



Análisis de la influencia de los contenidos compartidos en Instagram sobre las decisiones de crianza de madres en contextos de maternidad en tribu.

Kharen Valeria Cárdenas Torres

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Rectoría Oriente (Orinoquía)  
Centro Universitario Villavicencio (Meta)  
Programa Comunicación Social - Periodismo  
Abril 14, 2025

Análisis de la influencia de los contenidos compartidos en Instagram sobre las decisiones de crianza de madres en contextos de maternidad en tribu.

Kharen Valeria Cárdenas Torres

Trabajo de investigación e innovación presentado como requisito para optar al título de Comunicadora Social - Periodista

Asesor

Andrés Molano Téllez

Comunicador Social – Periodista, Magíster en Comunicación Creativa

Corporación Universitaria Minuto de Dios  
Rectoría Oriente (Orinoquía)  
Centro Universitario Villavicencio (Meta)  
Programa Comunicación Social - Periodismo  
Abril 14, 2025

### **Dedicatoria**

En primer lugar, dedico este trabajo a mi amada mamá, Claudia Torres. Tú eres el mejor ejemplo para nosotros, una mujer trabajadora y siempre esforzándote el doble para darnos lo mejor y en mi caso ayudarme cada día a lograr estar más cerca de mi grado como profesional. Eres el ejemplo perfecto de perseverancia, gracias por tus sabios consejos. Este título será también tuyo, una recompensa a tu amor infinito y a tu dedicación sin límites.

A mi motor y mi inspiración diaria, mi querido hijo Matthew. Saber que tengo un futuro por construir para ti ha sido mi mayor motivación. Espero que este logro te sirva de ejemplo de que, con esfuerzo y dedicación, los sueños se alcanzan.

Y por supuesto, a mi familia en general. A todos los que han hecho parte de este proceso de una u otra forma, que han aportado desde mensajes de motivación hasta ayudarme a tener espacios para estudiar. A todos ustedes, mi familia, les dedico con profundo amor y gratitud este fruto de mi esfuerzo.

## Agradecimientos

Quisiera expresar mi más sincero agradecimiento a las personas que hicieron posible la culminación de este proyecto de grado.

En primer lugar, a mi mamá, quien ha sido mi mayor apoyo, siempre incondicional a lo largo de toda mi vida y especialmente durante este desafiante proceso académico. Tu amor, paciencia y aliento constante fueron la fuerza que me impulsó a seguir adelante.

A mi familia, por su comprensión, cariño y por creer en mí en cada paso del camino, a mi pareja, por su amor, paciencia infinita y por ser mi compañero constante, celebrando mis logros y brindándome consuelo en los momentos de dificultad, a mi hijo porque a su corta edad, ha entendido que mamá necesitaba espacios para lograr sus metas.

Un agradecimiento especial a la profesora Francy Moncada, por su visión y por creer en este proyecto incluso antes que yo, su guía y motivación inicial fueron cruciales para darle vida a esta idea. A la profesora Andrea Galindo y al profesor Andrés Molano, por ser parte fundamental de este proceso, por la dedicación, conocimientos y apoyo constante que fueron vitales en cada etapa. Gracias por su paciencia y por animarme a perseverar cuando sentía que debía rendirme.

A todos ustedes, ¡muchas gracias!

## Contenido

1. Introducción .....	11
1.1 Problema.....	11
1.2 Objetivo general.....	14

1.3 Objetivos específicos .....	15
1.4 Justificación.....	15
2. Revisión de literatura .....	17
3. Marco teórico .....	19
3.1 Crianza positiva, crianza consciente, crianza respetuosa.....	19
3.2 La Teoría de los efectos en las audiencias .....	21
4. Metodología .....	22
4.1 Diseño de instrumentos.....	23
4.2 Selección participantes .....	25
4.2.1 María Clara Rodríguez .....	26
4.2.2 Ana María Franco Villegas .....	26
4.2.3 Alexandra Platt.....	27
4.2.4 Leonardo Escobar .....	28
4.2.5 Daniela Monserrat .....	29
4.3 Procedimiento .....	29
4.3.1 Observación no participante .....	30
4.3.2 Encuesta online .....	30
4.3.3 Grupo focal.....	31
4.4 Resultados .....	32
4.4.1 Resultados Observación no participante.....	32
4.4.1.1 Alimentación.....	32
4.4.1.2 Sueño.....	33
4.4.1.3 Familiar/personal/tips .....	34
4.4.1.4 Sueño y crianza respetuosa.....	35
4.4.2 Resultados encuesta.....	35
4.4.3 Resultados grupo focal .....	47
4.5 Discusión .....	54
5. Conclusiones .....	58
Referencias .....	60

### Lista de tablas

1. Tabla 1: <i>Matriz general de metodología.</i>	24
2. Tabla 2: <i>Producto de observación: alimentación.</i>	32
3. Tabla 3: <i>Producto de observación: sueño.</i>	33
4. Tabla 4: <i>Producto de observación: familiar-personal-tips.</i>	34
5. Tabla 5: <i>Producto de observación: salud y crianza respetuosa.</i>	35
6. Tabla 6: <i>Datos demográficos 1.</i>	37
7. Tabla 7: <i>Datos demográficos 2.</i>	38
8. Tabla 8: <i>Fuentes principales</i>	42

## Lista de figuras

1. Figura 1: <i>Seguimiento cuentas de maternidad en tribu</i>	38
2. Figura 2: <i>Participación en comunidades de maternidad</i>	39
3. Figura 3: <i>Frecuencia de consumo de contenido de maternidad</i>	40
4. Figura 4: <i>Temas de maternidad con mayor búsqueda</i>	41
5. Figura 5: <i>Seguimiento de las cuentas observadas</i>	41
6. Figura 6: <i>Tipo de contenido que más destacan</i>	43
7. Figura 7: <i>Formatos más frecuentados</i>	44
8. Figura 8: <i>Nivel de influencia del contenido en la crianza</i>	45
9. Figura 9: <i>Incorporaciones en la crianza</i>	46
10. Figura 10: <i>Nivel de confianza en la información encontrada en Instagram</i>	47

### **Lista de anexos**

1. Resultados encuesta Excel
2. Grabación visual del grupo focal
3. Audio grupo focal 1
4. Audio grupo focal 2
5. Consentimiento de grabación y manejo de datos del grupo focal

### **Resumen:**

La investigación busca comprender cómo Instagram influye en las decisiones de crianza de madres que participan en comunidades virtuales de apoyo ("maternidad en tribu").

Reconociendo que la maternidad puede ser desafiante y generar soledad, muchas madres recurren a las redes sociales en busca de información y conexión. El estudio, con un enfoque metodológico mixto, analizó el contenido sobre maternidad en tribu que se comparte en Instagram, identificó los formatos y temas más populares entre las madres colombianas con hijos pequeños, y examinó cómo esta información se integra en sus prácticas de crianza. Se exploraron teorías de la comunicación para entender este fenómeno, y se utilizó la observación de perfiles influyentes, encuestas a madres y grupos focales para recopilar datos que permitieron responder a la pregunta de cómo Instagram impacta en la toma de decisiones dentro de estas comunidades de apoyo materno en línea.

Palabras clave: *Maternidad, contenido, Instagram, Crianza, Toma de decisiones, Tribu (maternidad en tribu).*

### **Abstract**

The research aims to understand how Instagram influences the parenting decisions of mothers participating in virtual support communities ("motherhood tribe"). Recognizing that motherhood can be challenging and generate loneliness, many mothers turn to social media for information and connection. The study, employing a mixed methodological approach, analyzed the content about motherhood tribes shared on Instagram, identified the most popular formats and topics among Colombian mothers with young children, and examined how this information is integrated into their parenting practices. Communication theories were explored to understand this phenomenon, and observation of influential profiles, surveys of mothers, and focus groups were used to collect data that allowed answering the question of how social media impacts decision-making within these online maternal support communities. communities.

Keywords: Motherhood, content, Instagram, Parenting, Decision-making, Tribe (motherhood tribe).

# 1. Introducción

## 1.1 Problema.

La maternidad es una etapa que muchas mujeres desean o anhelan vivir en algún momento de su vida, la mujer que busca el embarazo experimenta felicidad y emoción de conocer a su bebé, además, es común que se asocie el amor de una madre hacia su hijo, como uno más grande que otro experimentado antes de iniciar la maternidad, por lo que cada nueva cosa que hace, cada logro desde su nacimiento, cada palabra mal pronunciada o cada ocurrencia graciosa, se convierte en momentos alegres y anécdotas que siempre se disfrutan.

Pero, “a pesar de que la maternidad es un periodo que se percibe como una etapa positiva, muchas mujeres experimentan serios problemas psicológicos durante el embarazo y el puerperio” (Ampudia, 2020). Este último, también conocido como posparto, es más complicado de lo que se cree, pues incluye atender un bebé veinticuatro horas al día y ponerlo en primer lugar en todo momento por su constante necesidad de atención al ser tan vulnerable, y se extiende por varias semanas e incluso meses mientras se logran establecer unas rutinas que logren un equilibrio y más descanso para la madre, sin embargo, mientras esto ocurre, el trabajo diario suele ser monótono, lo que puede desencadenar en la mamá algún trastorno como "tristeza posparto, depresión posparto y psicosis postparto" (Ampudia, 2020).

Por ejemplo. “un metaanálisis reportó que los factores asociados con la depresión posparto fueron: dificultades financieras, nacimiento de una niña, conflicto conyugal, falta de apoyo de la familia, antecedente de enfermedad psiquiátrica, alta paridad, complicaciones durante el embarazo y baja escolaridad de la madre” (Grenchi-Gallardo et al. 2021, p. 928).

Otro factor como los que se nombraron anteriormente con relación a la depresión postparto, puede ser la falta de apoyo de la familia, por lo que se deduce que una madre puede verse afectada si experimenta un sentimiento de soledad. Para ella puede ser aún más abrumador esta etapa si no cuenta con una red de apoyo, familia, amigos o personas que se

interesan por ella, es decir. Esta deficiencia, podría aumentar la posibilidad de la ya mencionada depresión posparto, entendida como "una alteración de la salud mental, común e incapacitante, que afecta a las mujeres después del parto y se caracteriza por bajo estado anímico, ansiedad y sentimiento de culpa" (Grenchi-Gallardo et al. 2021, p. 928), que podría ser minimizado por un entorno de comunicación más cercano.

“Anteriormente hemos hablado de la soledad con la que las madres actuales viven la maternidad y la crianza de nuestros hijos, debido a la progresiva descomunitarización de la sociedad. Los nuevos modelos de familia propician grupos nucleares más pequeños y la falta de referentes y disminución de la ayuda que esto conlleva ha provocado que muchas madres busquen estos referentes en las redes sociales". (Mariana & Cira, 2012, p.1636)

Una década después a la fecha de publicación de este artículo, se encontró que la acción de buscar apoyo en las redes sociales, plataformas digitales compuestas por comunidades de personas que comparten intereses, actividades o relaciones que facilitan la interacción entre individuos y actúan como un canal para la comunicación y el intercambio de información. (Equipo editorial, Etecé. 2023), sigue vigente y ha aumentado de manera significativa; ahora existen bastantes perfiles en torno a la maternidad y son de fácil acceso.

Sin embargo, nada de esto sería posible sin los avances tecnológicos que hubo en los últimos años, además del invento del smartphone o celular inteligente que representa un progreso tecnológico en su versión más avanzada, cuya aparición se ha logrado gracias a la creación y difusión de internet, así como a las denominadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC). Por lo tanto, es un teléfono móvil que no solo posibilita realizar llamadas y enviar mensajes de texto, sino también explorar la web, establecer videollamadas, compartir emails, usar redes sociales, capturar imágenes, escanear documentos, entre otras funciones innovadoras (Equipo editorial, Etecé, 2022). En estos dispositivos se pueden encontrar aplicaciones como Instagram que permiten la interacción con personas de todo el mundo y

tienen herramientas que permiten seguirse o agregarse para tener un contacto directo y más fácil, además, el algoritmo que maneja, logra que sea más accesible la información que se busca, en el caso de las mamás, puede sugerir seguir cuentas de influencers maternas, de alimentación complementaria, crianza y lactancia, entre otros temas propios de la maternidad.

Ahora se busca hablar de temas actuales, que, con la llegada de la tecnología y los avances gigantes en la manera de comunicarse, ha dado espacio para "la proliferación de un gran número de blogs sobre maternidad, dónde las madres expresan sus reflexiones y experiencias en torno al embarazo, la lactancia y la crianza, supone la creación de un nuevo espacio maternal para las mujeres" (Mariana & Gira. 2012, p.1628). El resultado es un aumento en la conectividad entre los individuos que fomenta un fuerte flujo de saberes, la coordinación de acciones para alcanzar objetivos compartidos y la creación de relaciones que superan los obstáculos físicos, geográficos, políticos y culturales. (Pérez J.M.J)

Basándose en la notable influencia que las redes sociales, especialmente Instagram, ha tenido en el tema de la maternidad, se manifiesta en cómo la información publicada en estos medios impacta a las usuarias que son madres, logrando la formación de comunidades que se influyen positivamente entre sí.

La tecnología ha avanzado mucho en las últimas décadas especialmente entre la década del 90 y el presente año, lo que ha permitido el auge de las redes sociales, por ejemplo, Instagram ha experimentado un crecimiento notable en la actualidad "desde sus comienzos, la app ha registrado una notable evolución en cuanto a funciones, público objetivo y contenidos. Esta red social ha influido en la forma en la que sus usuarios interactúan entre sí, que puede ser a través de posts, stories, hashtags, comentarios, grupos, mensajes privados o likes" (Figueredo-Benítez et al, 2021, p. 10). Con ello, la comunicación obtuvo un campo más al que aporta diversos textos relacionados con temas en general, incluyendo la maternidad. Esto permite que autores de todo el mundo publiquen sus trabajos de investigación y sean de fácil

acceso para el público interesado. Vivimos en una sociedad más interconectada debido al progreso y transformación de las telecomunicaciones, y se anticipa que en la década venidera se propicie un nuevo avance en la comunicación con las últimas tendencias en innovación tecnológica. (Edwards Stewart, A.2021)

La comunicación en pleno 2025 puede aportar más de lo que era hace algunos años. Existen investigaciones entre las cuales se encuentran, por ejemplo: Visa Barbosa & Crespo Cabillo (2012). *Las madres toman la palabra. Análisis del fenómeno de los blogs de madres*. Depósito de Investigación de la Universidad de Sevilla; Genchi-Gallardo, Paredes-Juárez, Solano-González, Ríos-Rivera, Paredes-Solís & Andersson. (2021). *Prevalencia de depresión posparto y factores asociados en usuarias de un hospital público de Acapulco, Guerrero, México*. Y Muñoz Zapata & Ariza Sosa (2021). *Maternidades contemporáneas y redes sociales virtuales: “No era la única que estaba pasando por eso”* que hacen referencia a la maternidad desde diferentes puntos, entre los cuales se encuentran temas varios, pero con un mismo enfoque, por ejemplo: cómo la sociedad observa la maternidad, cómo las mujeres sufrían en silencio la depresión postparto o que no sabían que existía este diagnóstico, además, cargas mentales por tiempos muy prolongados, básicamente historias de una maternidad antigua, y ha venido evolucionando, hasta llegar a trabajos que ayudan a visibilizar la maternidad de una manera no totalmente romántica, sino con sus dificultades y la realidad única que cada mamá experimenta, por lo tanto, teniendo en cuenta los cambios significativos que trajeron las redes sociales a la vida cotidiana, surge el interrogante ¿Cómo Instagram ha aportado en la toma de decisiones de la maternidad en tribu?

### *1.2 Objetivo general*

Analizar la influencia que tiene Instagram en las decisiones de crianza que toman las madres dentro de la maternidad en tribu, en relación con los contenidos compartidos en esta red social

### *1.3 Objetivos específicos*

- Categorizar los principales tipos de contenido sobre maternidad en tribu que se difunden en Instagram
- Identificar los formatos y temas más consumidos por las madres en Instagram en el contexto de la maternidad en tribu.
- Examinar cómo las madres incorporan la información obtenida en redes sociales en sus decisiones sobre crianza.

### *1.4 Justificación*

Muchas madres, especialmente las primerizas, pueden sentirse solas durante los primeros años de maternidad; es un cambio drástico en la vida de cada mamá y, por lo tanto, al inicio les puede costar sentirse totalmente felices del trabajo que hacen como madres. Además, los estereotipos sobre la maternidad pueden generar presión y culpa en las madres. En ese sentido, este trabajo se enfoca en la maternidad y las redes sociales, que pueden servir para que otras madres creen o encuentren una tribu, que en el contexto de la maternidad se refiere a un grupo de mujeres que se unen, ya sea de forma virtual o presencial, una modalidad de colaboración para atender a los hijos e hijas de forma conjunta, respaldarse mutuamente en sus tareas y proporcionar respaldo emocional. (Osorio, 2021)

La tecnología abrió campo a las redes sociales y su llegada ha logrado importantes avances para la mujer, como por ejemplo, algunas soluciones a los problemas que podrían enfrentar las madres en esta etapa, a través de grupos virtuales o tribu, que permite a las madres conectarse con otras que están pasando por experiencias similares, creando comunidades de apoyo y compartiendo consejos, además, ofrecen una amplia gama de información sobre temas relacionados con la maternidad, desde el embarazo hasta la educación de los hijos y, por supuesto, para el grupo de mamás influencers les puede ayudar a sentirse más empoderadas al compartir sus propias experiencias y conocimientos.

La formación en comunicación social y periodismo proporciona las herramientas fundamentales para analizar e identificar la manera en que las madres interpretan diversos contenidos virtuales sobre crianza, así como para comprender la construcción del discurso de la maternidad en tribu dentro de las redes sociales.

La crianza reviste una notable trascendencia social, y el desarrollo de un proyecto enfocado en este ámbito permite generar un impacto positivo en la sociedad. La relación entre la maternidad y las redes sociales puede ser abordada por diversas disciplinas como la comunicación, la sociología y la psicología. Pero, sobre todo, la comunicación social, aplicada al estudio de la maternidad, constituye un campo en continua evolución, ofreciendo oportunidades para la innovación, lo que justifica la vigencia e implementación de la presente investigación.

El estudio de este proyecto puede llenar vacíos en la investigación general sobre la maternidad en la era digital, aportando nuevos conocimientos y perspectivas, además, al centrarse en la experiencia de las mamás, se puede ayudar a visibilizar sus necesidades y desafíos más frecuentes y que las que accedan a la información de este proyecto tengan en cuenta los datos que se presenten, porque las redes sociales son un fenómeno en constante evolución, por lo que la investigación es relevante y actualizada.

Además, en temas institucionales no se ha visto con frecuencia la realización de proyectos enfocados en la maternidad y las redes sociales, entonces, es relevante y motivador para algunos miembros de la comunidad educativa. La maternidad tuvo un momento sin tecnología, una transición, y ahora vive en una era digital, y estos cambios han generado una maternidad nueva que para algunos es positiva y otros negativa, pero que en general, es importante estudiarlo.

## 2. Revisión de literatura

En la búsqueda de investigaciones en torno a la maternidad, realizadas en Google Académico y Dialnet, se utilizaron palabras claves como: maternidad en tribu, crianza respetuosa, redes sociales, crianza colectiva, Instagram, creador digital, tecnología e internet, blogs maternos, crianza tradicional, lactancia, alimentación complementaria, grupos de madres, para hallar trabajos que tuvieran relación con el tema principal de esta investigación; sin embargo, se enfocó más en los que tienen relación con las redes sociales y estuvieran en un contexto de Colombia; sin embargo, así los resultados disminuyeron en gran medida. En general, se encontraron investigaciones con temas de maternidad adolescente, maternidad en épocas de Covid-19, maternidad y mercado laboral o violencia obstétrica. Algunas de ellas también tenían relación con las redes sociales, por ejemplo, en González (2021) se discuten los *Efectos de las redes sociales en el embarazo adolescente*. Tecnologías de la Información y Comunicación, se discuten los efectos de las redes sociales en el embarazo temprano. Destaca que el embarazo adolescente es un problema biopsicosocial con posibles riesgos para la salud tanto de la madre como del niño.

El estudio empleó una metodología cuantitativa, encuestando a jóvenes en Monterrey, Nuevo León, para comprender el impacto de las redes sociales en el embarazo temprano. La investigación encontró que la mayoría de las jóvenes encuestadas, el 69,23%, todavía viven con sus padres. Además, el 92,31% informó tener acceso a Internet en casa y el 96,15% tiene un teléfono móvil; además, encontró una correlación entre la clase social y las tasas de embarazo precoz, con el 73% de clase media, el 7,69% de clase baja y el 19,31% de clase alta. La investigación enfatiza la importancia de comprender el conocimiento, las prácticas y las actitudes de los jóvenes con respecto a la planificación familiar y la salud sexual para diseñar estrategias de educación y comunicación efectivas. En consecuencia, esta investigación guarda similitud con el intento de observar el impacto de las redes sociales en adolescentes

que se convierten en madres; sin embargo, la principal diferencia radica en que el presente estudio se centra en madres mayores de edad, mientras que aquella se enfoca en la salud de madres e hijos. Esta investigación, por su parte, se orienta hacia el aporte de las redes sociales en la crianza y la influencia de su contenido en las madres.

En otra investigación Zapata & Sosa (2021) discuten sobre las maternidades contemporáneas y redes sociales virtuales: “no era la única que estaba pasando por eso”. Este artículo presenta los resultados de una investigación cualitativa que exploró los significados y las contribuciones que las mujeres colombianas atribuyen a las redes sociales virtuales en relación con sus experiencias de maternidad y crianza, a través del análisis de 17 entrevistas en profundidad, un grupo focal y publicaciones realizadas durante un período de nueve meses en un grupo de Facebook y dos grupos de WhatsApp dedicados a la maternidad, la investigación concluye que estos espacios en línea proporcionan un apoyo social fundamental que las mujeres no encuentran en sus redes de contacto presenciales. Además, el estudio sugiere que estas plataformas virtuales pueden constituir escenarios contrahegemónicos, ofreciendo perspectivas alternativas y desafiando las normas tradicionales en torno a la maternidad y la crianza, brindando así un espacio donde las mujeres sienten que no están solas en sus vivencias.

Este trabajo de Muñoz Zapata y Ariza Sosa (2021) guarda una estrecha relación con la presente investigación, ambos estudios coinciden al explorar cómo las plataformas virtuales se han convertido en espacios significativos de apoyo social para las madres. Mientras que el estudio de Muñoz Zapata y Ariza Sosa se enfoca en los significados y aportes generales percibidos por mujeres colombianas en diversos grupos virtuales de maternidad, resaltando el apoyo social y el potencial contrahegemónico de estos espacios, esta investigación sobre la maternidad en tribu profundiza en la dinámica específica de estas comunidades en Instagram y su influencia en las decisiones de crianza, compartiendo la premisa fundamental de que las

redes sociales virtuales suplen necesidades de apoyo y conexión que a menudo no se encuentran en los entornos presenciales de las madres.

### 3. Marco teórico

Investigaciones como la de Muñoz Zapata y Ariza Sosa (2021) sobre las maternidades contemporáneas y las redes sociales virtuales, donde se analiza el apoyo social encontrado por mujeres en estos espacios, se suman a las contribuciones de autoras como Mariona Visa Barbosa, doctora en Comunicación Social, y Cira Crespo Cabillo, doctora en historia clásica, quienes desde sus respectivos campos han explorado las dinámicas de la maternidad en relación con la comunicación y la sociedad, en proyectos de investigación que han realizado, hacen referencia a un cambio en la manera de crianza en la actualidad, la cual han nombrado de diferentes maneras.

#### *3.1 Crianza positiva, crianza consciente, crianza respetuosa.*

Esta implica el trato hacia los hijos basado en el apego, la empatía, el amor, la comprensión, el trato equitativo y el respeto, distanciándose de la crianza convencional, algunos críticos sostienen que es una educación más permisiva, menos rigurosa y, consecuentemente, los niños se tornan más exigentes y enfrentan más dificultades para asimilar el rechazo. No obstante, la forma contemporánea de criar genera, indudablemente, una sociedad mucho más civilizada, empática y equitativa, en la que la igualdad es uno de los cimientos (Amarsupiel, 2024) Y comparándola con la llamada crianza tradicional, o autoritaria, se refiere a ese modelo fundamentado en el temor y reforzado por las sanciones, las recompensas, los chantajes y los gritos, de acuerdo con algunos especialistas, los niños criados con un estilo autoritario suelen ser independientes y extremadamente exigentes con sí mismos y con los demás; esta modalidad de crianza ha generado en muchos algunos traumas y aunque es verdad que no se ponía en duda el establecimiento de límites y la autoridad, esto sucedía únicamente por temor. (Amarsupiel, 2024).

La coexistencia de la crianza tradicional y la crianza respetuosa en el panorama actual genera un continuo debate interno en las madres, quienes se encuentran a menudo aplicando las prácticas inculcadas por generaciones y las nuevas tendencias que emergen con fuerza, este contraste se intensifica con la llegada de plataformas como Instagram y otras redes sociales, las cuales han impulsado una demanda sin precedentes de información sobre modelos de crianza alternativos, particularmente la crianza respetuosa, ya que, para muchas mamás primerizas o que tienen otro hijo en esta época, estas plataformas se convierten en una fuente accesible y constante de perspectivas que promueven la empatía, el respeto y la conexión emocional en la crianza, presentando un contraste significativo con los consejos familiares arraigados en tradiciones y métodos más directivos o autoritarios. Esta exposición a una alta cantidad de contenido sobre crianza respetuosa invita a la reflexión y a la consideración de nuevas formas de relacionarse con sus hijos, generando a menudo una tensión entre el deseo de adoptar prácticas más alineadas con estos enfoques modernos y la influencia de las costumbres familiares preexistentes, creando un espacio de incertidumbre y búsqueda activa de información y validación en el entorno digital.

En la presente investigación, la crianza respetuosa surge como un concepto fundamental debido a su creciente presencia y discusión en las redes sociales. El contenido que circula en estas plataformas, desde experiencias personales hasta consejos de profesionales, moldea activamente las percepciones y prácticas parentales contemporáneas en torno a este modelo de crianza, convirtiéndose en un espacio crucial para analizar cómo se construye, se interpreta y se aplica este concepto en el contexto digital actual.

En el aislamiento de su vivienda, numerosas mujeres han comprendido perfectamente el dicho africano “se requiere una tribu para cuidar a un hijo”, y han optado por hallar su tribu (Mariona y Cira, 2012), por lo que en relación con la influencia de Instagram en las madres se buscó una teoría que aportará a la investigación.

### *3.2 La Teoría de los efectos en las audiencias*

Según Domínguez H. (2011), se centra en comprender las reacciones del público ante las propuestas mediáticas con el fin de identificar las claves para influir en el comportamiento colectivo. En el contexto de esta investigación, esta teoría resulta relevante ya que busca examinar precisamente los efectos que el contenido de Instagram tiene en las madres de niños pequeños y en sus decisiones de crianza. Se considera que, al comprender las respuestas y la adopción de la información compartida en esta plataforma por parte de las madres, se podrán esclarecer los mecanismos a través de los cuales Instagram podría estar moldeando sus prácticas de crianza. La importancia de esta teoría radica en que las redes sociales, incluyendo Instagram, son canales a través de los cuales se difunde una gran cantidad de información diversa que es consumida diariamente por las madres, y la investigación aspira a discernir el impacto específico de este consumo en sus elecciones como cuidadoras.

Esta perspectiva teórica permitió analizar cómo las narrativas, imágenes y consejos sobre crianza que circulan en Instagram son recibidos e interpretados, influyendo en sus actitudes y decisiones maternas, al explorar las dinámicas de recepción y adopción de estos mensajes mediáticos, la investigación buscó esclarecer si Instagram actúa como un agente de cambio en las prácticas de crianza, facilitando la adopción de nuevos enfoques o reforzando los existentes, comprender estos efectos es crucial en un entorno digital donde la información fluye constantemente y las madres buscan activamente recursos y comunidades virtuales para guiarse.

Además, el modelo de los usos y las gratificaciones dice que la audiencia es activa y utiliza los medios para satisfacer necesidades específicas, en lugar de preguntarse qué hacen los medios a la gente, este enfoque se centra en qué hace la gente con los medios. Las madres en este caso eligen activamente qué contenido consumir y cómo interactuar con él para obtener gratificaciones como información, entretenimiento o integración, se habla de una

relación indirecta entre mensajes y efectos que se encuentra mediada por el tipo de uso que el público hace de dichos mensajes (Katz, Blumler & Gurevitch, 1974 , como se cita en Álvarez Gálvez, 2012,p. 7 )

## 4. Metodología

La línea de investigación que se escogió para este proyecto es “Desarrollo humano y comunicación” ya que es la línea que más se ajusta y se define como “todo conocimiento para nuestro caso se encuentra mediado lingüísticamente, es decir, hay una estrecha relación entre lenguaje y pensamiento” y añade: “por otra parte, los medios masivos de comunicación se constituyen en un actor social sobresaliente y su importancia radica en la conformación de nuevos aprendizajes sociales” (*PCIS Líneas de investigación I Uniminuto*, s. f.)

Además, es una investigación donde se utilizaron las metodologías cuantitativas y cualitativas que provienen de paradigmas científicos y sistemas filosóficos muy diferentes entre ellos, aunque suelen complementarse (Barranquero & Eiroa, 2017). En la metodología cualitativa, las maneras de abordaje “no son subjetivas ni objetivas, sino interpretativas, incluye la observación y el análisis de la información en ámbitos naturales para explorar los fenómenos, comprender los problemas y responder las preguntas” (Del Estado de Hidalgo, s. f.), mientras que la metodología cuantitativa, “es un método de recogida de datos en un contexto de estudios principalmente científicos. En base a los datos recogidos, se pueden probar hipótesis predefinidas” (*Investigación Cuantitativa - Qualtrics*, 2023). Además, el presente trabajo se planteó también desde la etnografía virtual, cuyas “técnicas han sido desarrolladas a partir de la necesidad de comprender la extensión de la vida cotidiana hacia los entornos en línea” (Barba Gonzalez R. 2020, p.41).

#### 4.1 Diseño de instrumentos

Por cada objetivo específico se escogió el método y se diseñaron los instrumentos que más funcionaban para obtener la información (Ver tabla 1).

**Tabla 1**

#### *Matriz general de metodología*

<b>Objetivo general</b>	<b>Objetivo específico</b>	<b>Muestra</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>
Analizar la influencia que tiene Instagram en las decisiones de crianza que toman las madres dentro de un contexto de maternidad en tribu, en relación con los contenidos compartidos en esta red social.	Categorizar los principales tipos de contenido sobre maternidad en tribu que se difunden en Instagram.	Observación de cinco perfiles en la red social Instagram, que están relacionados a la maternidad desde diferentes enfoques.	Análisis de contenido	Ficha de análisis de contenido  Matriz de categorización
	Identificar los formatos y temas más consumidos por las madres en Instagram en el contexto de la maternidad en tribu.	La encuesta es de tipo online con un muestreo no probabilístico, conocido como muestreo bola de nieve o por referidos.	Análisis de respuestas (para identificar qué formatos tienen mayor interacción y cuáles son los temas más populares).  Encuesta (para conocer las preferencias de consumo de las madres usuarias de Instagram en relación con la maternidad en tribu)	Ficha de análisis de respuestas (para registrar datos como cuentas de interés y tipo de formato más popular y de mayor credibilidad para las madres.  Cuestionario estructurado (encuestas a madres que siguen o participan en comunidades de maternidad en tribu en Instagram, con preguntas sobre sus formatos y temas preferidos)

	Examinar cómo las madres incorporan la información obtenida en redes sociales en sus decisiones sobre crianza.	Grupo focal con seis mamás de niños entre 0-3 años, con preguntas abiertas que permitan obtener su punto de vista individual y comparar sus respuestas.	Grupos focal (para generar discusión entre varias madres sobre sus experiencias con el contenido de redes sociales y su impacto en sus decisiones).  Encuesta: Para obtener datos sobre la frecuencia y el tipo de información que utilizan en su crianza.	Guía para grupo focal (para orientar la discusión y explorar patrones comunes en la forma en que las madres usan la información de redes sociales).  Cuestionario estructurado (para medir cuántas madres utilizan la información de redes sociales en su crianza y en qué aspectos específicos, como alimentación, disciplina, educación...

Nota: Esta es la matriz general que reúne todos los objetivos específicos y los relaciona con la muestra e instrumento que se aplicó en la investigación, para la obtención de hallazgos que aportaran al cumplimiento del objetivo general.

Al momento de revisar los objetivos específicos se estableció que, para el primero, “categorizar los principales tipos de contenido sobre maternidad en tribu que se difunden en Instagram”, el instrumento más apropiado era la observación no participante, “aquella en la cual se recoge la información desde afuera, sin intervenir para nada en el grupo social, hecho o fenómeno investigado” (Díaz Sanjuán, 2011, p. 8), y se determinó que esta información se plasmaría en unas tablas dividiéndolas por temas relevantes.

Además, según Barranquero & Eiroa (2017) "en el caso de los cuantitativos, el método científico se dirige a obtener medidas fiables de un conjunto amplio de poblaciones, fenómenos o incluso textos"; por lo tanto, "en este contexto, la encuesta podría definirse como una técnica cuantitativa que intenta medir hechos, opiniones, actitudes y comportamientos de la población, a partir del empleo de cuestionarios estandarizados" (Barranquero & Eiroa, 2017), Por lo anterior, se estableció el uso de este instrumento para dar respuesta a los objetivos específicos número dos, "identificar los formatos y temas más consumidos por las madres en Instagram en el contexto de la maternidad en tribu" , y número tres, "examinar cómo las madres incorporan la información obtenida en redes sociales en sus decisiones de crianza", para aplicar dicha encuesta a madres colombianas con hijos entre los 0 – 3 años. El cuestionario contenía tres secciones, una primera sección con datos demográficos, una segunda relacionada con consumo de contenido en Instagram sobre maternidad en tribu, y tercera sección, en línea con la influencia del contenido en las decisiones de crianza.

Adicional a ello, y para responder mejor al objetivo tres, se realizó un grupo focal o grupo de discusión, entendido como "una técnica de recogida de datos cualitativos que se desarrolla mediante una entrevista guiada y destinada a producir un discurso espontáneo y consensuado derivado de los aportes de los participantes" (Barranquero & Eiroa, 2017, p. 74). Este método fue llevado a cabo con la participación de seis madres, en modalidad virtual, logrando que se discutieran preguntas sobre la influencia de Instagram en su crianza, qué han aprendido o qué consejos han seguido y de qué perfiles en específico han recibido la información.

#### *4.2 Selección participantes*

Los siguientes individuos son creadores digitales de la red social Instagram, y sus cuentas fueron observadas para dar cumplimiento al primer objetivo específico:

#### *4.2.1 María Clara Rodríguez*

Una madre de tres hijos, que vive con su esposo y padre de los menores, es una mujer empresaria y creadora digital, se escogió porque desde hace varios años se conoce su contenido, aproximadamente desde el embarazo de sus hijos mellizos, que hoy ya tienen seis años. María Clara comparte en su Instagram, de acuerdo a los momentos que va viviendo, recomendaciones que obtiene del pediatra cuando sus hijos tienen algún virus, videos informativos sobre lactancia en su momento y de igual manera el destete y alimentación complementaria, así que su perfil es la evidencia audiovisual de su vida maternando, por lo que allí quedan todos estos datos informativos y el proceso de su maternidad. Lo que prevalece en sus historias, reels o post, son anécdotas en los que la crianza respetuosa es retadora, contenido en donde siempre hay un mensaje para reflexionar sobre la crianza y el método familiar para criar niños desde el amor y los valores. Entre las fechas del 1 de febrero y el 12 de marzo del año 2025, María Clara subió más de 18 publicaciones, que se dividen en contenido principalmente familiar, donde cuenta acerca de su matrimonio con su esposo Santiago González, sus viajes familiares y de amigos, humor, reflexión, algunas sugerencias generales de salud o precaución, la crianza respetuosa y, a pesar de que sus hijos son mayores a los cinco años también de su dinámica con el sueño en el hogar; sin embargo, no solo comparte información en su perfil, también cuenta con un canal de difusión llamado “MomZillas” en donde cuenta con 4.200 miembros, fue creado en marzo del 2024, allí María comparte información de manera más directa y además incluye un estilo descomplicado al redactar mensajes simples, compartir videos de sus otras redes sociales. También, impulsa un pódcast “Amor, los niños duermen”, que graba en compañía de su esposo.

#### *4.2.2 Ana María Franco Villegas*

Es mentora de padres, tallerista, conferencista y mamá, una mujer que usa sus redes sociales, específicamente su perfil en Instagram para compartir un contenido dirigido a que los padres aprendan no solo cómo criar a sus niños, sino cómo mantener una relación sana y

fuerte después de la llegada de los hijos, así como el efecto que su matrimonio o unión tiene en ellos. Su cuenta supera el millón de seguidores y tiene más de 3.500 publicaciones de los últimos 10 años. El crecimiento de sus niñas está plasmado en su cuenta, su comunidad igualmente ha visto su proceso y experiencia que tiene en su campo, por este motivo se escogió para realizar la observación, que según la matriz 1 muestra como durante el mes de febrero y los primeros 12 días de marzo, realizó más de 35 publicaciones, entre post y reels, de las cuales el tema que más destaca es enfocado en las parejas, además ofrece un “Entrenamiento gratuito de parejas” con varias clases, y también publica datos curiosos acerca de los matrimonios. A este tema le sigue el de la crianza respetuosa o consciente, que lo habla ella individual y también comparte partes de un pódcast “La magia del caos” al que también lleva invitadas y lo publica en YouTube y todas las plataformas de audio como Spotify, Amazon Music o Apple podcast. Su canal de difusión es “Con Amor Channel” en el cual de manera más dinámica cuenta su día a día, o sencillamente anécdotas que considera importantes.

#### *4.2.3 Alexandra Platt*

Una mamá de dos, certificada en alimentación complementaria y BLW, una mujer emprendedora que usa su conocimiento y las redes sociales para crecer profesionalmente ofrece cursos de AC en el método que la mamá decida, además, cuenta con su propio libro de recetas aptas para bebés mayores de seis meses y aptas para mayores de un año. Este perfil cuenta con casi 500 mil seguidores y con más 500 publicaciones en las que se destacan sus recetas y recomendaciones. Su hijo menor tiene 3 años , y el proceso desde su embarazo , lactancia e inicios de AC, hasta el día de hoy, está presente en sus historias destacadas y sus post. En la matriz se evidencian 11 publicaciones en un mes, a partir del 3 de febrero del 2025, y en este contenido se tocaron temas adicionales a las recetas; por ejemplo, un video personal en la celebración de su cumpleaños muestra cómo sigue dando importancia a su diversión y de vuelta a la maternidad.

Este perfil se escogió pensando en la cantidad de reels y post informativos que ofrece, ya que, al ser temas de alimentación complementaria, es de vital importancia tener una referencia que está capacitada, para que las mamás que puedan obtengan un asesoramiento en este proceso tan importante y aquellas que no, tengan de forma gratuita cada tip y enseñanza en su perfil. Alexandra cuenta con su canal de difusión “Bebé a comer shopping” en el que la ven 16,800 miembros, allí mantiene una comunicación más activa y escribe sobre temas del hogar, recetas e ideas de loncheras, contesta lo que escriben en su DM y recomienda productos.

#### *4.2.4 Leonardo Escobar*

Un pediatra reconocido a nivel nacional, pueden acceder a consultas de pediatría en Bogotá, Medellín y Bucaramanga , un profesional que mantiene sus redes muy activas; cuenta con 832 mil seguidores y ha publicado más de 13 mil videos, de los cuales más de 50 fueron en el transcurso del 1 de febrero y el 12 de marzo de 2025. Sin lugar a dudas, este perfil se escogió por varias razones, principalmente porque es evidente la magnitud de mamás que lo siguen y el trabajo continuo en redes que realiza; de las cinco personas escogidas para la observación, él es el que más publicaciones ha realizado, es conocido por el amor que transmite hacia los niños, y los videos que ayudaron a crecer su comunidad fueron en los que cargando a bebés prematuros les hablaba y explicaba sus casos. En esos momentos sus videos eran principalmente solo con sus pacientes, de humor y consultas que quedaban grabadas y publicaba como reel. Hace dos años se convirtió en papá, y su esposa e hijo ahora son también protagonistas en su cuenta. Desde el proceso de gestación, han subido videos educativos con actuaciones desde su hogar, para explicar lo más recomendado en cada caso, desmentir mitos y recomendar productos aptos para los niños en cada etapa de su proceso de AC, sin embargo, no es lo único que él publica, es un pediatra que comparte constantemente

videos de otras personas, ya sea humor o casos en lo que muestra lo negativo que hacen con la alimentación de un bebé.

Rutinas de sueño, desde los más bebés hasta los niños de más de 3 años e incluso adolescentes, sugerencias de crianza, salud, recomendaciones en el hogar para la prevención de accidentes, reflexión, realidad de la maternidad, entre otras cosas, es un perfil informativo, muy completo, cuenta con un canal de difusión, pero este funciona de manera diferente ya que únicamente se puede acceder al realizar un pago para su suscripción.

#### *4.2.5 Daniela Monserrat*

Una mamá que optó por las redes sociales, para difundir principalmente sus loncheras creativas, balanceadas y divertidas para los más pequeños, su perfil es clave para todas las mamás que envían a sus pequeños a clases e incluso para aquellas que les gusta salir preparadas con ellos para ir a cualquier lugar. En su perfil de Instagram cuenta con más de 530 mil seguidores y más de 900 publicaciones, su lema es «cocinar con amor alimenta el alma», cuenta con un e-book de loncheras y sus reels lo reflejan, recetas saladas y dulces, llenas de color y alimentos saludables.

Este perfil se escogió por su contenido de calidad, su constancia, variedad y por los mensajes que también se pueden encontrar para motivar o hablar de su familia, cuenta con un canal de difusión llamado «Aquí comparto enlaces de moldes bonitos y algunos ingredientes». tal cual como lo titula, Daniela escribe para darles las recetas de desayunos, almuerzos o snacks, recomienda utensilios para la conservación de los alimentos y también para decorar. Adicional a esto, redacta textos para mostrar su realidad y los altos y bajos que puede tener en su día a día, los cuales reciben apoyo por reacciones de otras personas, en su canal cuenta con 4.400 miembros.

#### *4.3 Procedimiento*

#### 4.3.1 Observación no participante

Se enfocó en la red social Instagram, en la que se hizo una observación no participante, de cinco perfiles públicos, que tienen relación directa con la maternidad. Las cuentas son del pediatra Leonardo Escobar @pediatraleonardoescobar (Colombia), Alexandra Platt, @bebeacomer (Chile) , María Clara Rodríguez @mariaclararod (Colombia), Daniela Monserrat @danicocinaconamor (Colombia) y Ana María Franco Villegas @mamaconamor (Colombia) que difunden contenido en redes sociales desde hace más de cinco años y sus perfiles reúnen más de 20 mil publicaciones. Posterior a la observación, se hizo la división del contenido que publicaron durante cuarenta días, contados a partir del 1 de febrero de 2025, y quedó dividido de acuerdo con los siguientes temas que abarcan toda la información de maternidad: Alimentación, sueño, familiar y/o personal, salud y crianza, con subtemas según correspondía tal y como se evidencia en las tablas 2,3,4 y 5.

#### 4.3.2 Encuesta online

Posterior a esto se aplicó una encuesta en línea teniendo en cuenta los objetivos propuestos, así como las sugerencias del tutor. Se le realizaron unos ajustes y, adicionalmente, se ejecutó una prueba piloto, que fue básicamente “es una prueba a pequeña escala de la encuesta con una muestra de posibles encuestados. El propósito de una prueba piloto es garantizar la validez y confiabilidad de la encuesta, que son dos criterios clave para medir la calidad de los datos de la encuesta” (*Encuesta Piloto*, s. f.). Se aplicó a cinco mujeres con el fin de verificar que el cuestionario se entendiera y los resultados fueran más precisos. Constaba de diecisiete preguntas, divididas en tres secciones, para la sección uno: datos demográficos, se realizaron cinco preguntas para obtener los siguientes datos: edad de la madre, edad de su

hijo único o hijo menor, ocupación principal, tiempo de ser usuaria en Instagram y la frecuencia de uso que tiene de la aplicación. Estos datos se pueden revisar en las tablas 6 y 7.

La encuesta final realizada contó con 17 preguntas y fue contestada por 20 mujeres mamás, quienes fueron escogidas a través de un muestreo no probabilístico. Esta muestra “se elige más bien de acuerdo con criterios intencionales del investigador o, simplemente, por razones de comodidad” (Barranquero & Eiroa, 2017). En ese sentido, se eligió el muestreo denominado bola de nieve o por referidos en donde “las unidades muestrales se escogen a partir de las referencias aportadas por los sujetos a los que se entrevista, siguiendo un efecto acumulativo o de bola de nieve que permite aumentar progresivamente el tamaño de la muestra” (Barranquero & Eiroa, 2017) y aunque este tipo de muestreo según Barranquero y Eiroa (2017) “no puede garantizar ningún tipo de representatividad” se eligió, ya que, para hacer un muestreo probabilístico era necesario tener un censo con datos exactos de mujeres en Colombia pertenecientes a un grupo de maternidad en Instagram u otra red social, el cual no existe. Sin embargo, para obtener unos datos más precisos y teniendo en cuenta que este proyecto se realizó con una metodología mixta, se adicionó un instrumento con resultados cualitativos (de mayor peso en esta investigación). Se trató de un grupo focal, en donde participaron seis mamás con hijos entre los 0 y 3 años, quienes conversaron en torno a unas preguntas abiertas que permitieron identificar las preferencias de contenido, perfiles que consultan o siguen en esta red social y el nivel de influencia que Instagram ha tenido en la crianza que ejercen con sus hijos, como se explica a continuación.

#### *4.3.3 Grupo focal*

Se realizó inicialmente una reunión virtual por medio de Microsoft Teams; se dio la bienvenida y se agradeció por el espacio brindado, posteriormente se inició la grabación visual y de audio de forma independiente, se dieron indicaciones de cómo sería la dinámica y se inició inmediatamente. A este grupo ingresaron cuatro mamás y estuvieron participando de la discusión únicamente tres, las preguntas fueron formuladas y las mamás tomaban la palabra

para responder cada una de acuerdo con su experiencia y punto de vista, en total se formularon ocho preguntas, aunque inicialmente solo se contó con la participación de tres madres, posterior a esta reunión se organizó otro espacio para reunirse para que las mamás que, por tiempo, no pudieron ingresar, pudieran ser parte también de la investigación, a esta segunda integración, ingresaron tres mamás y participaron en cada pregunta, por lo que, finalmente el grupo focal se llevó a cabo con seis madres y sus respuestas se organizaron como pregunta- respuesta siguiendo la dinámica de la reunión que quedaron grabadas en audio.

#### *4.4 Resultados*

##### *4.4.1 Resultados Observación no participante*

Inicialmente se realizó la observación no participante y se clasificó por temas:

Alimentación, sueño, familiar-personal-tips, salud y crianza respetuosa, para facilitar el análisis de la información recolectada.

##### *4.4.1.1 Alimentación*

La tabla 2, sobre este tema, tiene tres subtemas: lactancia, alimentación complementaria, loncheras. Entre los cinco perfiles escogidos hubo un total de cuarenta y siete publicaciones. La cuenta que más hizo post relacionados son este tema fue la Daniela Monserrat, en redes como @Danicocinaconamor, con un total de veinticinco (15 de alimentación complementaria y 10 de ideas de lonchera), le sigue el perfil del pediatra colombiano Leonardo Escobar @pediatraleonardoescobar, con un total de 15 (2 de lactancia y 13 de AC), en tercer lugar se encuentra Alexandra Platt, una mamá chilena, conocida en Instagram como @bebeacomer, con siete publicaciones con recetas de alimentación complementaria, y los perfiles de @mariaclararod y @mamaconamor, en ese periodo de tiempo no realizaron ninguna publicación relacionada con la alimentación de los menores.

#### **Tabla 2**

*Producto de observación: Alimentación.*

NOMBRE	PERFIL	ALIMENTACIÓN			TOTAL
		LACTANCIA	AC	LONCHERA	
María Clara Rodríguez	Mariaclararod	0	0	0	0
Ana María Franco Villegas	Mamaconamor	0	0	0	0
Alexandra Platt	Bebeacomer	0	7	0	7
Leonardo Escobar	Pediatraleonardoescobar	2	13	0	15
Daniela Monserrat	Danicocinaconamor	0	15	10	25

Nota: En esta tabla se muestra la relación de cada perfil, con la cantidad de publicaciones entorno a la alimentación que realizaron.

*4.4.1.2 Sueño*

Continuando con la tabla 3, sobre el sueño, los resultados evidencian que, aunque es un tema importante y de interés, en estas cuentas es mucho menor la cantidad de publicaciones, con tan solo siete en total, de los cuales seis hacen parte del perfil del pediatra Leonardo Escobar, tres de los cuales son enfocados en recién nacidos y hasta los 2 años de vida. Uno hace parte de niños de más de dos años y los dos restantes son consejos en general sobre el sueño en los menores. Tan solo uno es de María Clara Rodríguez, mamá de tres niños, y ese post habla de un caso con sus mellizos que entran en la categoría de más de dos años. Por su parte, los perfiles de Ana María Franco, Alexandra Platt y Daniela Monserrat, no publicaron ningún video relacionado a este tema durante el tiempo de observación.

**Tabla 3.**

*Producto de observación: Sueño.*

NOMBRE	PERFIL	SUEÑO			TOTAL
		0-2 AÑOS	+2 AÑOS	CONSEJOS	
María Clara Rodríguez	Mariaclararod	0	1	0	1
Ana María Franco Villegas	Mamaconamor	0	0	0	0
Alexandra Platt	Bebeacomer	0	0	0	0
Leonardo Escobar	Pediatraleonardoescobar	3	1	2	6
Daniela Monserrat	Danicocinaconamor	0	0	0	0

Nota: En esta tabla se muestra la relación de cada perfil observado, con la cantidad de publicaciones entorno al sueño que hicieron.

#### 4.4.1.3 Familiar/personal/tips

El tema familiar/personal/tips se divide en seis subtemas que incluyen: hogar, hablan de la dinámica en su casa y la convivencia; pareja, específicamente sobre la relación entre los padres; viajes, como manejan los viajes familiares y espacios de viajes laborales; anécdotas, historias o situaciones de aprendizaje con sus hijos; humor, situaciones de la maternidad graciosas o videos divertidos de los menores; y reflexión, publicaciones en donde se invite a las mamás a reflexionar sobre temas relevantes. En esta categoría todos los perfiles hicieron sus publicaciones y sumaron un total de ochenta y seis durante los cuarenta días, hablando de menor a mayor, el perfil que menos publicó fue de @bebeacomer con tres posts (1=hogar, 1=anécdotas, 1=reflexión), le sigue @danicocinaconamor con seis (1=hogar, 1=pareja, 1=humor, 3=reflexión), la siguiente cuenta es de la @mariaclararod, ella realizó entre reels y post, un total de dieciocho publicaciones (3=hogar, 4=viajes, 3=anécdotas, 4=humor, 4=reflexión) en segunda posición con más publicaciones está el perfil de @mamaconamor, con un número total de veintinueve, (5=hogar, 15=pareja, 1=humor, 8=reflexión), y la cuenta que más publicó en estas semanas, fue la del @pediatraleonardoescoabar con treinta registros de contenido (8=hogar, 1=viajes, 1=anécdotas, 11=humor, 9=reflexión).

**Tabla 4.**

*Producto de observación: Familiar/Personal/Tips*

NOMBRE	PERFIL	FAMILIAR-PERSONAL-TIPS						TOTAL
		HOGAR	PAREJA	VIAJES	ANÉCDOTAS	HUMOR	REFLEXIÓN	
María Clara Rodríguez	Mariaclararod	0	3	4	3	4	4	18
Ana María Franco Villegas	Mamaconamor	5	15	0	0	1	8	29
Alexandra Platt	Bebeacomer	1	0	0	1	0	1	3
Leonardo Escobar	Pediatraleonardoescoabar	8	0	1	1	11	9	30
Daniela Monserrat	Danicocinaconamor	1	1	0	0	1	3	6

Nota: En esta tabla se muestra la relación de cada cuenta, con la cantidad de publicaciones entorno a los temas familiares, personales o tips que postearon.

#### 4.4.1.4 Sueño y crianza respetuosa.

En la tabla 5, se agregaron dos temas, salud y crianza respetuosa. En la primera se tiene dos subtemas, remedios y sugerencias, y crianza respetuosa es única e incluye todo el contenido en general, cuatro de los perfiles observados realizaron publicaciones sobre alguno de los temas, el creador digital que más publicó fue el del pediatra, con quince difusiones, en su mayoría sobre crianza con nueve, con cinco sugerencias en el tema de salud y un reel sobre remedios, siendo el único entre todos los perfiles que aportan a este subtema, continuando con Ana María Franco Villegas que divulgó once publicaciones, con una sugerencia en salud y diez sobre crianza positiva,ç. Los perfiles de María Clara y Daniela Monserrat tienen un post cada una dedicado a la crianza y María adicionalmente tiene dos post con sugerencias en el ámbito de salud.

**Tabla 5.**

*Producto de observación: Salud y Crianza respetuosa*

NOMBRE	PERFIL	SALUD		CRIANZA RESPETUOSA	TOTAL
		REMEDIOS	SUGERENCIAS		
María Clara Rodríguez	Mariaclararod	0	2	1	3
Ana María Franco Villegas	Mamaconamor	0	1	10	11
Alexandra Platt	Bebeacomer	0	0	0	0
Leonardo Escobar	Pediatraleonardoescobar	1	5	9	15
Daniela Monserrat	Danicocinaconamor	0	0	1	1

Nota: En esta tabla se muestra la relación de cada perfil, con el número de publicaciones destinadas a los temas de salud y crianza respetuosa que realizaron.

#### 4.4.2 Resultados encuesta.

En el resultado de la encuesta, se tiene en la tabla 6 y la tabla 7 las respuestas de la primera sección: datos demográficos, en primer lugar, en las edades de las madres se encontró que un 25% de mamás están en una edad entre los 21-23 años, un 45% tienen entre los 24 – 26 años, un 15% tienen entre 27 – 30 años y finalmente un 15% son madres con más de 30 años.

El 65% de las madres tienen un solo hijo, el 30% tienen dos y solo el 5% de ellas tienen tres hijos, en la tercera pregunta las madres ingresaron la edad de su hijo(a) único(a) o del menor de sus hijos, y el 35% corresponde a bebés entre recién nacidos y hasta el primer año de vida, el 45% de los niños tienen entre el 1 y 2 años y el 20% comprende las edades entre los 2 y 3 años de vida.

Ahora relacionando los datos anteriores, el 100% de las madres entre 21-23 años son primerizas (4 bebés entre los 0-12 meses y 1 tiene entre 1 y 2 años), el 78% de las mamás con edades entre los 24-26 tienen un hijo (dos bebés menores al año, tres de los niños entre 1 y 2 años, y dos entre 2 y 3 años) y el 22% tiene dos hijos (uno tiene entre 0-12 meses y el otro entre 1 y 2 años). El 66,5% de las progenitoras que tienen entre 27-30 años tienen dos hijos y el menor en ambos casos tiene entre 1- 2 años. El 33,5% de ellas tiene un hijo (1 - 2 años). Finalmente, de las madres con más de 30 años, el 66,5% tienen dos hijos y los menores en su hogar tienen (uno entre 1-2 años y uno entre 2-3 años), el 33,5% tiene tres hijos y su hijo menor tiene entre 2-3 años.

En las ocupaciones principales de estas mamás se encontró que el 35% corresponde a mujeres amas de casa o dedicadas a su hogar, el 20% son estudiantes, el 15% trabaja como empleada presencial o remoto, el 10% son abogadas, el 10% son empresarias o emprendedoras, el 5% trabaja en sector salud y el 5% restante trabaja en sector de belleza.

**Tabla 6**

*Datos demográficos 1*

¿Cuál es tu rango de edad?	¿Cuántos hijos tienes?	¿Cuál es la edad de tu hijo/a? (si tienes más de un hijo, ingresa la edad del menor)	¿Cuál es tu ocupación principal?
Más de 30	Dos	1-2 años	Hogar
24 - 26	Uno	1-2 años	ABOGADA
27 - 30	Dos	1-2 años	Trabajo remoto

21 - 23	Uno	0-12 meses	Estudiante
24 - 26	Uno	0-12 meses	Asesora comercial
24 - 26	Dos	0-12 meses	Ama de casa
27 - 30	Uno	1-2 años	Abogada
Más de 30	Tres	2-3 años	Hogar
21 - 23	Uno	1-2 años	Estudiante
21 - 23	Uno	0-12 meses	Ama de casa
21 - 23	Uno	0-12 meses	Ama de casa
24 - 26	Dos	1-2 años	Hogar
24 - 26	Uno	1-2 años	Trabajar y maternar
24 - 26	Uno	1-2 años	Enfermera
24 - 26	Uno	0-12 meses	Manicurista
24 - 26	Uno	2-3 años	Estudiante y mamá
24 - 26	Uno	2-3 años	Ama de casa
27 - 30	Dos	1-2 años	Empresaria
21 - 23	Uno	0-12 meses	Estudiante
Más de 30	Dos	2-3 años	Emprendedora

Nota: En esta tabla se encuentran cuatro preguntas sobre datos personales, con las respuestas de veinte mamás.

Un 85% de las madres aseguran ser usuarias de la red social Instagram hace más de tres años, el 70,56% de este grupo revisa varias veces al día su aplicación, el 23,52% ingresa a la plataforma una vez al día y el 5,9% únicamente lo hace varias veces a la semana; ahora, del 15% restante de las mamás que respondieron el cuestionario, el 10% asegura tener la red social desde hace menos de un año y dentro de este porcentaje el 50% lo revisa una vez al día y el otro 50% varias veces a la semana, finalmente el otro 5% es parte de Instagram aproximadamente entre 1 y 3 años y revisa esta app varias veces a la semana.

### **Tabla 7**

*Datos demográficos 2.*

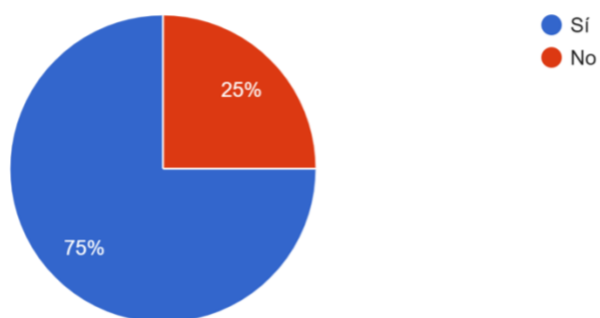
¿Desde hace cuánto usas Instagram?	¿Con qué frecuencia usas Instagram?
Entre 1 y 3 años	Varias veces a la semana
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces a la semana
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Una vez al día
Entre 6 meses y 1 año	Varias veces a la semana
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Una vez al día
Más de 3 años	Una vez al día
Más de 3 años	Una vez al día
Entre 6 meses y 1 año	Una vez al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día
Más de 3 años	Varias veces al día

Nota: En esta tabla se encuentran dos preguntas adicionales sobre datos demográficos, que buscaban conocer el tiempo que llevaban como usuarias de la plataforma Instagram y el uso que tienen de la misma.

La sección dos: consumo de contenido en Instagram sobre maternidad en tribu, contiene ocho preguntas, la primera buscaba confirmar qué porcentaje de mamás seguían cuentas de maternidad en tribu en Instagram, y un 75% de mamás respondió positivo, lo que asegura que la mayoría lo hace y el porcentaje restante, un 25% seleccionó que no sigue una cuenta de maternidad en tribu, tal como se evidencia en la figura 1.

### **Figura 1.**

*Seguimiento cuentas de maternidad en tribu.*

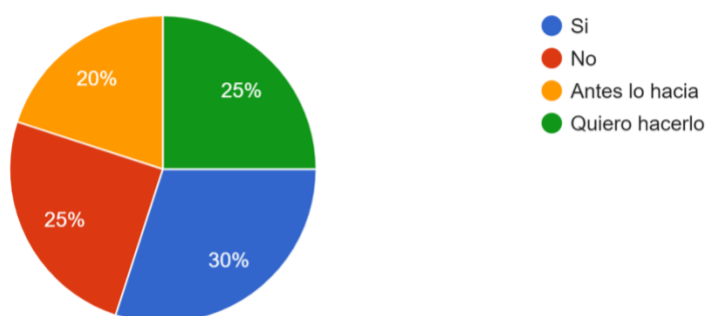


Respuestas a la pregunta: ¿Sigues alguna cuenta o comunidad sobre maternidad en tribu en Instagram?

En la siguiente pregunta que se encuentra en la segunda sección, se les pregunta a las madres si participan en comunidades de madres, ya sea virtual en la red social Instagram directamente, en grupos de WhatsApp derivados de Instagram u otro presencial, lo que se obtuvo es lo evidenciado en la figura 2, si participan el 30% de las mamás, un 25% no participa, un 20% antes era parte de un grupo de maternidad y un 25% quiere ser parte de uno.

### Figura 2.

*Participación en comunidades de maternidad.*

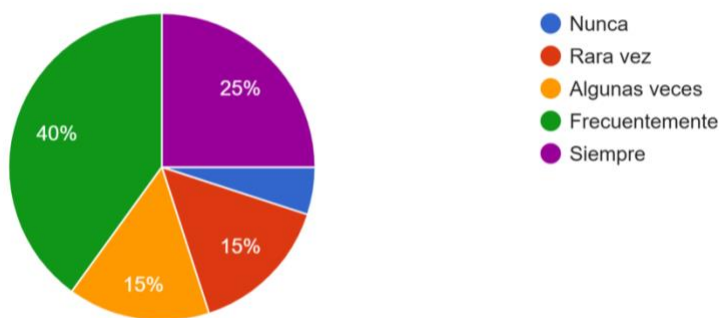


Respuestas a la pregunta: ¿Participas en comunidades o grupos de madres?

Ahora, enfocándose en la frecuencia de consumo de contenido, pero específicamente sobre maternidad en tribu, las madres contestaron un 40% que frecuentemente lo consumen, 25% que siempre consultan en cuentas enfocadas en este tema, 15% contestan que algunas veces lo buscan, 15% que rara vez toman iniciativa de buscar estas publicaciones y un 5% aseguran que nunca buscan de forma directa este contenido, relacionados en la figura 3.

**Figura 3**

*Frecuencia de consumo de contenido de maternidad.*



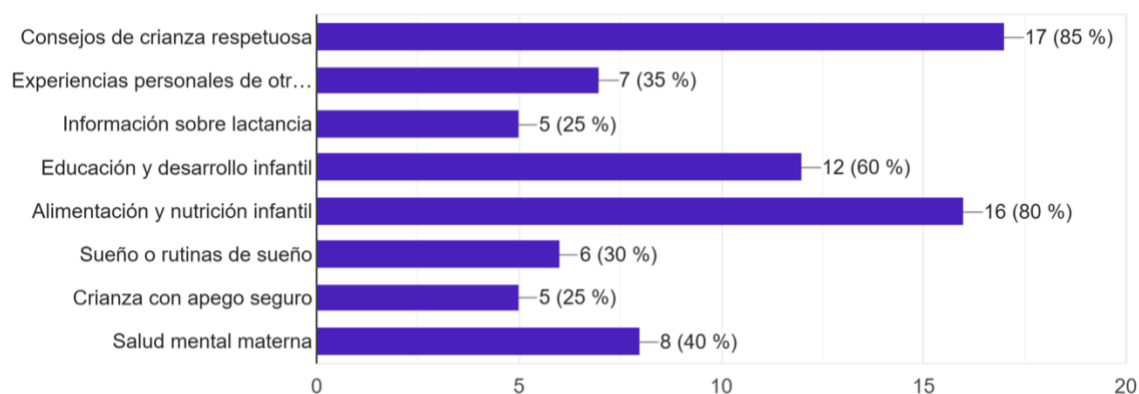
Respuestas a la pregunta: ¿Con qué frecuencia consumes contenido sobre maternidad en tribu en Instagram?

En la siguiente pregunta se buscaba conocer cuáles eran los principales tipos de contenido sobre maternidad que consumen en Instagram y podían seleccionar hasta tres opciones, los temas que más seleccionaron fueron: consejos de crianza respetuosa con un porcentaje de 85% y alimentación y nutrición infantil con un 80%, le siguen con el 60% el tema de educación y desarrollo infantil, con un 40% la salud mental materna, un 35%

hace referencia a las experiencias personales de otras madres, y los temas con menor número de selecciones fueron: con un 30% sueño o rutinas de sueño, un 25% buscan principalmente información sobre lactancia materna y un 25% temas de crianza con apego seguro, estas respuestas están organizadas en la figura 4.

**Figura 4.**

*Temas de maternidad con mayor búsqueda.*

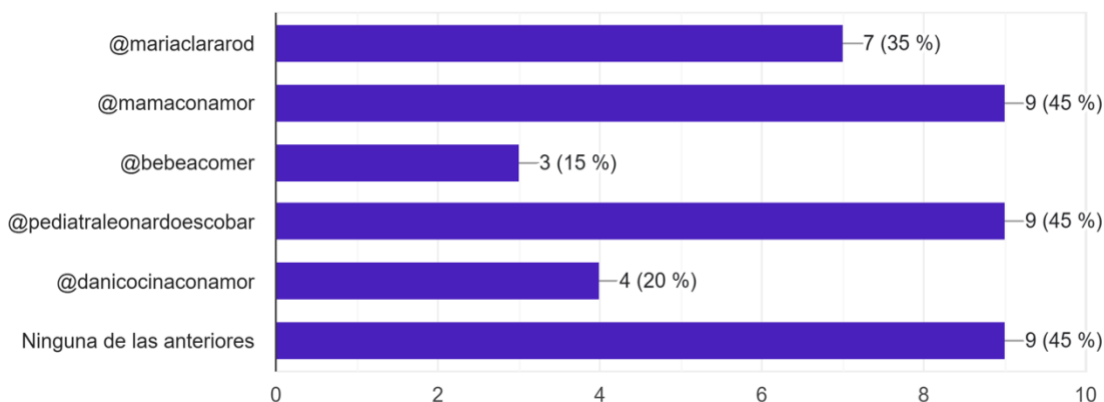


Respuestas a la pregunta: ¿Cuáles son los principales tipos de contenido sobre maternidad que consumes en Instagram?

Ahora se relacionaron los perfiles que fueron observados inicialmente en esta investigación y se les solicitó a las madres que seleccionaran todos los perfiles que siguieran o responder que ninguna de las opciones, la cual obtuvo un total de nueve respuestas. La cuenta que más siguen son @mamaconamor y @pediatraleonardoescobar con un porcentaje cada una de 45%, le siguen el perfil @mariaclararod con el 35% , @danicocinaconamor con un 20% y finalmente @bebeacomer con un 15%, esta información se encuentra en la figura 5.

**Figura 5.**

### Seguimiento de las cuentas observadas.



Respuestas a la pregunta: ¿Cuáles de las siguientes cuentas de Instagram relacionadas con la maternidad o la crianza sigues?

Se agregó una pregunta abierta para conocer si tenían alguna cuenta de Instagram que considerarán su 'fuente principal' de información sobre maternidad y ¿cuál era y por qué? Sin embargo, en las respuestas algunas mamás únicamente escribieron el perfil, para analizar el contenido se organizó la tabla 8, en donde se ubican los perfiles que las mamás escribieron y la cantidad de veces que escogieron estas cuentas, para el @drmendozapediatra comentaron “me inspira confianza y su contenido es valioso, he tenido consultas con él y es nuestro favorito” y “es un pediatra muy conocido y su contenido me parece confiable y valioso” , para el @pediatraleonardoescobar justificaron que “sube contenido muy variado e informa de manera dinámica y fácil de entender” y también “es un pediatra muy conocido y su contenido me parece confiable y valioso”, y hubo otras dos respuestas completas refiriéndose a @mamaconamor asegurando “me encanta que su contenido va dirigido a ayudar a mantener una relación sana con la pareja para poder ser mejores padres y ejemplo a seguir y todo es guiado desde el amor” y para el perfil @lactanciamitos esta mamá aseguró que “Vanessa es una profesional que habla y explica con empatía y amor. No sólo abarca temas de lactancia sino otros aspectos de la maternidad. Es una cuenta muy completa. Pero lo más importante es que no te hace sentir juzgada”

**Tabla 8**

### Fuentes principales

RESPUESTAS	CANTIDAD DE RESPUESTAS SIMILARES
@drmendozapediatra	2
@pediatraleonardoescobar	2
@mamaconamor	2
@niunapalmadita	1
@crianza_conjunta	1
@lactanciamitos	1
@soslactancia	1
@bebegenial	1
Ninguna	8

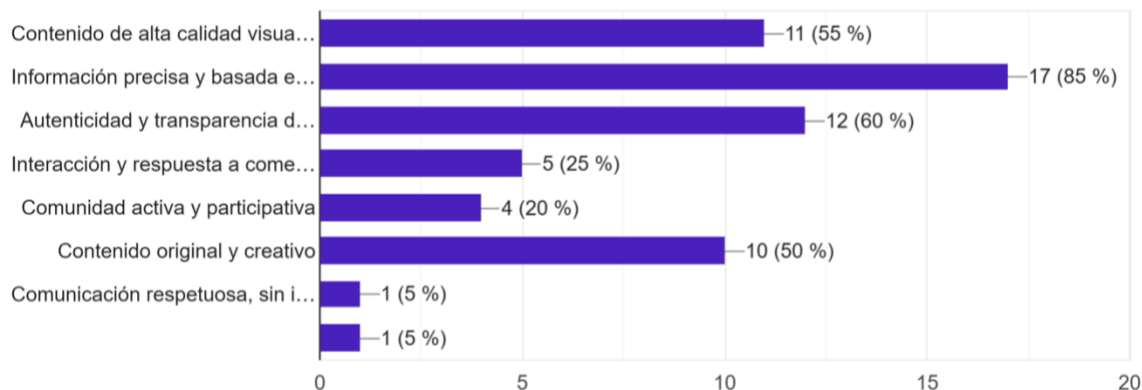
Nota: Una tabla que refleja las cuentas que las madres reconocen como principales en su crianza y el número de replicas de cada respuesta.

En esta pregunta se buscaba conocer el tipo de contenido que las madres considerarían más valioso o destacara para ellas y podían seleccionar todas las opciones que aplicaran según su caso individual. Los resultados encontrados (Figura 6) son: la información precisa y basada en evidencia tuvo el mayor porcentaje de selección con un 85%, le continúa la autenticidad y transparencia del creador con el 60%, en tercer lugar está el contenido de alta calidad visual (fotos y videos) que fue seleccionado por el 55%, el siguiente con un porcentaje aún alto es el contenido original y creativo con el 50%, le siguen la interacción y respuesta a comentarios y mensajes con un 25% y comunidad activa y participativa con un 20%. En las respuestas estaba una opción de agregar otra respuesta y una mamá agregó "comunicación respetuosa, sin intentar imponer o hacer creer que se tiene la única verdad".

En general, el 10% de madres eligió todas las opciones brindadas en el cuestionario, el 20% seleccionó cuatro de las opciones, el 40% escogió tres opciones, el 15% únicamente determinó que dos temas destacaban para ellas y 15% eligió solo una opción, específicamente "Información precisa y basada en evidencia".

### Figura 6.

*Tipo de contenido que más destacan.*



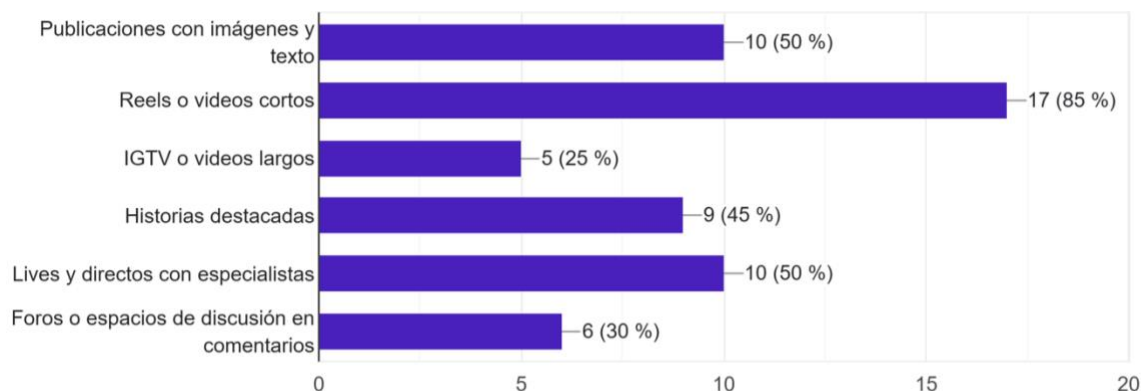
Respuestas a la pregunta: ¿Qué hace que una cuenta de Instagram sobre maternidad se destaque para ti?

La última pregunta de la sección número dos, busca conocer qué formatos de contenido consumen con mayor frecuencia e igualmente podían seleccionar todas las opciones que aplicaban según sus preferencias, en la figura 7, se relacionan las respuestas y la cantidad de mujeres que las eligieron. Iniciando desde el menor porcentaje hasta el mayor, se encontró que los IGTV o videos largos son vistos frecuentemente en un 25% de las madres, los foros o espacios de discusión en comentarios le siguen con un 30%, las historias destacadas con un 45%, continúa con un porcentaje igual del 50% para publicaciones con imágenes y texto y lives y directos con especialistas, y finalmente el formato más consumido con un 85% son los reels o videos cortos.

En temas generales un 15% seleccionó todas las opciones, un 10% escogió cuatro de las seis respuestas posibles, un 25% eligió tres opciones, 30% se decidió por dos formatos y un 20% únicamente eligió una opción.

### **Figura 7.**

#### *Formatos más frecuentados*

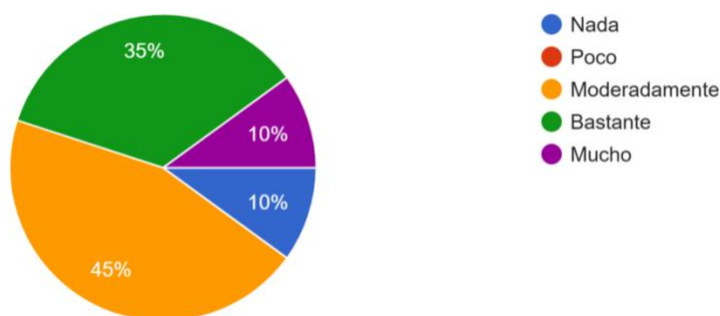


Respuestas a la pregunta: ¿Qué formatos de contenido consumes con mayor frecuencia?

Para la sección tres: Influencia del contenido en las decisiones de crianza, se realizaron tres preguntas, la primera buscaba establecer si el contenido que las madres encontraban en Instagram era tenido en cuenta por ellas para aplicarlo en la crianza, y se refleja en la figura 8, en donde el 10% respondió que nada, que ningún contenido influenció en su estilo de crianza, un 45% contestó que se dejan influenciar moderadamente, un 35% asegura que el nivel de influencia que tiene el contenido en ellas es bastante y un 10% restante eligió la opción: mucho.

### Figura 8

*Nivel de influencia del contenido en la crianza.*



Respuestas a la pregunta: ¿Sientes que el contenido sobre maternidad en tribu en Instagram ha influido en tu forma de criar?

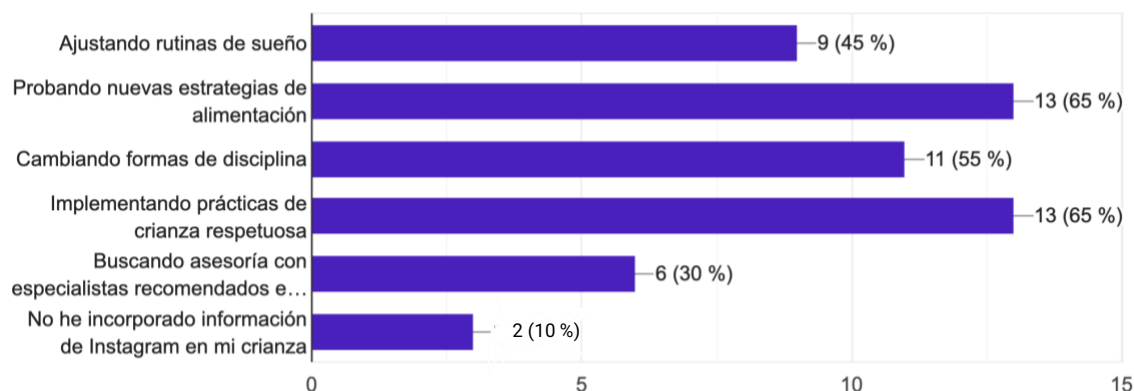
Para conocer la manera en que las madres han incorporado la información en sus decisiones de crianza, se les otorgaron unas opciones y tenían la opción de elegir varias

respuestas, y las formas en que más han aplicado lo visto en Instagram son, con un porcentaje igual del 65%, probando nuevas estrategias de alimentación e implementando prácticas de crianza respetuosa, seguidas de cambiando formas de disciplina con un 55%, ajustando rutinas de sueño con un 45%, buscando asesoría con especialistas recomendados en redes con un 30%, y finalmente el menor porcentaje es para aquellas dos mamás que aseguran que no han incorporado información de Instagram en su crianza, siendo un 10%.

En temas generales el 10% respondió a todos los temas exceptuando la respuesta "no he incorporado información de Instagram en mi crianza", el 5% eligió cuatro opciones, 55% seleccionaron tres de estas, 5% votaron en dos opciones y 25% escogieron solo 1 opción.

### Figura 9.

#### *Incorporaciones en la crianza*



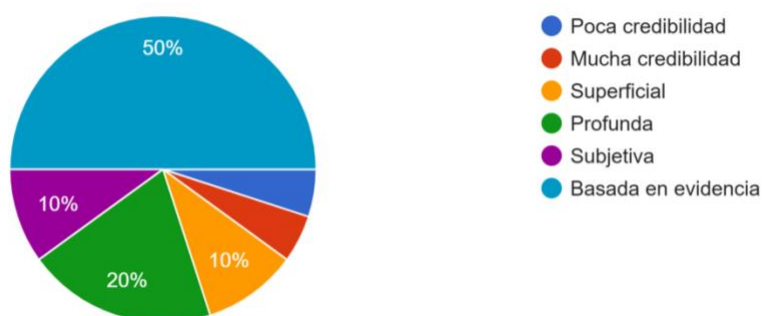
Respuestas a la pregunta: ¿De qué manera has incorporado información obtenida en Instagram en tus decisiones de crianza?

Y la última pregunta buscó saber qué tan confiable consideran la información sobre maternidad en tribu en Instagram, lo que un 50% de madres aseguró que les parece confiable el contenido que es basado en evidencia, un 10% asegura que es algo subjetivo, un 20% cree que es confiable de manera profunda, un 10% lo ve como algo más superficial, un 5% le tiene

mucha credibilidad y el 5% restante asegura que le da poco crédito a la información. Estos resultados se encuentran en la figura 10.

**Figura 10.**

*Nivel de confianza en la información encontrada en Instagram.*



Respuesta a la pregunta: ¿Cuán confiable consideras la información sobre maternidad en tribu en Instagram?

#### 4.4.3 Resultados grupo focal

Para complementar el método cualitativo, se llevó a cabo un grupo focal a través de Microsoft Teams con madres de niños menores de tres años. Durante la sesión, se explicó la dinámica de la actividad, centrada en una ronda de preguntas y respuestas. La primera interrogante planteada fue si la información o las experiencias compartidas por otras madres en Instagram habían influido en alguna decisión sobre la crianza de sus hijos, solicitando ejemplos específicos.

Leidy Rojas, madre de Valentino Diaz (3 años, Bogotá), respondió afirmativamente, mencionando que en ocasiones la publicidad o las creadoras de contenido que sigue en Instagram comparten vivencias que la han ayudado o guiado en la toma de decisiones. No

obstante, aclaró que no todas las recomendaciones le resultan útiles. Como ejemplo, relató su experiencia con la dejada del pañal de su hijo. Aunque le sugerían apresurar el proceso desde que Valentino tenía año y medio, ella prefirió esperar a que el niño mostrara iniciativa propia, influenciada en parte por el relato de una *influencer* cuyo hijo tenía una edad similar. Leidy considera que la información encontrada en Instagram puede ser funcional si cada madre la evalúa como positiva y aplicable. Alejandra Martínez, madre de Vittoria Caputo (1 año y cuatro meses, Villavicencio), también expresó que la información de Instagram le ha sido útil, destacando una cuenta llamada "baby center". Gracias a los *reels* y videos cortos de esta cuenta, pudo informarse sobre cómo manejar la hiperactividad de su hija y comprender que el llanto constante a esa edad es parte de la crisis de separación. La respuesta de Camila Echeverry, madre de Lorenzo (11 meses), se centró en el consejo de otra madre con un bebé de la misma edad, al cual dio más peso que a la opinión de un pediatra. Ante la necesidad de iniciar una lactancia mixta, sintió que el profesional no le ofreció una orientación adecuada, mientras que la experiencia compartida por otra madre sí resultó efectiva, ya que Lorenzo continúa consumiendo la fórmula recomendada hasta el día de hoy. Helena González, madre de dos hijos, indicó haber tomado decisiones basadas en experiencias compartidas por otras madres que sigue en Instagram, particularmente en lo referente al cuidado de su hijo menor. Finalmente, Angie Molano, madre primeriza de Antonella (dos años), considera que Instagram ha tenido una influencia significativa en su maternidad. Inicialmente, buscaba información sobre alimentación, y ahora también la influye en temas de crianza, motricidad y otros aspectos relacionados con las etapas de desarrollo de su hija, ya que encuentra esta información más accesible y detallada que las explicaciones que a veces ofrecen algunos pediatras.

Para indagar sobre el tipo de contenido que consideran más llamativo o de confianza, se preguntó a las madres si había algo específico que hiciera una cuenta (como compartir experiencias personales, contar con expertos o mostrar evidencia) que les generara confianza.

Alejandra afirmó que lo que más le atrae es el contenido basado en evidencia científica y respaldado por datos de profesionales. Luna Reyes, madre de Andrés Felipe (5 meses), aseguró que prefiere seguir cuentas con testimonios o experiencias de otras madres, citando ejemplos sobre el sueño y casos más simples como las quemaduras en la zona del pañal; añadió que estas creadoras de contenido también les recuerdan que cada niño va a su ritmo y mencionó que sigue a Alma, una madre mexicana con un hijo de edad similar al de Andrés, lo que le permite observar el desarrollo de ambos y anticipar las etapas por las que pasará su bebé, al ser el otro bebé un mes mayor. Camila Echeverry expresó su total confianza en el contenido de @pediatraleonardoescoobar, destacando su profesionalismo, la integridad de su información y la confianza que le genera el hecho de que el pediatra haya mostrado el proceso de su propio hijo de dos años, enseñando sobre alimentación complementaria y reglas básicas como evitar las pantallas durante las comidas. Angie considera crucial verificar la confiabilidad de una cuenta, revisando los comentarios y priorizando perfiles de profesionales como médicos, pediatras, psicólogos y nutricionistas, quienes ofrecen información útil para madres como ella. Helena, por su parte, aseguró seguir cuentas que le inspiran plena confianza.

Se formuló una pregunta para determinar si este grupo de madres había pertenecido alguna vez a una tribu durante su maternidad: "¿Actualmente o en el pasado han participado en algún grupo de mamás fuera de Instagram (presencial o virtual)? Si es así, ¿qué beneficios o desafíos han encontrado? Si no participan, ¿les gustaría ser parte de un grupo de mamás y por qué (o por qué no)?".

Camila Echeverry relató su participación en un grupo presencial al llevar a Lorenzo a estimulación temprana con el ICBF, donde se relaciona con otras madres para apoyarse y obtener consejos, sin embargo, considera que el mayor beneficio es la interacción social que su hijo tiene con otros niños de su edad. Leidy Rojas afirmó haber formado parte de grupos de maternidad, inicialmente, durante la pandemia, Valentino asistió a clases de estimulación en

casa, experiencia que no se comparó con las clases presenciales donde compartió con otros bebés y conectó con madres con las que intercambió experiencias útiles, posteriormente, conoció a una nutricionista que la integró a un grupo de maternidad a nivel nacional llamado "tribu", con madres de niños de edades similares, en este espacio, las madres se escuchaban y compartían experiencias sin juzgarse, Leidy también se reunió en dos ocasiones con madres del grupo sin sus hijos, compartiendo vivencias y anécdotas, lo que les permitió darse cuenta de que no eran las únicas que enfrentaban situaciones complejas en la maternidad. Luna Reyes afirmó no pertenecer a ningún grupo actualmente, pero le gustaría encontrar una tribu, tanto presencial como virtual, para compartir experiencias, tomando como referencia el grupo focal y su deseo de interactuar de manera similar. Helena aseguró no haber participado nunca en ningún grupo, ni presencial ni virtual, pero expresó su interés, ya que percibe que entre madres existe la posibilidad de colaborar y apoyarse en temas relacionados con sus hijos. Angie sí forma parte de un grupo de maternidad; inicialmente fue incluida en un chat enfocado en alimentación, que considera fue de gran ayuda para la buena alimentación de su hija Antonella y además, ha participado en grupos al asistir a clases de estimulación, donde también interactuaba con otras madres.

Se preguntó a las madres si confiaban más en una cuenta de Instagram recomendada por alguien de su "tribu". Camila respondió que, si bien recibe consejos de su tribu, no los aplica todos, especialmente en temas de alimentación complementaria, donde algunas madres consideran que la sal y el azúcar no son dañinos para los bebés, basándose en cómo se criaron las generaciones anteriores, ya que ella no está de acuerdo con esto, su hijo Lorenzo no consume azúcar y no tiene intención de ofrecérsela, estando satisfecha con su alimentación actual. Leidy Rojas señaló que la ventaja de tener una tribu es la relación que se establece, incluso a distancia, ella confía en las recomendaciones de su tribu que no requieren opinión médica, sintiéndose más segura de su sinceridad que de la publicidad en redes sociales. Angie

opina que las recomendaciones de otras madres son más confiables por su experiencia personal, generando un lazo de entendimiento y confianza. Helena afirmó que confía más en las cuentas recomendadas por personas de su entera confianza, sintiéndose más tranquila con esa validación.

Se indagó con las madres sobre si existía algún tema o aspecto particular dentro de la crianza donde percibieran una mayor influencia por parte del contenido que encuentran en Instagram, y en caso afirmativo, cuál era ese tema.

Camila detalló que los aspectos de alimentación complementaria y sueño son los que más presencia tienen en su navegación por Instagram, subrayó la utilidad de varios consejos que ha implementado en la crianza de su hijo, como la instauración de una rutina de sueño diaria, la cual ha contribuido a que el pequeño duerma durante toda la noche, adicionalmente, mencionó la disciplina, a través de la repetición de actividades diarias, como un factor influenciado por el contenido de Instagram que ha ayudado a su hijo a familiarizarse con las rutinas del hogar. Luna, por su parte, relató cómo el algoritmo de Instagram le exponía constantemente información sobre rutinas de sueño, ejemplificando con el baño, el masaje y la lactancia materna diarios, la constancia en aplicar estos consejos resultó muy beneficiosa para lograr que su bebé durmiera profundamente por la noche, con solo una breve interrupción para alimentarse, también, aseguró haber encontrado numerosos *reels* dedicados a esta temática. Leidy compartió que sigue la cuenta @mamaconamor, cuyo contenido, basado en la experiencia personal con su hijo, le ha resultado especialmente útil, seleccionando y aplicando aquello que considera funcional y que, en efecto, ha dado buenos resultados. Alejandra Martínez señaló que sigue a Fernanda Restrepo, creadora de la cuenta @niunapalmadita, y que ha encontrado valiosos recursos en temas de crianza respetuosa, aplicando diversas estrategias compartidas en esa página. Helena manifestó que, en la etapa actual de su maternidad, las cuentas dedicadas a la alimentación complementaria ejercen una gran

influencia en sus decisiones, dado que se encuentra iniciando este proceso con su bebé. Por último, Angie indicó que los temas de alimentación y disciplina han sido los más relevantes e influyentes para ella a través de las cuentas de Instagram que sigue.

Se preguntó a las madres: "¿Dirían que la información o las tendencias que ven en Instagram sobre crianza a veces van en contra de su propia intuición o de los consejos de otras fuentes (familiares, pediatras)? ¿Qué hacen en esas situaciones?".

Tres madres respondieron. Camila aseguró que no; para ella, los consejos ya están publicados en redes y cada madre decide qué aplica en su crianza, ella sigue al pediatra Leonardo Escobar y tiene en cuenta sus consejos sobre alimentación complementaria, considerando que sigue lo mejor para su bebé. Leidy dijo que Instagram le sirve de guía, señaló que su madre no comparte el patrón de crianza respetuosa actual, sin embargo, esto no la detiene de hacer lo que considera correcto para Valentino, aplicando solo lo que cree que es lo mejor para él, sin dejarse influenciar por redes sociales u otras personas. Luna expresó que todo va de la mano: como madre, siente intuitivamente lo que debe hacer, pensando en la crianza respetuosa; sin embargo, mencionó que terceros a veces sugieren que la crianza "con mano dura" era mejor, ella afirma que los tiempos han cambiado y que se debe implementar una crianza desde el amor, fusionando recomendaciones familiares, contenido de internet y el criterio propio como madre, decidiendo qué consejo aceptar o intentar. Angie comentó que sí, que claramente hay cosas que no son de su agrado, ya que no todo lo que encuentra en redes o escucha coincide con sus preferencias. Helena manifestó que siente que todo ha cambiado y que la crianza de su hijo mayor de 10 años fue muy diferente, ahora lo nota en el tema de la alimentación, donde los métodos eran distintos, por ello, si bien se guía por su intuición, obedece las indicaciones del pediatra, entendiendo que son otros tiempos.

Siguiendo con la pregunta: "¿Han cambiado alguna práctica de crianza significativa debido a algo que aprendieron o vieron en Instagram? ¿Cuál fue el cambio y qué los motivó?", las madres compartieron sus experiencias.

Camila relató que antes no tenía conocimientos sobre el sueño infantil ni cómo ayudar a su bebé a dormir; sin embargo, al seguir ciertas cuentas, aprendió la importancia de establecer rutinas, al aplicar estas recomendaciones, notó una gran mejoría y ahora su bebé duerme mucho mejor. Luna también destacó la influencia de las rutinas de sueño, especialmente a través de las experiencias compartidas por mamás que sigue, como Alma, los consejos encontrados en estos perfiles fueron muy útiles y los adoptó por completo. Para Helena, un cambio significativo ha sido la conciencia sobre el consumo de sal y azúcar en bebés, comparando con la crianza de su hijo mayor, ahora considera fundamental evitar estos ingredientes por los beneficios para la salud de su bebé. Angie mencionó que la manera de corregir y enseñar a su hija de forma didáctica, así como las técnicas de estimulación, han sido los cambios más significativos influenciados por lo que ha aprendido en Instagram.

Finalmente, para que expresaran brevemente el impacto de Instagram en sus vidas como madres, se les preguntó: "¿Usted diría que Instagram le ha aportado a su maternidad de forma positiva, negativa o muy neutral?".

Camila considera que la influencia de Instagram en su crianza ha sido positiva, ya que seguir diversas páginas de maternidad la ha ayudado a resolver muchas dudas que han surgido durante el proceso. Leidy opina que Instagram es una red con mucha información que le ha resultado útil en temas como alimentación, rutina de sueño y lactancia, asegura que permite informarse y, aunque siempre se debe considerar la opinión de los profesionales para tomar decisiones, esta red social es una buena herramienta como base para quienes buscan

información o están iniciando la etapa de ser padres. Luna cree que el aporte ha sido positivo, aunque reconoce que esto depende de cada madre, en su caso, el algoritmo le ha mostrado información relevante para sus necesidades, también considera que si alguien encuentra contenido que va en contra de sus ideas, lo verá negativamente, pero en su experiencia ha sido positivo y seguirá influenciándose por el contenido que más le atrae, que son las experiencias de otras madres. Para Angie Molano, Instagram ha aportado de forma muy positiva, ayudándola a aclarar dudas e incluso a aprender desde el nacimiento de su hija hasta el presente. Helena siente que el aporte de Instagram ha sido positivo en temas muy relevantes para retomar el proceso de crianza con su segundo hijo después de diez años, ya que la forma en que crió a su primogénito fue muy diferente.

#### *4.5 Discusión*

El análisis de la observación no participante de cinco perfiles de Instagram revela una diversidad de contenido sobre maternidad en tribu, permitiendo categorizar los principales tipos de información difundida, es decir, dando cumplimiento al primer objetivo específico. En general, el perfil del pediatra colombiano Leonardo Escobar (@pediatraleonardoesobar) fue el más activo en términos de cantidad total de publicaciones durante el periodo de observación, abordando de manera significativa temas como alimentación (lactancia y AC), sueño (segmentado por edad y consejos), familiar/personal/tips (hogar, viajes, anécdotas, humor y reflexión) y salud/crianza respetuosa (remedios, sugerencias y crianza positiva). Le siguió en volumen de publicaciones el perfil de Ana María Franco Villegas (@mamaconamor), con una fuerte presencia en la categoría familiar/personal/tips, especialmente en lo referente a la pareja y la reflexión, además de contenido sobre crianza positiva. Daniela Monserrat (@Danicocinaconamor) se destacó por su alta producción de contenido específico sobre

alimentación complementaria e ideas para loncheras. María Clara Rodríguez (@mariaclararod) tuvo una participación más dispersa en varios temas, incluyendo familiar/personal/tips y salud, mientras que Alexandra Platt (@bebeacomer) se centró principalmente en recetas de alimentación complementaria y tuvo una menor presencia general en comparación con los otros perfiles observados. Esta categorización inicial permite identificar las áreas de mayor interés y especialización de los creadores de contenido dentro del nicho de maternidad en tribu en Instagram, ofreciendo una visión general de los tipos de información a los que las madres usuarias de esta plataforma están expuestas.

Los hallazgos del cuestionario detallan los datos demográficos de las madres participantes y cómo utilizan e influyen en ellas los contenidos sobre maternidad en tribu en Instagram, esto permite responder a los objetivos de identificar qué formatos y temas son más populares y cómo las madres utilizan esta información para tomar decisiones sobre la crianza de sus hijos. Además, para entender cómo Instagram afecta estas decisiones, se puede recurrir a la Teoría de los efectos en las audiencias. Esta teoría explica cómo los medios influyen en el público y es útil para analizar el impacto de Instagram en las elecciones de crianza de las madres. Los hallazgos sugieren que la exposición repetida a ciertos tipos de contenido (consejos de crianza respetuosa, alimentación y nutrición infantil, presentados principalmente en formato de reels y a través de perfiles percibidos como confiables y basados en evidencia) puede influir en las decisiones de las madres en relación con la crianza. La alta frecuencia de uso de Instagram y el seguimiento de cuentas especializadas en maternidad en tribu indican una audiencia activa que busca información y referentes en esta plataforma; sin embargo, la preferencia por información precisa y basada en evidencia, así como que valoren que los creadores sean auténticos, sugiere que las madres no son receptoras pasivas, sino que ejercen un cierto nivel de discernimiento al seleccionar y procesar la información.

La incorporación de estrategias de alimentación y prácticas de crianza respetuosa como resultado de la información encontrada en Instagram evidencia que existe un efecto conductual, aunque, la autopercepción de la influencia sea moderada en la mayoría de los casos; finalmente, las diferentes maneras en cómo las madres perciben la confiabilidad de la información de Instagram indica que la influencia de esta red social no es igual para todas. Esta influencia depende de cuánto crean las madres en la fuente de la información. En este contexto, Instagram actúa como un canal de comunicación masiva que, si bien no determina completamente las decisiones de crianza, sí ofrece un repertorio de ideas y prácticas que las madres consideran y, en muchos casos, adoptan.

La información recopilada a través del grupo focal permite entender cómo las progenitoras incorporan información de Instagram en sus decisiones de crianza, cumpliendo así con el tercer objetivo específico de la investigación, las participantes, son madres con niños menores de 3 años y evidenciaron una influencia activa de las experiencias y consejos compartidos por otras madres en la plataforma. Leidy Rojas señaló cómo las vivencias de otras mamás, especialmente en temas como el de dejar el pañal, la guiaron en la decisión en este tema con Valentino, aunque mantiene un criterio selectivo. Alejandra Martínez destacó la utilidad de cuentas como @babycenterlatino para comprender etapas del desarrollo infantil, como la crisis de separación, demostrando la búsqueda de información específica para abordar desafíos particulares. El caso de Camila Echeverry, quien priorizó el consejo de otra madre sobre la lactancia mixta por encima de la opinión médica inicial, demuestra la confianza que pueden depositar algunas mamás en las experiencias de otras porque las perciben como más intuitivas o acertadas. Helena González quien relaciona las crianzas de sus dos hijos con una diferencia de 10 años y es consciente de que todo ha cambiado. Angie por su parte, explicando como la crianza y la alimentación han sido claves en su etapa como mamá primeriza.

En cuanto al tipo de contenido que genera confianza, se identificó una preferencia por la información basada en evidencia científica (mencionado por Alejandra y Angie) y por los testimonios o experiencias de otras madres (señalado por Luna y Helena). Se identifican con procesos vividos por otras mamás con hijos de edades similares, como el caso de Luna siguiendo a una madre mexicana, resalta la importancia de la conexión y la aceptación de la información: además la credibilidad de profesionales como el pediatra Leonardo Escobar (@pediatraleonardoescobar), basada en su conocimiento y la transparencia al compartir su propia experiencia, también fue un factor clave de confianza para Camila; respecto a la participación en grupos de maternidad fuera de Instagram, se encontraron experiencias positivas en grupos presenciales (Camila) y virtuales (Leidy y Angie), destacando el apoyo mutuo, el intercambio de consejos y la sensación de no estar solas ante los desafíos que trae la maternidad, también teniendo en cuenta la disposición de Luna y de Helena a formar parte de una tribu demuestra la necesidad de esta conexión y el potencial de Instagram para facilitar encuentros virtuales o presenciales, en temas de la confianza en las recomendaciones dentro de la "tribu" lo resaltó Leidy, quien considera más sincero un consejo de una madre amiga, que la publicidad en redes; sin embargo, Camila mostró un pensamiento crítico al no aceptar consejos que contradicen su propio criterio informado.

Finalmente, las madres compartieron ejemplos concretos de cómo Instagram ha influido en aspectos específicos de la crianza: Camila aplicó consejos sobre rutinas de sueño y disciplina, Luna se dejó guiar por experiencias de sueño de otras madres, Leidy encontró útil la experiencia de @mamaconamor, y Alejandra aplicó principios de crianza respetuosa de @niunapalmadita, en general, las participantes coincidieron en que Instagram ha tenido un impacto positivo en su maternidad, funcionando como una fuente de información, una herramienta para aclarar dudas y, en muchos casos, un espacio para encontrar apoyo y validación a través de las experiencias de otras madres.

## 5. Conclusiones

En conclusión, esta investigación cumplió de manera integral con el objetivo general de analizar la influencia de Instagram en las decisiones de crianza de las madres que se identifican dentro de la maternidad en tribu, considerando la diversidad de contenidos compartidos en esta red social. El primer objetivo específico, que buscaba categorizar los principales tipos de contenido sobre maternidad en tribu difundidos en Instagram, se considera plenamente alcanzado, el exhaustivo análisis de la observación no participante en los perfiles seleccionados reveló una rica variedad de temas, desde alimentación infantil y lactancia hasta crianza respetuosa y consejos prácticos, con una notable productividad y liderazgo en la cantidad de publicaciones por parte del perfil @pediatraleonardoescobar, esta significativa actividad de los perfiles analizados subraya el auge y la centralidad de Instagram como plataforma de intercambio de información y experiencias en el ámbito de la maternidad.

El segundo objetivo específico, orientado a identificar los formatos y temas más consumidos por las madres en Instagram dentro del contexto de la maternidad en tribu, se abordó principalmente a través de la encuesta. Los resultados obtenidos evidenciaron una clara preferencia por los contenidos relacionados con la crianza respetuosa y la alimentación infantil, siendo el formato de los *reels* el de mayor consumo, si bien la diversidad de respuestas obtenidas sugiere que este objetivo se cumplió, se reconoce la potencialidad de futuras investigaciones con una muestra más amplia de participantes para consolidar estos hallazgos y ofrecer una comprensión aún más detallada de las tendencias de consumo.

Finalmente, el tercer objetivo específico, que se propuso examinar cómo las madres incorporan la información obtenida en redes sociales en sus decisiones sobre crianza, se considera exitosamente alcanzado. La participación activa y reflexiva de las madres tanto en la encuesta como en el grupo focal proporcionó valiosos datos cualitativos, se evidenció que la

información de Instagram se traduce en la adopción de nuevas estrategias de alimentación y la implementación de prácticas de crianza respetuosa en sus rutinas diarias. El grupo focal, en particular, enriqueció esta comprensión al revelar cómo las madres, si bien valoran el consejo profesional, otorgan una gran importancia y confianza a las experiencias compartidas por otras madres, encontrando en ellas una guía práctica y un apoyo emocional significativo, la manifestación de su interés en pertenecer o haber pertenecido a grupos de maternidad subraya la relevancia del apoyo entre pares y cómo Instagram facilita la creación de estas "tribus virtuales", donde se comparten dudas, experiencias y un sentido de comunidad.

Desde la perspectiva de la Teoría de los efectos en las audiencias, esta investigación constata una influencia notable de Instagram en las decisiones de crianza de las madres; sin embargo, el nivel de impacto está directamente relacionado con la credibilidad que la audiencia otorga a la fuente de la información. Esta conclusión se alinea con diversas vertientes de la teoría de los efectos en las audiencias, por ejemplo, la teoría del uso y la gratificación sugiere que las audiencias eligen activamente los medios para satisfacer necesidades específicas, como la búsqueda de información y apoyo en la maternidad, lo cual se observa en cómo las madres recurren a Instagram para resolver dudas y conectar con otras que comparten experiencias similares. En última instancia, la influencia de Instagram en las decisiones de crianza no es una simple transmisión de información, sino un proceso interactivo y negociado, las madres actúan como agentes activos, filtrando, interpretando y adoptando selectivamente la información que resuena con sus valores, intuiciones y la confianza que depositan en las diversas voces que conforman su entorno digital de crianza; por lo tanto, Instagram se establece como un canal influyente, aunque su poder no es absoluto, estando esencialmente ligado a la percepción personal de credibilidad por parte de su audiencia materna.

## Referencias

- Amarsupiel. (2024, 9 abril). *Crianza respetuosa VS Crianza tradicional*. Blog Crianza Alternativa. <https://crianzalternativa.es/crianza-respetuosa-vs-crianza-tradicional/>
- Ampudia, M. K. M. (2020, 12 de marzo). Depresión postparto en atención primaria. *Revista Médica Sinergia*, 5(2), 355. Recuperado de <https://www.medigraphic.com/cgi-bin/new/resumen.cei?IDARTICULO=92103>
- Barba González, R. (2020). La Indagación netnográfica de dos comunidades virtuales de maternidad como espacios de significación. *Anuario De Investigación De La Comunicación CONEICC*, (XXVII), 38–50. <https://doi.org/10.38056/2020aiccXXVII206>
- De EvasolanoRerez, V. T. L. E. (2016, 1 octubre). *ENFOQUES TEÓRICOS DE LAS ESCUELAS NORTEAMERICANA y EUROPEA*. Atentamente Firmado. <https://atentamentefirmado.wordpress.com/2016/10/01/enfoques-teoricos-de-las-escuelas-norteamericana-y-europea-2/>
- Del Estado de Hidalgo, U. A. (s. f.). *La investigación cualitativa*. <https://www.uaeh.edu.mx/scige/boletin/tlahuelilpan/n3/e2.html>
- Díaz Sanjuán, L. (2011). *La observación* (Vol. 1, p. 8). Facultad de Psicología de Unam. [https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La\\_observacion\\_Lidia\\_Diaz\\_Sanjuan\\_Texto\\_Apoyo\\_Didactico\\_Metodo\\_Clinico\\_3\\_Sem.pdf](https://www.psicologia.unam.mx/documentos/pdf/publicaciones/La_observacion_Lidia_Diaz_Sanjuan_Texto_Apoyo_Didactico_Metodo_Clinico_3_Sem.pdf)
- Domínguez H., R. (2011). *Teorías de los efectos en las audiencias*. Prezi. Recuperado de <https://prezi.com/qifrhnefwzma/teorias-de-los-efectos-en-las-audiencias/>
- Edwards Stewart, A. (2021). *La comunicación en la era de la tecnología*. <https://repositorio.ulacit.ac.cr/bitstream/handle/20.500.14230/10784/REF-1618437506-2.pdf?sequence=2>

- Eiroa, M., y Barranquero, A. (2017). *Métodos de investigación en la comunicación y sus medios*. Síntesis,. Uc3m. <https://www.sintesis.com/libro/metodos-de-investigacion-en-la-comunicacion-y-sus-medios>
- encuesta piloto*. (s. f.). Faster Capital. <https://fastercapital.com/es/palabra-clave/encuesta-piloto.html>
- Equipo editorial, Etecé. (2022, 16 de agosto). *Smartphone. Concepto*. Recuperado de <https://concepto.de/smartphone/>
- Equipo editorial, Etecé. (2023, 19 de noviembre). *Redes Sociales - Qué son, tipos, ejemplos, ventajas y riesgos. Concepto*. Recuperado de <https://concepto.de/redes-sociales/>
- Estilos de Crianza*. (2020, junio 30). Portal ICBF - Instituto Colombiano de Bienestar Familiar ICBF. <https://www.icbf.gov.co/mis-manos-te-enseñan/estilos-de-crianza>
- Felitti, K. (2016). Maternidades y militancia en la Argentina de los años 70. Notas históricas para pensar la crianza colectiva contemporánea. *Revista de História Regional*, 21(2), 432-458. <https://doi.org/10.5212/rev.hist.reg.v.21i2.0006>
- Figueroa-Benítez, J. C., González-Quiñones, F., & Machin-Mastromatteo, J. D. (2021). Instagram como objeto de estudio en investigaciones recientes. Una revisión de literatura con enfoque en revistas científicas. *Ámbitos Revista Internacional de Comunicación*, (53), 9-23. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2021.i53.01>
- Genchi-Gallardo, F. J., Paredes-Juárez, S., Solano-González, N. L., Rios-Rivera, C. E., Paredes-Solís, S., & Andersson, N. (2021). Prevalencia 1 de depresión posparto y factores asociados en usuarias de un hospital público de Acapulco, Guerrero, México. *Ginecol Obstet Mex*, 89(12), 927-936. <https://doi.org/10.24245/gom.v89i12.6947>
- González, J. G. (2021, 10 noviembre). *Efectos de las redes sociales en el embarazo adolescente*. Tecnologías de la Información y Comunicación. <https://www.teseopress.com/tecnologiasdelainformacionycomunicacion/chapter/capitulo-vi-efectos-de-las-redes-sociales-en-el-embarazo/>

Infobae. (2018, 16 septiembre). *Qué es la crianza en tribu: una manera de vivir la maternidad acompañada*. Infobae. <https://www.infobae.com/parati/mama/2018/09/16/que-es-la-crianza-en-tribu-una-manera-de-vivir-la-maternidad-acompanada/>

*Internet: número de usuarios mundial 2005-2022* | Statista. (2023, 13 julio). Statista.

<https://es.statista.com/estadisticas/541434/numero-mundial-de-usuarios-de-internet/>

Mariona, V. B., & Cira, C. C. (2012). *Las madres toman la palabra. Análisis del fenómeno de los blogs de madres*. idUS - Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/handle/11441/38592>

Osorio, A. A. (2021, mayo). *Tribus para maternar: ¿una opción ante la falta de un sistema de cuidados en México?* | News+Media. <https://daliaempower.com/blog/tribus-para-maternar-una-opcion-ante-la-falta-de-un-sistema-de-cuidados-en-mexico/#:~:text=As%C3%AD%20fue%20el%20inicio%20de,actividades%20y%20brindarse%20apoyo%20emocional.>

Pérez, J. M. J. *La familia en el contexto de la cibercultura*. Familia y escuela en el mundo contemporáneo, 53.

*Investigación cuantitativa - Qualtrics*. (2023, 26 octubre). Qualtrics.

<https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/investigacion-cuantitativa/>

Zapata, D. E. M., & Sosa, G. R. A. (2021). Maternidades contemporáneas y redes sociales virtuales: “no era la única que estaba pasando por eso”. *Trabajo Social*, 23(1), 225-248.

<https://doi.org/10.15446/ts.v23n1.86615>

