students. *Saudi Journal of Biological Sciences*, 28, 2216 - 2222. <https://doi.org/10.1016/j.sjbs.2021.01.010>
- Kumar, N. (2023). Impact of social media on students. *Journal on Innovations in Teaching and Learning*, 2(2), 21-26. <https://doi.org/10.46632/jitl/2/2/3>
- Kumar, S., S., Singh, K., Rastogi, S., & Singh, N. (2025). Social Media and Knowledge Sharing: Impact on Academic Development in Public Universities of Kanpur. *Journal of Information Systems Engineering and Management*, 10(3s). <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i3s.362>
- Li, S. (2023). The Impact of Social Media on Intimate Relationships among Chinese College Students. *BCP Education & Psychology*, 9, 132-138. <https://doi.org/10.54691/bcpep.v9i.4673>
- Lozano - Blasco, R., Latorre - Cosculluela, C., & Quílez - Robres, A. (2020). Social Network Addiction and Its Impact on Anxiety Level among University Students. *Sustainability*, 12(13), 5397. <https://doi.org/10.3390/su12135397>
- Mahmuda, S., & Badsha, N. (2024). A Study on the Perception of Love Relationships among University Students. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*. <https://dx.doi.org/10.47772/IJRISS.2024.806139>
- Marciano, L., Lin, J., Sato, T., Saboor, S., & Viswanath, K. (2024). Does social media use make us happy? A meta-analysis on social media and positive well-being outcomes. *SSM - Mental Health*. <https://doi.org/10.1016/j.ssmmh.2024.100331>
- McComb, C. A., Vanman, E. J., & Tobin, S. J. (2023). A Meta-Analysis of the Effects of Social Media Exposure to Upward Comparison Targets on Self-Evaluations and Emotions. *Media Psychology*, 26(5), 612–635. <https://doi.org/10.1080/15213269.2023.2180647>
- Merino, M., Tornero-Aguilera, J., Rubio-Zarapuz, A., Villanueva-Tobaldo, C., Martín-Rodríguez, A., & Clemente-Suárez, V. (2024). Body Perceptions and Psychological Well-Being: A Review of the Impact of Social Media and Physical Measurements on Self-Esteem and Mental Health with

a Focus on Body Image Satisfaction and Its Relationship with Cultural and Gender Factors. *Healthcare*, 12(14), 1396. <https://doi.org/10.3390/healthcare12141396>

Mironică, A., Popescu, C., George, D., Tegzeşiu, A. & Gherman, C. (2024). Social Media Influence on Body Image and Cosmetic Surgery Considerations: A Systematic Review. *Cureus* 16(7). <https://doi.org/10.7759/cureus.65626>

Nicolaou, C., Matsiola, M., Karypidou, C., Podara, A., Kotsakis, R., & Kalliris, G. (2021). Media Studies, Audiovisual Media Communications, and Generations: The Case of Budding Journalists in Radio Courses in Greece. *Journalism and Media*, 2(2), 155-192. <https://doi.org/10.3390/journalmedia2020010>

Orçan, F. (2023). Comparison of cronbach's alpha and McDonald's omega for ordinal data: Are they different?. *International Journal of Assessment Tools in Education*, 10(4), 709-722. <https://doi.org/10.21449/ijate.1271693>

Pérez-Torres, V. (2024). Social media: A digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology: A Journal for Diverse Perspectives on Diverse Psychological Issues*, 43(26), 22170–22180. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>

Popat, A., & Tarrant, C. (2022). Exploring adolescents' perspectives on social media and mental health and well-being – A qualitative literature review. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 28(1), 323–337. <https://doi.org/10.1177/13591045221092884>

Powell, J., & Pring, T. (2023). The impact of social media influencers on health outcomes: Systematic review. *Social science & medicine*, 340, 116472. <https://doi.org/10.1016/j.socscimed.2023.116472>

Raghuvanshi, G., & Pandey, P. (2025). The Impact of Social Media on Anxiety and Self-Esteem Among University Students. *International Journal for Research in Applied Science and Engineering Technology*. <https://doi.org/10.22214/ijraset.2025.66676>

Rahman, S., Ramakrishnan, T., & Ngamassi, L. (2020). Impact of social media use on student satisfaction in Higher Education. *Higher Education Quarterly*. 74:304–319. <https://doi.org/10.1111/HEQU.12228>

Sarfraz, M., Ali, M., & Imran, A. (2025). Effects of Social Media on Mental Health: Focusing on Anxiety, Self-Esteem, Social Isolation and Stress on the Public of Rawalpindi, Pakistan. *Online Media and Society*, 6(1), 16-30. <https://doi.org/10.71016/oms/3jxp0122>

- Shafiq, M., & Parveen, K. (2023). Social media usage: Analyzing its effect on academic performance and engagement of higher education students. *International Journal of Educational Development*. <https://doi.org/10.1016/j.ijedudev.2023.102738>
- Shams, M., Shahid, R., & Raza, S. (2022). Social media and university students: trends and effects studies. *Pakistan Journal of Social Research*, 4(4), 763-772. <https://doi.org/10.52567/pjsr.v4i04.890>
- Shahzad, M., Xu, S., Lim, W., Yang, X., & Khan, Q. (2024). Artificial intelligence and social media on academic performance and mental well-being: Student perceptions of positive impact in the age of smart learning. *Heliyon*, 10. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e29523>
- Sharma, M., Kaushal, D., & Joshi, S. (2023). Adverse effect of social media on generation Z user's behavior: Government information support as a moderating variable. *Journal of Retailing and Consumer Services*. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103256>
- Taher, T., & Ali, D. (2024). Impact of Internet and Social Media on Academic Performance, Social Interaction, and Mental Health among a Sample of Iraqi University Students. *Kufa Medical Journal*, 20(1), 1-14. <https://doi.org/10.36330/kmj.v20i1.13900>
- Utami, P., & Dewi, A. (2024). Social Media's Role in Creating New Fashion Trends. *Journal of Research in Social Science and Humanities*, 4(1), 199-203. <https://doi.org/10.47679/jrssh.v4i1.120>
- Vagka, E., Gnardellis, C., Lagiou, A., & Notara, V. (2024). Smartphone Use and Social Media Involvement in Young Adults: Association with Nomophobia, Depression Anxiety Stress Scales (DASS) and Self-Esteem. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 21(7), 920. <https://doi.org/10.3390/ijerph21070920>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current opinion in psychology*, 36, 32-37. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2020.04.002>
- Wang, J. (2023). The Impact of Social Media on Body Image Perception and Eating Disorders. *Journal of Innovations in Medical Research*. <https://doi.org/10.56397/jimr/2023.09.06>
- Yusuf, A. A. A., Magbol, M., Adam, A. M. H., Al-Zaben, A. H. R., Omer, W. (2024). Impacts of Social Media on Academic Performance and Mental Health of Alzaiem Alazhari University Medical Students (Nov 2020 - June 2021). *American Journal of Applied Psychology*, 13(2), 20-31. <https://doi.org/10.11648/j.ajap.20241302.11>

Zsila, Á., & Reyes, M. (2023). Pros & cons: impacts of social media on mental health. *BMC Psychology*,

11. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01243-x>