



UNIVERSIDAD
CATÓLICA
DE CUENCA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

REDES SOCIALES Y AUTOCONCEPTO EN ADOLESCENTES.

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN PSICOLOGÍA CLÍNICA**

AUTOR: LESLYE JOHANNA ORTEGA OJEDA

DIRECTOR: MGS. MARIA FERNANDA COBOS COBOS.

CUENCA - ECUADOR

2026

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA

Comunidad Educativa al Servicio del Pueblo

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA

REDES SOCIALES Y AUTOCONCEPTO EN ADOLESCENTES.

**PROYECTO DE TITULACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE LICENCIADA EN PSICOLOGÍA CLÍNICA**

AUTOR: LESLYE JOHANNA ORTEGA OJEDA

DIRECTOR: MGS. MARIA FERNANDA COBOS COBOS.

CUENCA - ECUADOR

2026

DIOS, PATRIA, CULTURA Y DESARROLLO

Declaratoria de Autoría y Responsabilidad

Leslye Johanna Ortega Ojeda portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **1104595556**. Declaro ser el autor de la obra: “**Redes sociales y autoconcepto en adolescentes.**”, sobre la cual me hago responsable sobre las opiniones, versiones e ideas expresadas. Declaro que la misma ha sido elaborada respetando los derechos de propiedad intelectual de terceros y eximo a la Universidad Católica de Cuenca sobre cualquier reclamación que pudiera existir al respecto. Declaro finalmente que mi obra ha sido realizada cumpliendo con todos los requisitos legales, éticos y bioéticos de investigación, que la misma no incumple con la normativa nacional e internacional en el área específica de investigación, sobre la que también me responsabilizo y eximo a la Universidad Católica de Cuenca de toda reclamación al respecto.

Cuenca, **06 de abril de 2026**

F:

Leslye Johanna Ortega Ojeda

C.I. 1104595556

Cuenca 05 de abril de 2026

CERTIFICACIÓN

Yo **Maria Fernanda Cobos Cobos**, con cédula de identidad N° 0101996379 en calidad de Director del Trabajo de Titulación con el tema “**Redes sociales y autoconcepto en adolescentes.**”, certifico que el presente trabajo fue desarrollado por Leslye Johanna Ortega Ojeda, bajo mi supervisión.

Atentamente;

**MARIA
FERNAND
A COBOS
COBOS**

Firmado digitalmente por
MARIA
COBOS COBOS
Fecha: 2026.04.06
11:57:04 -0500'

Mgs. Maria Fernanda Cobos Cobos

**DIRECTOR DEL TRABAJO DE TITULACIÓN
DOCENTE DE LA CARRERA DE PSICOLOGÍA CLÍNICA**

Agradecimiento

Hoy dejo estas palabras como quien deja el alma entre líneas, intentando abrazar en cada frase a quienes han sido luz, guía y refugio en mi camino.

A Dios, por ser presencia constante en mis días inciertos, por sostenerme cuando las fuerzas se desvanecían y por enseñarme que incluso en la noche más oscura siempre nace un nuevo amanecer.

A mis padres, raíz profunda de todo lo que soy. A mi padre, por ser firmeza en medio de mis tempestades, por no soltar mi mano aun cuando el camino se volvía difícil, por enseñarme que la vida se enfrenta con valentía y dignidad. Gracias por tu amor sereno, por tu paciencia infinita y por ser ese lugar seguro al que siempre puedo volver. A mi madre, por ser amor en su forma más pura, por su lucha silenciosa, por sus manos que nunca dejaron de dar y por su corazón que jamás dejó de creer en mí.

A mis abuelos, presencia eterna que habita en mi memoria y en mi espíritu. Su ausencia pesa, pero su amor trasciende. Papito Tuco, este logro susurra tu nombre; vive en cada meta alcanzada, en cada sueño cumplido. Gracias por tu ternura infinita, por tu amor incondicional y por haber sido ese refugio que aún vive en mí. Mamita Leobina, fuiste y seguirás siendo ejemplo de fortaleza y dulzura; tu huella no se borra, se transforma en la fuerza que hoy me sostiene.

A mis hermanos, con quienes he aprendido que la vida también se construye entre risas, luchas y sueños compartidos. Andrea, gracias por enseñarme que resistir es también una forma de amar la vida; en tu fortaleza encontré inspiración para no rendirme. A mis hermanos pequeños, Nicolás, Victoria y Amaya, por ser luz pura en mis días, por convertirse en mi impulso y en la razón que me recuerda, una y otra vez, por qué seguir adelante.

A mi tía Sonia, junto a Karla, Ma. Augusta y Edgar; a mi tío Giovanni; y a mi Tichi, junto a Tamara, César, Ángela y José, quienes han tejido conmigo parte de esta historia. Gracias por su presencia, por su cuidado, por su amor constante y por haber sido, en tantos momentos, ese hogar que también me formó.

A Emilie, por caminar a mi lado en este proceso, por tu apoyo silencioso y por cada gesto

que sumó a mi vida.

A mi universidad, por abrirme sus puertas y brindarme el espacio donde crecí no solo como estudiante, sino como persona. Gracias por cada aprendizaje, por cada desafío y por ser el escenario donde este sueño comenzó a tomar forma.

A mi tutora, Mgs. María Fernanda Cobos, por su guía, su paciencia y su compromiso en este proceso. Gracias por compartir su conocimiento, por exigirme cuando fue necesario y por creer en este trabajo incluso en los momentos más complejos. Su acompañamiento fue fundamental para hacer posible este logro.

A cada uno de ustedes, gracias por ser raíz, camino y destino. Este logro no es solo mío, está hecho de sus sacrificios, de su amor y de la fe que depositaron en mí cuando más lo necesité. Y si algún día logro devolver sea una parte de todo lo que me han dado, será porque ustedes me enseñaron a amar sin medida.

Con el corazón desbordado, el alma agradecida y un amor que trasciende el tiempo y las palabras.

Dedicatoria

A Dios, por ser la luz que me encontró incluso cuando yo misma me perdía, por sostener mi alma en los días en que todo parecía derrumbarse y recordarme que rendirse nunca fue una opción.

A mis padres, porque en ustedes nace y termina todo lo que soy. Este logro no me pertenece: es el eco de sus sacrificios, la huella de su amor incansable y la prueba viva de que nunca caminaron lejos de mí, ni siquiera en mis noches más oscuras.

A mis abuelos, porque el amor verdadero no conoce la ausencia. Viven en mí, en cada paso, en cada sueño, en cada victoria.

Este logro también les pertenece, porque hay nombres que el tiempo no borra... solo los vuelve eternos.

A mis hermanos, por ser el motivo que nunca se apaga, la razón que permanece incluso cuando todo tiembla, y la luz que siempre me devuelve al camino.

Y a la vida, por romperme, por formarme, por enseñarme que caer también es una forma de aprender a levantarse con más fuerza.

Hoy no solo entrego un trabajo, entrego todo lo que fui en el proceso de convertirme en quien soy.

Porque este logro no se mide en páginas, sino en lágrimas, en silencios, en batallas invisibles... y en el amor inmenso que me sostuvo hasta el final.

**Porque al final, no llegué sola: llegué
con todos ustedes viviendo en mí.**

Leslye Johanna Ortega Ojeda

Resumen

Introducción: En la adolescencia, las redes sociales potencian la autopresentación, la comparación social y la búsqueda de aprobación, lo que puede influir en el autoconcepto adolescente, tanto a nivel emocional, físico, social y familiar. **Objetivo:** Analizar, mediante una revisión bibliográfica de la evidencia publicada de la relación entre el uso de redes sociales y las dimensiones del autoconcepto en adolescentes. **Metodología:** Se realizó una revisión bibliográfica de tipo descriptiva y retrospectiva en repositorios como PubMed, Scopus, PsycINFO y Google Scholar, con estudios en español e inglés de adolescentes de 10–19 años que midieran autoconcepto. Inicialmente, se encontró 233 estudios y tras un proceso de selección bajo criterios de inclusión y exclusión se seleccionó 21 documentos que responden a los objetivos específicos de la investigación. **Resultados:** Se observa relación entre redes sociales y autoconcepto, pero difieren según sus dimensiones. Los efectos más consistentes aparecen en lo físico y emocional, especialmente ante exposición a ideales corporales o baja aprobación, vinculadas con menor satisfacción corporal y mayor malestar; en lo social los hallazgos cambian según la persona y las circunstancias, y en lo familiar predominan asociaciones indirectas a través de comunicación y conflicto. **Conclusión:** Los cambios se explican más por cómo se usa la red social, es decir; actividad pasiva o activa, exposición y monitoreo, contenido centrado en apariencia e influencers, plataforma, momento de uso y por el contexto familiar que por el tiempo de pantalla; por ello, la prevención debe focalizarse en patrones específicos de uso y vulnerabilidad individual.

Palabras clave: redes sociales, autoconcepto, adolescencia, comparación social, imagen corporal.

Abstract

Introduction: During adolescence, social media amplifies self-perception, social comparison, and the search for approval, which may influence adolescents' self-concept on emotional, physical, social, and family levels. **Objective:** To analyze, through a literature review of published evidence, the relationship between the use of social media and the dimensions of self-concept in adolescents. **Methodology:** A descriptive and retrospective literature review was conducted using databases such as: PubMed, Scopus, PsycINFO, and Google Scholar, including studies in English and Spanish involving adolescents aged 10 to 19 years that measured self-concept. Initially, 233 studies were identified, and after a selection process based on inclusion and exclusion criteria, 21 studies were selected as they were aligned with the specific objectives of this research. **Results:** A relationship between social media and self-concept was observed; however, it varies across its dimensions. The most consistent effects are observed in physical and emotional domains, particularly when exposed to body ideals or low self-acceptance, associated with lower body satisfaction and greater distress. Regarding social domains, findings vary depending on the individual and the context. In the family domain, indirect associations predominate through communication and conflict. **Conclusion:** These changes are better explained by how the social media platform is used—that is, active or passive engagement, exposure and monitoring, appearance-focused content and influencers, the platform, the time of use, and the family context—rather than by screen time. Therefore, prevention should be focused on specific usage patterns and individual vulnerability.

Keywords: social media, self-concept, adolescence, social comparison, body image.

Contenido

Introducción.....	10
Diseño.....	12
Método	12
Estrategias de búsqueda	12
Criterios de selección	12
Extracción de datos.....	13
Análisis de datos	14
Desarrollo.....	15
Uso de redes sociales y autoconcepto emocional en la adolescencia.....	15
Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto emocional.....	18
Uso de redes sociales con la dimensión de autoconcepto físico en la adolescencia.....	19
Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto físico	23
Uso de redes sociales con la dimensión de autoconcepto familiar en la adolescencia.....	25
Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto familiar	28
Uso de redes sociales con la dimensión de autoconcepto social en la adolescencia	29
Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto social.....	32
Conclusiones	36
Referencias.....	38

Introducción

Según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OECD, 2025), las redes sociales (RS) son servicios digitales que facilitan la creación, circulación y visibilidad de contenidos generados por usuarios, así como la interacción entre pares mediante métricas de retroalimentación. En la adolescencia, estas plataformas favorecen prácticas de autopresentación, comparación social y búsqueda de aprobación, cuyos efectos varían según la forma, intensidad y finalidad de uso. La literatura reciente también describe el “uso problemático” de RS cuando esta conducta interfiere con el bienestar y las responsabilidades diarias, generando malestar emocional y conflictos interpersonales (OECD, 2025; Peters et al., 2021).

Por su parte, el autoconcepto se entiende como la organización de percepciones que una persona tiene de sí misma. Durante la adolescencia, presenta una estructura multidimensional que incluye, entre otras, las dimensiones física, social, emocional y familiar. La evidencia actual confirma esta organización con adecuados niveles de fiabilidad y validez en población juvenil (Hederich-Martínez et al., 2022). Asimismo, Esnaola et al. (2020) señalan que, debido a los cambios propios de la pubertad y del contexto social, el autoconcepto puede volverse más variable y cada dimensión puede evolucionar de forma distinta.

A nivel internacional, la OECD (2025) y la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2024) reportan que el uso de RS está ampliamente extendido entre adolescentes. Datos comparables muestran que el 65% de las mujeres y el 55% de los hombres de 15 años pasan tres o más horas diarias en RS durante un día lectivo, y que aproximadamente el 10% de adolescentes de 11 a 15 años presentan uso problemático, con mayor prevalencia en mujeres. Estas prácticas se asocian, en promedio, con baja calidad de sueño, síntomas ansiosos y preocupaciones por la imagen corporal.

En la misma línea, la literatura reciente señala que el uso excesivo de RS puede relacionarse con alteraciones en componentes del autoconcepto: en la dimensión física, mediante mayor preocupación por la apariencia, perfeccionismo y conductas alimentarias desordenadas; y en la dimensión emocional, a través del malestar derivado de la comparación social y de la retroalimentación recibida en línea (Danielsen et al., 2024; OECD, 2025). Azhari et al. (2022), en Reino Unido, hallaron además una asociación entre mayor uso de RS, ansiedad, soledad y peor calidad de sueño en población femenina usuaria de Facebook.

En Latinoamérica, la situación también resulta relevante. Un estudio en Brasil halló que el 97,7% de los adolescentes utiliza al menos una plataforma diariamente y que el 64,7% está “casi constantemente” en línea (Pereira et al., 2024). A su vez, UNICEF (2021) reporta en la región una prevalencia cercana al 15% de trastornos mentales en adolescentes de 10 a 19 años, vinculados con afectaciones emocionales, sociales y físicas. Este panorama evidencia la necesidad de examinar si el uso de RS puede constituir un factor asociado al autoconcepto en esta etapa del desarrollo.

Bajo este escenario, se plantea la siguiente pregunta de investigación: ¿Qué relación hay entre el uso de redes sociales y el autoconcepto en adolescentes?

La presente revisión se justifica en tres niveles. En el plano teórico, porque la producción científica entre 2020 y 2025 es amplia, pero se encuentra fragmentada por plataformas, métricas y contextos, lo que dificulta una comprensión integrada del fenómeno. En el plano social y práctico, porque la alta exposición de los adolescentes a las RS y su asociación con ansiedad, problemas de sueño, preocupación por la apariencia e interacción familiar justifican una síntesis útil para instituciones educativas, servicios de salud y programas de prevención (OECD, 2025; UNICEF, 2021). Finalmente, en el plano metodológico, porque organizar la evidencia permitirá comparar indicadores de uso, identificar patrones consistentes y reconocer discrepancias en los hallazgos.

El objetivo general de esta investigación es: analizar, mediante una revisión bibliográfica de la evidencia publicada de la relación entre el uso de redes sociales y las dimensiones del autoconcepto en adolescentes. Para llevar a cabo este objetivo se plantearon dos objetivos específicos que son: describir cómo los estudios seleccionados reportan la relación entre el uso de redes sociales y las dimensiones del autoconcepto; físico, social, emocional y familiar, en la población adolescentes. Clasificar los principales indicadores de uso de redes sociales que los estudios seleccionados asocian con variaciones en las dimensiones del autoconcepto.

Método

Diseño

La investigación adoptó un diseño de revisión bibliográfica de alcance descriptivo y retrospectivo. Es decir, el propósito fue describir y organizar mediante un enfoque cualitativo la relación entre el uso de redes sociales y las dimensiones del autoconcepto relacionado con adolescentes, tanto a nivel físico, social, emocional y familiar. Además, se realizó una evaluación cualitativa del rigor metodológico considerando diseño, tamaño muestral, instrumentos validados y limitaciones reportadas por los autores.

Estrategias de búsqueda

La búsqueda se realizó en bases de datos científicas accesibles a través de la biblioteca virtual de la Universidad Católica de Cuenca, tales como PubMed, Scopus, Psycinfo y Google Scholar incluyendo artículos en español e inglés publicados entre 2020 y 2025. Se emplearon combinaciones de palabras clave con operadores booleanos AND, OR y NOT, así como descriptores normalizados MeSH relacionados con adolescencia, redes sociales y autoconcepto, incorporando nombres de plataformas y variantes de uso, por ejemplo:

("social media" OR "social network" OR Instagram OR TikTok OR snapchat OR YouTube OR WhatsApp OR Facebook OR twitter OR "redes sociales") AND ("self-concept" OR "self-identity" OR "self-perception" OR autoestima OR "body image" OR "self-perception" OR "self-perception") AND (adolescent OR youth OR teen OR "10-19 years" OR adolescents). Asimismo, la estrategia de búsqueda será exhaustiva y reproducible.

Criterios de selección

- Criterios de inclusión: se incluyeron artículos revisados por pares publicados entre 2020 y 2025 que analicen población adolescente de 10 a 19 años, que aborden el uso de redes sociales como exposición o intervención y que midan el autoconcepto en al menos una de sus dimensiones. Se incluyen estudios con diversos diseños: RCT, diseños no experimentales, estudios longitudinales y transversales con el fin de obtener una visión integral del fenómeno, dada la naturaleza compleja y multidimensional del autoconcepto. Se incluyeron estudios que aportaran evidencia indirecta sobre dimensiones vinculadas al autoconcepto. Asimismo, los artículos debieron declarar instrumentos validados para que sean considerados para la investigación. Se incluyeron únicamente investigaciones en español o inglés.

- Criterios de exclusión: se excluyeron artículos incompletos, duplicados, trabajos centrados en tecnologías de la información y comunicación no sociales o sin componente de redes y mediciones de identidad no relacionados con las dimensiones del autoconcepto evaluados en el presente estudio.

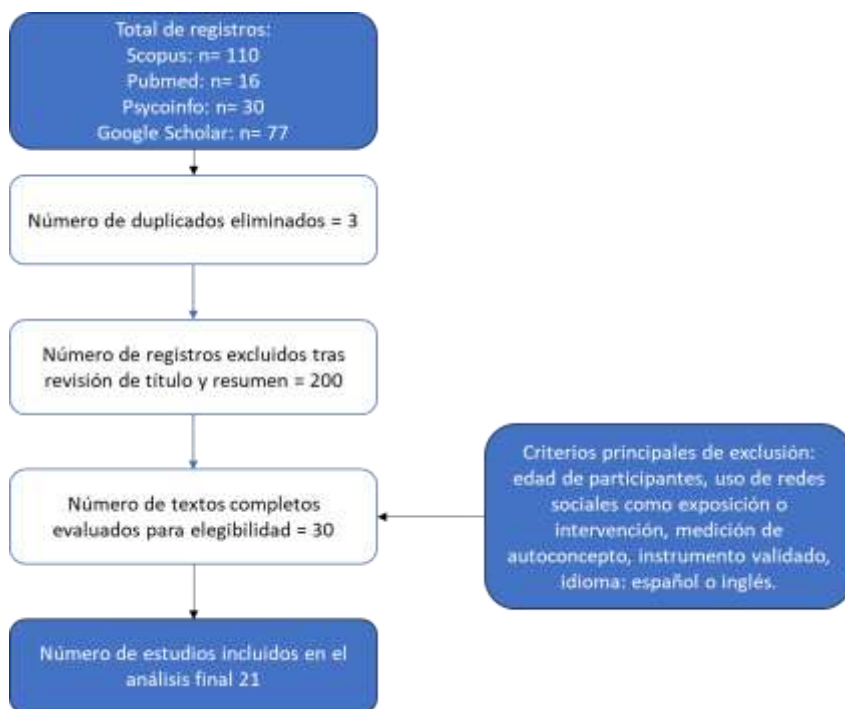
Extracción de datos

El proceso de extracción de datos inició con la búsqueda de documentos en los repositorios, a través de las palabras clave y los operadores booleanos previamente definidos. Para organizar la búsqueda y eliminar duplicados antes de la revisión de títulos y resúmenes se usó un gestor de bibliografías (Zotero).

Después de hacer la búsqueda, se encontraron 233 investigaciones en los cuatro repositorios consultados. De ese total, se eliminaron tres registros repetidos, por lo que quedaron 230 documentos únicos. Luego se revisaron los títulos y resúmenes para descartar los estudios que no estaban relacionados con los objetivos de la investigación, y así se redujo la selección a 30 documentos para una lectura más detallada. Finalmente, al revisar los textos completos, se descartaron nueve estudios porque no cumplían con todos los criterios de inclusión. Por ello, se incluyeron 21 investigaciones en la revisión bibliográfica.

Los documentos que pasaron los filtros, se capturaron en una ficha bibliográfica que incluyó datos de identificación, es decir: autores, año, título, revista, país, DOI o URL para cada investigación. Asimismo, se incluyó características metodológicas como el diseño, contexto y muestra usada, operacionalización de la exposición o intervención en redes, medidas de autoconcepto; físico, social, emocional y familiar, mediadores y moderadores reportados. Se añadió un espacio para observaciones sobre calidad y para notas interpretativas que faciliten la síntesis y discusión posterior.

Figura 1. Diagrama de flujo de extracción de documentos



Análisis de datos

La información se analizó con un enfoque cualitativo, mediante el examen de las características de los estudios de acuerdo con las variables del proyecto, con el fin de identificar la relación entre la exposición a redes sociales y las dimensiones del autoconcepto en adolescentes. En una primera etapa, los artículos se organizaron de lo general a lo particular: se realizó una descripción global de las características metodológicas; año, país, diseño, muestra y, posteriormente, se agruparon por ejes analíticos alineados con los objetivos específicos; dimensiones del autoconcepto, indicadores de uso de redes. Finalmente, se sintetizaron los hallazgos según las dimensiones físico, social, emocional y familiar, así como los mediadores y moderadores reportados, para dar respuesta integrada a los objetivos planteados.

Desarrollo

Estos resultados, se presentan en función de los objetivos previstos, es decir describir cómo los estudios seleccionados reportan la relación entre el uso de redes sociales y las dimensiones del autoconcepto. Se inicia con la dimensión emocional, continúa con la dimensión física, familiar y culmina con la dimensión social.

Uso de redes sociales y autoconcepto emocional en la adolescencia

Colasante et al. (2024) exploraron si el uso momentáneo de redes sociales se relaciona con emociones negativas en adolescentes, diferenciando navegación pasiva; mirar contenido en RS sin interactuar, y publicación activa; crear o compartir contenido e interactuar con otros. Participaron 154 estudiantes de 12 a 15 años de Ontario, Canadá. Durante 14 días recibieron cuatro avisos diarios y, en cada uno, indicaron si desde el aviso previo habían navegado o publicado en redes. Además, calificaron de 1 a 10 la intensidad de la emoción negativa más molesta; ira, tristeza, ansiedad o vergüenza, como indicador del dominio emocional (Colasante et al., 2024).

Los análisis sugieren que la navegación pasiva se asocia con un aumento posterior de emociones negativas en las horas siguientes, aun considerando el nivel emocional previo. Publicar contenido no se vinculó con cambios posteriores en emociones negativas. Tampoco se observó que sentirse peor en un momento predijera navegar o publicar más en el siguiente aviso. El patrón general se reporta como débil porque varios resultados fueron no concluyentes (Colasante et al., 2024).

El estudio concluye que la relación entre el uso de redes sociales y los efectos emocionales varía según el tipo de uso y el momento en que ocurre, aunque la evidencia encontrada fue en general débil (Colasante et al., 2024). La investigación analizada, ayuda a entender que la navegación pasiva parece vincularse más con malestar emocional inmediato que la publicación, lo que aporta una pista clara sobre qué tipo de uso podría ser más sensible en el corto plazo sin poder afirmar un efecto fuerte porque varios resultados fueron poco concluyentes.

Chen (2025) evaluó cómo la retroalimentación en redes sociales afecta la autoestima del momento y si este efecto cambia según la edad. Reclutó 240 participantes urbanos en China,

incluidos 120 adolescentes de 13 a 18 años de Beijing, Hangzhou y Chengdu. En una interfaz simulada, cada persona fue asignada al azar a recibir señales positivas, neutras o negativas. Luego completaron una escala de autoestima estado; desempeño social y apariencia, y medidas de comparación social, autenticidad percibida y hábitos diarios de uso y monitoreo de reacciones (Chen, 2025).

Los resultados indican que la retroalimentación positiva elevó la autoestima inmediatamente, mientras que la negativa la redujo. En adolescentes, esto sugiere una alta sensibilidad a la evaluación digital. Parte de este efecto se explicó por la comparación social, ya que quienes tendían a compararse más con otros reportaron menor autoestima tras la exposición. Asimismo, la autenticidad percibida; entendida como el grado de coherencia entre la imagen que el adolescente muestra en redes sociales y cómo se percibe a sí mismo fuera de línea, redujo el impacto de las señales menos favorables (Chen, 2025).

El estudio concluye que la retroalimentación cuantificable puede volver más inestable la autoestima en la adolescencia (Chen, 2025). Los hallazgos de la investigación aportan evidencia experimental de que la retroalimentación en redes puede cambiar la autoestima del momento en adolescentes y que la comparación social podría explicar parte de ese cambio mientras que sentirse auténtico podría reducir el impacto de señales negativas o neutras.

Lee et al. (2020) analizaron si recibir poca aprobación en redes sociales puede generar malestar emocional en adolescentes y si el riesgo aumenta en quienes han sufrido victimización escolar. El trabajo incluyó tres estudios con estudiantes de noveno grado de escuelas públicas urbanas de Estados Unidos; el tamaño muestral total no se reporta. En los experimentos, participaron en una interacción simulada con pares controlados por computadora y fueron asignados al azar a recibir poca o mucha aprobación. Luego reportaron rechazo, afecto negativo y pensamientos negativos sobre sí mismos; un subgrupo completó diarios y fue seguido meses después (Lee et al., 2020).

En conjunto, la evidencia sugiere un efecto inmediato: recibir poca aprobación se asoció con más rechazo, peor estado de ánimo y una visión más negativa de sí mismo, en comparación con recibir mucha aprobación. En el seguimiento, quienes reaccionaron con mayor rechazo mostraron mayor sensibilidad a estresores sociales cotidianos y presentaron más síntomas depresivos meses después. Los hallazgos también indican que la victimización previa

incrementa la probabilidad de que la falta de aprobación afecte el bienestar emocional y la autovaloración (Lee et al., 2020).

El artículo concluye que la validación insuficiente en redes puede generar malestar, especialmente en adolescentes vulnerables (Lee et al., 2020). Teniendo en cuenta la evidencia, el artículo sugiere un vínculo potencialmente causal entre recibir poca aprobación en redes y malestar emocional inmediato y además muestra que quienes ya han sido victimizados podrían ser más vulnerables a estos efectos y mantener una autovaloración más baja a lo largo del tiempo.

Gracia-Granados et al. (2020) estudiaron si las dificultades de regulación emocional se relacionan con el uso problemático de redes sociales en adolescentes y si la depresión ayuda a explicar ese vínculo. Participaron 884 estudiantes de secundaria de Andalucía, España, de 14 a 19 años, de centros públicos y concertados. El diseño fue transversal correlacional y la aplicación ocurrió en horario escolar, con cuestionarios sobre regulación emocional, síntomas depresivos y uso problemático de redes bajo supervisión de investigadores y docentes (Gracia-Granados et al., 2020).

Los resultados indican que una mejor regulación emocional se asocia con menos síntomas depresivos y con menor probabilidad de uso problemático de redes. A su vez, más síntomas depresivos se relacionaron con reportes más altos de uso problemático. El análisis sugiere que la depresión explica parte de la relación entre regulación emocional y uso problemático, aunque no la explica por completo. Por el diseño transversal, los hallazgos describen asociaciones y no permiten concluir causalidad (Gracia-Granados et al., 2020).

El estudio sugiere que las dificultades en la regulación emocional se relacionan con un mayor uso problemático de redes sociales en adolescentes, y que esta relación se explica en parte por la presencia de síntomas depresivos. En otras palabras, cuando los adolescentes presentan menores recursos para regular sus emociones, muestran mayor malestar depresivo, y este a su vez se asocia con patrones de uso más desadaptativos. No obstante, como el diseño fue transversal, los resultados permiten identificar asociaciones, pero no establecer causalidad (Gracia-Granados et al., 2020).

Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto emocional

Con base en los estudios revisados, se observa que, en investigaciones experimentales y de muestreo de experiencias, la forma en que los adolescentes usan las redes sociales influye en cómo se sienten emocionalmente. Por ejemplo, la navegación pasiva, se asoció con un aumento de emociones negativas en las horas siguientes. En cambio, publicar no mostró cambios posteriores, y cuando el adolescente ya tenía una condición previa de tristeza o sentimientos negativos no llevó necesariamente a usar más redes después (Colasante et al., 2024). De manera similar, cuando un adolescente recibe poca aprobación en una interacción simulada, es más probable que experimente rechazo, peor ánimo y pensamientos negativos sobre sí mismo (Lee et al., 2020).

Además, cuando la interacción se enfoca en señales medibles como “me gusta” o comentarios, la autoestima del momento puede cambiar con más facilidad. La retroalimentación positiva aumentó la autoestima y la negativa la redujo, con efectos más marcados en adolescentes; también se vio que la comparación social explica parte de ese impacto, mientras que sentirse auténtico lo puede disminuir (Chen, 2025). En estudios correlacionales, una mejor regulación emocional se relacionó con menos síntomas depresivos y con menor uso problemático, y la depresión explicó parte del vínculo entre regulación y uso problemático (Gracia-Granados et al., 2020). Es decir, los estudios sugieren que el uso problemático se asocia más claramente con depresión y ansiedad que el simple hecho de usar redes con frecuencia.

En cuanto a los indicadores más relacionados con cambios emocionales, aparecen la diferencia entre navegar pasivamente y publicar de forma activa, y la exposición a aprobación o desaprobación a través de reacciones y comentarios, especialmente cuando el adolescente revisa y monitorea esas respuestas (Colasante et al., 2024; Chen, 2025; Lee et al., 2020). También influyen el tiempo o la frecuencia de uso, y el nivel de uso problemático medido con cuestionarios. Por último, la comparación social y la autenticidad percibida se analizan como condiciones que pueden intensificar o suavizar cambios en autoestima y malestar (Chen, 2025; Ahmed et al., 2024).

Por su parte, entre los instrumentos validados más utilizados por los autores consultados se identifican la State Self-Esteem Scale, la Wong and Law’s Emotional Intelligence Scale o

por sus siglas WLEIS para la evaluación de la regulación emocional, el Social Media Addiction Questionnaire; SMAQ por sus siglas, orientado a medir el uso problemático de las redes sociales y la Escala de Social Media Use o por sus siglas SMU (Gracia-Granados et al., 2020). Asimismo, se evidenció el empleo de escalas diseñadas por los propios investigadores, elaboradas a partir de revisiones bibliográficas previas y ajustadas a los objetivos específicos de cada estudio.

Uso de redes sociales con la dimensión de autoconcepto físico en la adolescencia

Gurtala y Fardouly (2023) evaluaron si el formato del contenido en redes sociales cambia su impacto en la autoevaluación corporal. En un experimento en línea con mujeres universitarias de Australia, con edad promedio cercana a 19 años, las participantes fueron asignadas al azar a ver publicaciones de Instagram o TikTok. Cada grupo observó imágenes o videos con ideal de apariencia, o contenido neutral sin personas. Antes y después reportaron satisfacción con su apariencia, estado de ánimo y una medida de auto cosificación; también se evaluó comparación de apariencia e internalización de ideales (Gurtala y Fardouly, 2023).

Los resultados sugieren un efecto inmediato: ver contenido con ideal de apariencia se asoció con menor satisfacción corporal y con aumentos en ánimo negativo y auto cosificación, frente a contenido neutral. En general, el impacto fue similar para imágenes y videos. Sin embargo, cuando el ideal parecía poco editado, los videos se vincularon con una caída mayor de satisfacción, atribuyéndose a una percepción de mayor realismo. Por el diseño experimental, los hallazgos se interpretan como efectos inmediatos del tipo de exposición (Gurtala y Fardouly, 2023).

El estudio concluye que la exposición breve a contenido centrado en ideales de apariencia corporal puede perjudicar la satisfacción corporal, aumentar el malestar emocional y favorecer la auto cosificación. Asimismo, los hallazgos indican que el efecto no depende principalmente de si el contenido se presenta en foto o video, sino del grado de realismo con que se percibe ese ideal de apariencia (Gurtala y Fardouly, 2023). En esta revisión, el estudio sugiere que el autoconcepto físico puede verse afectado inmediatamente después de la exposición a este tipo de contenido, especialmente cuando las adolescentes o jóvenes lo perciben como más realista y, por tanto, más comparable o alcanzable.

Zerhouni et al. (2022) analizaron si ver en Instagram imágenes de mujeres muy delgadas, frente a imágenes de talla promedio, cambia la satisfacción corporal, y si ese efecto depende de la comparación social y la autorregulación del adolescente. En Francia, 260 estudiantes mujeres con edad promedio de 18.6 años fueron asignadas al azar a ver una serie breve de fotos de un tipo u otro. Antes y después evaluaron satisfacción corporal, reportaron si se compararon y en qué dirección, y completaron medidas de autoeficacia y dificultades de regulación emocional (Zerhouni et al., 2022).

Los hallazgos sugieren que el tipo de imagen, por sí solo, no explicó cambios consistentes en la satisfacción corporal. El factor más influyente fue la comparación social durante la exposición: quienes se compararon con mujeres percibidas como más delgadas o más atractivas mostraron mayores descensos en su satisfacción corporal, y este patrón fue más marcado al observar imágenes delgadas. Además, la regulación emocional y la autoeficacia modificaron el impacto, lo que sugiere diferencias individuales en vulnerabilidad. Dado el diseño experimental, estos cambios se interpretan como efectos inmediatos modulados por la comparación social y por recursos personales (Zerhouni et al., 2022).

El estudio concluye que el efecto inmediato depende más del proceso de comparación y de recursos personales que del cuerpo mostrado (Zerhouni et al., 2022). Este estudio sugiere que los cambios en la satisfacción corporal dependen principalmente de la comparación social con personas percibidas como más delgadas o más atractivas, más que del tipo de cuerpo observado en Instagram.

Kvardova et al. (2025) evaluaron si la actividad centrada en la apariencia en redes sociales predice cambios posteriores en insatisfacción corporal en adolescentes y si esto se explica por internalizar ideales y compararse con otros. Usaron un diseño longitudinal con tres mediciones separadas por seis meses en 2500 adolescentes de República Checa, de 11 a 16 años. En cada ola midieron actividad de apariencia en redes, insatisfacción corporal, internalización de ideales de redes y comparación de apariencia, además de variables como sexo, edad, índice de masa corporal, ánimo depresivo y tiempo de uso (Kvardova et al., 2025).

Al comparar a los adolescentes entre sí, quienes reportaron mayor participación en actividades en redes sociales centradas en la apariencia física tendieron a internalizar más los ideales de apariencia y a compararse más con otros. Sin embargo, esta actividad no se asoció

de forma clara con mayores niveles de insatisfacción corporal. Al analizar los cambios dentro de cada persona a lo largo del tiempo, los aumentos en este tipo de actividad no predijeron incrementos posteriores en la insatisfacción corporal, ni se confirmó una trayectoria estable mediada por la internalización de ideales o la comparación de apariencia. En conjunto, solo se observaron asociaciones aisladas y no consistentes, por lo que no se sostiene un patrón longitudinal uniforme (Kvardova et al., 2025).

El estudio concluye que los efectos no son universales y dependen del enfoque de análisis (Kvardova et al., 2025). La utilidad de este estudio radica en que muestra que la participación en actividades centradas en la apariencia no predice necesariamente un empeoramiento posterior de la insatisfacción corporal. Además, evidencia que los resultados varían según el nivel de análisis, es decir, cuando se comparan distintos adolescentes entre sí o cuando se observan los cambios de una misma persona a lo largo del tiempo.

Demetriou et al. (2025) revisaron evidencia reciente sobre cómo la exposición a redes sociales se vincula con imagen corporal y bienestar emocional en adolescentes. El trabajo fue elaborado desde servicios de psiquiatría en Grecia. Se seleccionaron 26 investigaciones publicadas en los últimos cinco años, según criterios descritos por los autores; no se reporta un protocolo de revisión. La síntesis comparó resultados por plataforma, contenido centrado en apariencia y variables como la autoestima (Demetriou et al., 2025).

La revisión reporta un patrón general: el uso frecuente de redes y la exposición a contenido centrado en apariencia se asocian con peor imagen corporal y menor autoestima. Los autores resaltan comparación social y búsqueda de validación mediante reacciones y comentarios como vías relacionadas con peor autopercepción. Además, señalan que durante el confinamiento por COVID-19 estos efectos pudieron intensificarse por aislamiento (Demetriou et al., 2025).

La revisión concluye que se requieren intervenciones educativas y apoyo familiar (Demetriou et al., 2025). En esta revisión, esta síntesis ayuda a conectar la exposición frecuente y el contenido de apariencia con peor imagen corporal y menor autoestima y también orienta a pensar en prevención centrada en comparación social y búsqueda de validación, aunque sin poder asegurar causalidad.

Camacho-Vidal et al. (2023) examinaron la relación entre el uso de Instagram y la autoimagen corporal en adolescentes, considerando la supervisión familiar. El estudio se realizó en un instituto de Murcia, España, con 95 estudiantes de 11 a 19 años, mediante un diseño transversal por encuesta. Se registraron indicadores de uso como tiempo diario en Instagram, acceso a internet, tipo de contenido publicado y supervisión parental. La autoimagen corporal se evaluó con una escala de conciencia corporal objetivada (versión española) que incluye vigilancia corporal, vergüenza corporal y creencias de control de la apariencia (Camacho-Vidal et al., 2023).

Los resultados sugieren que un uso más intensivo de Instagram se asocia con mayor vigilancia del propio aspecto, más vergüenza corporal y mayor preocupación por cómo se ve la ropa en el cuerpo. La falta de supervisión familiar se vinculó con más pensamientos sobre la apariencia, mayor comparación con otras personas y mayor sensibilidad a comentarios y reacciones para sentirse mejor o peor. Por el diseño transversal, los hallazgos describen asociaciones y no permiten inferir efectos causales del uso sobre el dominio físico (Camacho-Vidal et al., 2023).

El artículo concluye que el uso extendido y sin acompañamiento familiar se relaciona con mayor preocupación e insatisfacción corporal, y que estas experiencias aparecen con mayor frecuencia en chicas y adolescentes de mayor edad dentro de la muestra (Camacho-Vidal et al., 2023). Con base en la evidencia presentada, el uso más intenso de Instagram se relaciona con más vigilancia y vergüenza corporal y que la falta de supervisión familiar parece acompañarse de más comparación y más sensibilidad a comentarios y reacciones lo que puede afectar el autoconcepto físico

Prichard et al. (2023) evaluaron si ver imágenes de influencers en Instagram afecta el estado de ánimo y la satisfacción corporal, y si el contenido con mayor exposición del cuerpo incrementa ese efecto. Reclutaron 230 mujeres jóvenes de 17 a 25 años y las asignaron al azar a ver imágenes de influencers con ropa de moda, las mismas influencers con lencería o bikini y poses sugerentes, o ver imágenes de productos de moda sin personas, utilizadas como condición de comparación. Antes y después de la exposición, evaluaron el estado de ánimo y la insatisfacción corporal mediante escalas breves; al final, además, midieron comparación de apariencia y auto cosificación a través de autodescripciones (Prichard et al., 2023).

Los resultados sugieren un efecto inmediato: la exposición a imágenes de influencers se asoció con peor estado de ánimo y mayor insatisfacción corporal, además de más comparación de apariencia y mayor auto cosificación, frente al grupo control. Asimismo, las publicaciones con lencería o bikini generaron efectos más negativos que aquellas en las que las influencers aparecían con ropa de moda y menor exposición corporal. El análisis indicó que la comparación de apariencia explicó una parte importante de estos efectos, mientras que la auto cosificación no explicó de forma clara los cambios en el estado de ánimo ni en la satisfacción corporal. Debido a su diseño experimental, estos hallazgos se interpretan como efectos inmediatos del tipo de contenido visual expuesto (Prichard et al., 2023).

El estudio concluye que la sexualización en contenido de influencers puede intensificar el impacto negativo sobre bienestar e imagen corporal (Prichard et al., 2023). En esta revisión, el experimento respalda que la exposición a publicaciones de influencers puede deteriorar de forma inmediata el estado de ánimo y la satisfacción corporal, especialmente cuando el contenido presenta mayor exposición del cuerpo, y que la comparación de apariencia constituye un mecanismo central para comprender su relación con el autoconcepto físico.

Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto físico

En cuanto a la relación entre las RS y el autoconcepto físico, los estudios muestran que, cuando los adolescentes están expuestos a contenido sobre los denominados; cuerpos ideales o apariencia perfecta, pueden presentarse cambios rápidos en cómo se perciben físicamente, pues, al ver publicaciones con ideales de apariencia, bajó la satisfacción corporal y aumentó el mal ánimo y la tendencia a mirarse como si fueran un objeto, en comparación con contenido neutral. Esto pasó tanto con imágenes como con videos, aunque los videos parecieron afectar más cuando el ideal se percibía poco editado y más real (Gurtala y Fardouly, 2023). De forma parecida, ver imágenes de influencers empeoró el ánimo y aumentó la insatisfacción corporal, sobre todo cuando el contenido mostraba más el cuerpo, lo que sugiere un mayor impacto cuando el material es más sexualizado (Prichard et al., 2023).

Sin embargo, no todo depende del tipo de contenido o del formato, también influyen las diferencias entre adolescentes. En Instagram, la caída en satisfacción corporal fue más clara en quienes dijeron compararse “hacia arriba”, o sea, compararse con personas que ven como mejores. Además, el efecto varió según la regulación emocional y la autoeficacia (Zerhouni et

al., 2022). En adolescentes, la actividad centrada en la apariencia se relacionó más con quienes ya habían internalizado esos ideales y tendían a compararse, aunque no siempre predijo que esa misma persona empeorara después en todas las mediciones (Kvardova et al., 2025). En encuestas, el uso intenso y la poca supervisión familiar se asociaron con más vigilancia del cuerpo, vergüenza corporal y mayor sensibilidad a comentarios y reacciones (Camacho-Vidal et al., 2023).

Los estudios, también reportan algunos indicadores importantes que los ligan con estos cambios en la percepción física, en especial: exponerse a contenido idealizado de apariencia, seguir o consumir material de influencers, ver publicaciones con más exposición del cuerpo, y percibir si el contenido está editado o si parece real y “alcanzable” (Gurtala y Fardouly, 2023; Prichard et al., 2023). También se repiten la actividad centrada en apariencia, el tiempo o intensidad de uso, el tipo de contenido que se publica y la atención a comentarios y reacciones, sobre todo cuando se combina con comparación física (Kvardova et al., 2025; Camacho-Vidal et al., 2023; Zerhouni et al., 2022).

En relación con la diferenciación por sexo, únicamente dos investigaciones realizaron un análisis específico al respecto. El estudio de Camacho-Vidal et al. (2023) evidenció que las chicas muestran una mayor preocupación por su aspecto físico y su imagen corporal en comparación con los chicos, lo que sugiere que el uso de redes sociales influye con mayor intensidad en esta percepción. Por otro lado, la investigación de Kvardova et al. (2025) reportó resultados diferentes, ya que no encontró diferencias significativas entre chicas y chicos adolescentes en variables como la actividad relacionada con la apariencia en redes sociales, la internalización de ideales de belleza, la comparación de la apariencia física y la insatisfacción corporal.

Entre las escalas más empleadas por los autores analizados se encuentran la Visual Analogue Scales por sus siglas VAS, utilizada para evaluar el estado de ánimo y la insatisfacción corporal; la State Appearance Comparison Scale o por sus siglas SACS, orientada a medir el grado en que las participantes realizan comparaciones sociales basadas en la apariencia durante la exposición a imágenes; la Modified Twenty Statements Test, o por sus siglas MTSTM aplicada para la evaluación de la auto cosificación; y la Sociocultural Attitudes Toward Appearance Questionnaire–4 Revised; por sus siglas SATAQ-4R, destinada al análisis

de actitudes socioculturales relacionadas con la apariencia física.

Asimismo, se identificó el uso de la State Body Satisfaction o por sus siglas SBS, para medir la satisfacción corporal momentánea, la General Self-Efficacy Scale; por sus siglas GSES, para evaluar la autoeficacia percibida, la Social Media Appearance Preoccupation Scale o SMAP por sus siglas, enfocada en la preocupación por la apariencia en redes sociales, y la Objectified Body Consciousness Scale por sus siglas OBCS, empleada para analizar los niveles de conciencia corporal objetivada.

Uso de redes sociales con la dimensión de autoconcepto familiar en la adolescencia

Zhang (2023) evaluó la relación entre la socialización en redes y la salud mental en adolescentes, con mediación de la calidad de la amistad y las relaciones familiares. Usó un diseño transversal con un cuestionario de tipo self formulated ítems que fue previamente validado y aplicado en cuatro escuelas de Hubei, China, mediante muestreo estratificado por clases. Se obtuvieron 775 casos válidos de 12 a 18 años (51.6% hombres). Las variables se midieron con ítems Likert del mismo formulario con indicadores de: uso activo; autopresentación positiva y honesta, recibir feedback positivo, uso pasivo; frecuencia de visita, comparación social ascendente, amigos que navegan, amistad, relaciones familiares y salud mental; satisfacción vital, soledad, depresión (Zhang, 2023).

En el modelo de ecuaciones estructurales, el uso activo de redes sociales se asoció con mejor salud mental y con mayor calidad de la amistad, pero también con relaciones familiares más deterioradas. El uso activo se vinculó con mayor calidad de amistad y con peores relaciones familiares, mientras que el uso pasivo se asoció con menores niveles de ambas. Hubo mediación parcial: el uso activo se relacionó con mejor salud mental vía amistad, pero con peor salud mental vía relaciones familiares; el uso pasivo se relacionó con peor salud mental a través de ambas vías (Zhang, 2023).

El autor recomienda fomentar uso activo y reducir uso pasivo, y limita la inferencia por muestra, autoinforme y falta de seguimiento; además, indica que no mide autoconcepto, por lo que el aporte es indirecto (Zhang, 2023). La investigación analizada sirve para diferenciar que el uso activo y el uso pasivo se relacionan de manera distinta con las relaciones familiares y que esas diferencias ayudan a entender condiciones que pueden influir en el autoconcepto familiar, aunque no se mida de forma directa.

Li (2025) analiza cómo el uso de redes sociales modifica las relaciones padre-hijo y entre pares en etapas juveniles, enfocándose en apego y dinámica emocional. El objetivo es describir impactos positivos y negativos de estas plataformas y proponer estrategias para potenciar beneficios y reducir riesgos. El trabajo es una revisión de literatura con apoyo de análisis de casos y ejemplos tomados de estudios previos. El procedimiento consiste en sintetizar hallazgos publicados y derivar recomendaciones (Li, 2025).

En los hallazgos sintetizados, se indica que el uso moderado de RS puede aumentar la interacción padre-hijo, apoyar colaboración en aprendizaje y facilitar retroalimentación parental que refuerza la confianza. También se describe que puede ampliar canales de apoyo entre pares dentro de la familia y sostener vínculos cuando hay barreras de tiempo o distancia. En contraste, se resumen riesgos: la interferencia del dispositivo se asocia con menos comunicación cara a cara y más conflicto familiar. Sin embargo, por su diseño, el artículo describe relaciones reportadas y no efectos causales (Li, 2025).

El artículo concluye que el impacto es dual y depende del grado y forma de uso, por lo que sugiere reglas de uso en casa, alfabetización digital en la escuela y participación conjunta de padres e hijos en actividades digitales (Li, 2025). Este trabajo aporta un marco práctico para leer cómo ciertas formas de uso pueden mejorar o empeorar la relación padre hijo y que esas condiciones familiares pueden acompañar cambios en autoestima y en cómo el adolescente se valora.

Mishra et al. (2025) estudiaron cómo el uso de redes sociales se vincula con la calidad de las relaciones familiares en jóvenes urbanos de Raipur, India. El objetivo fue describir cambios en patrones de comunicación, cercanía emocional y dinámicas intergeneracionales. Usaron un diseño mixto exploratorio con un cuestionario estructurado en Google Forms y preguntas abiertas para análisis temático. La muestra fue intencional, con 30 participantes de 15 a 25 años, de ambos sexos y de familias nucleares y conjuntas. Midieron plataformas usadas, duración diaria, uso para comunicarse con la familia, participación en chats familiares y percepciones de vínculos (Mishra et al., 2025).

Los resultados describen percepciones y frecuencias, por lo que indican relación descriptiva y no causal. Se reportó uso alto de WhatsApp e Instagram, y que una parte de la muestra usa redes más de 4 horas al día. Muchos indicaron que usan redes para comunicarse

con su familia y participar en chats familiares. Sobre efectos percibidos, una proporción relevante informó conflictos o malentendidos por redes, y que la interacción online reemplaza conversaciones cara a cara con frecuencia u ocasionalmente. En balance, más participantes percibieron debilitamiento que fortalecimiento de lazos familiares (Mishra et al., 2025).

El estudio concluye que las redes facilitan contacto y coordinación familiar, pero se asocian con menos interacción presencial, distanciamiento emocional y brechas intergeneracionales de comprensión; también señala que algunos jóvenes perciben que sus valores se forman por una combinación de familia y redes (Mishra et al., 2025). Este estudio aporta evidencia directa sobre cómo el uso se vive dentro de la familia y sugiere que, aunque puede facilitar contacto también puede reemplazar conversaciones presenciales y percibirse como un debilitamiento de los lazos lo que contextualiza el autoconcepto familiar.

He (2022) revisó evidencia sobre cómo factores familiares se asocian con la adicción a redes sociales en adolescentes. El objetivo fue discutir la relación familia–adicción y organizarla en tres focos: estilo de crianza, relaciones familiares y nivel socioeconómico. El trabajo es una revisión narrativa basada en estudios previos, el contexto institucional corresponde a la University of Melbourne y se presenta como síntesis para orientar a padres, profesionales de salud e intervenciones; no se reporta medición de autoconcepto (He, 2022).

Según la evidencia sintetizada, el artículo describe asociaciones entre mayor apoyo y comunicación parental y menor adicción a redes, y sugiere que la falta de aceptación, respuesta o apoyo familiar se vincula con buscar compensación emocional en redes. También resume que relaciones familiares disfuncionales, incluidos conflicto y divorcio parental, se han relacionado con mayor uso adictivo en algunos estudios, aunque otros no encuentran una relación clara. En el eje socioeconómico, compila resultados donde menor educación parental, familias monoparentales y bajos ingresos se asocian con más exposición y uso intensivo; el control y mediación parental se plantea como factor vinculado a menor adicción (He, 2022).

El artículo concluye que considerar la familia es clave para prevenir y abordar la adicción a redes en adolescentes, y que se requieren más estudios directos sobre determinantes familiares e intervenciones específicas (He, 2022). Esta síntesis ayuda a ubicar variables familiares que se asocian con uso problemático y eso es útil para entender el dominio familiar como un factor que puede empujar o proteger frente a patrones de uso que se vinculan con

bienestar y autovaloración.

Ahmadi y Rahimi (2024) exploraron cómo la dinámica familiar se relaciona con el uso de redes sociales en la adolescencia. El estudio utilizó un diseño cualitativo con entrevistas semiestructuradas en Teherán, Irán. Participaron 18 personas: 9 adolescentes de 12 a 18 años (media 15,2; 5 mujeres y 4 hombres) y 9 familiares (6 madres y 3 padres). Las entrevistas cara a cara duraron 45 a 60 minutos, se grabaron y se analizaron en NVivo mediante análisis temático. Se indagó frecuencia y patrones de uso, plataformas y experiencias familiares vinculadas al uso (Ahmadi y Rahimi, 2024).

Los hallazgos describen asociaciones percibidas y no efectos causales. Se señaló que, en familias con comunicación abierta, apoyo emocional y bajo conflicto, el uso fue más manejable y con menos malestar psicológico; en familias con mayor conflicto o bajo apoyo, se reportó uso problemático, incluido exceso de tiempo en línea, ansiedad y menor autoestima. También se describió que usar redes para validación y comparación social se vinculó con más presión y malestar, y que la actividad online puede generar conflictos por límites, privacidad y supervisión (Ahmadi y Rahimi, 2024).

El estudio concluye que el funcionamiento familiar actúa como factor protector o de riesgo, y reconoce limitaciones por muestra pequeña, autoinforme y enfoque en una sola ciudad (Ahmadi-Shooli y Rahimi, 2024). Este estudio muestra que el clima familiar puede funcionar como riesgo o protección porque cuando hay apoyo y comunicación el uso se percibe más manejable y cuando hay conflicto aparece más uso problemático y más malestar con impacto posible en la valoración de uno mismo.

Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto familiar

En los resultados revisados no se encontró una relación directa entre el uso de redes y el autoconcepto familiar como tal. Más bien, la parte familiar aparece a través de la calidad de la relación en casa, la comunicación y el conflicto. En ese marco, el uso activo se asoció con mejor salud mental y con amistades de mayor calidad, pero también con relaciones familiares más deterioradas. En cambio, el uso pasivo se vinculó con peores relaciones familiares y peor salud mental (Zhang, 2023). Esto sugiere que el efecto cambia según si la persona usa redes de forma activa o solo consume contenido.

Otras investigaciones describen un impacto mixto, que depende de cuánto y cómo se use. Un uso moderado puede ayudar a que haya más interacción entre padres e hijos y también facilitar cierta retroalimentación parental, pero cuando el celular interfiere en la convivencia, suele haber menos comunicación cara a cara y más conflicto (Li, 2025). En jóvenes urbanos, WhatsApp e Instagram se usan para comunicarse y participar en chats familiares, aunque también se reportan discusiones y la sensación de que lo online reemplaza conversaciones presenciales, con un balance más negativo que positivo (Mishra et al., 2025). Además, cuando hay apoyo y comunicación parental, suele aparecer menos uso adictivo, mientras que el conflicto o el bajo apoyo se relacionan con uso problemático y malestar (He, 2022; Ahmadi y Rahimi, 2024).

Los indicadores que se repiten en estos hallazgos incluyen un uso activo que se refleja en autopresentación positiva u honesta y en recibir feedback positivo, y un uso pasivo marcado por visitas frecuentes y comparación social ascendente (Zhang, 2023). También aparecen la duración diaria y el exceso de tiempo en línea, el uso de WhatsApp e Instagram para comunicarse con la familia, la participación en chats familiares y la interferencia del dispositivo en la convivencia (Mishra et al., 2025; Li, 2025). En cualitativos, se menciona el uso para buscar validación y compararse, junto con conflictos por límites, privacidad y supervisión (Ahmadi y Rahimi, 2024).

Las investigaciones analizadas para la elaboración de esta sección de resultados utilizaron, en su mayoría, instrumentos basados en preguntas diseñadas por los propios autores, las cuales fueron sometidas previamente a procesos de validación para garantizar su fiabilidad y pertinencia metodológica.

Uso de redes sociales con la dimensión de autoconcepto social en la adolescencia

Pouwels et al. (2021) analizaron si el uso de redes sociales se relaciona con la cercanía con amistades cotidianas en la vida diaria adolescente. Fue un estudio pre registrado con muestreo de experiencias en Países Bajos, con 387 estudiantes; 54% chicas; edad media 14.11; 96% neerlandeses, de distintas trayectorias educativas. Durante 3 semanas respondieron 6 veces al día en una app sobre uso en la hora previa de Instagram, WhatsApp y Snapchat, y sobre cercanía momentánea con amigos cercanos mediante un ítem en escala 1–7. Se obtuvieron 34,930 reportes y se aplicaron modelos multinivel (Pouwels et al., 2021).

Los resultados variaron según la forma de análisis. Cuando se comparó a los adolescentes entre sí, quienes usaban más WhatsApp y mantenían más contacto con amigos cercanos por Instagram tendían a reportar mayor cercanía con sus amistades. Sin embargo, cuando se analizaron los cambios en un mismo adolescente a lo largo del día, usar Instagram en la hora previa se asoció con una menor sensación momentánea de cercanía con los amigos. En el caso de WhatsApp, también se observó una asociación negativa pequeña en uno de los modelos (Pouwels et al., 2021).

El estudio concluye que, en promedio, el uso de redes sociales no aumentó la cercanía con las amistades en los momentos evaluados, y que sus efectos fueron distintos entre los adolescentes (Pouwels et al., 2021). En esta revisión, este estudio muestra que la relación entre el uso de redes sociales y la cercanía con las amistades no es uniforme, ya que cambia según se comparen distintos adolescentes o los cambios cotidianos de un mismo adolescente. Esto sugiere que la dimensión social del autoconcepto puede variar según las experiencias diarias.

Luijten et al. (2022) evaluaron si el uso de redes sociales y la calidad de la amistad se asocian con problemas internalizantes y bienestar adolescente, y si difiere por género. Fue un estudio longitudinal que comprendió los años 2018 y 2019 en escuelas de Países Bajos, con 1,298 estudiantes de 11 a 17 años con media de 13.7 años y el 53.2% eran chicas. El uso de redes se midió con un ítem sobre tiempo en redes. Los problemas internalizantes se midieron con el RCADS-25, el bienestar con el MHC-SF y la calidad de amistad con subescalas del NRI; se aplicaron cuestionarios en línea en el aula (Luijten et al., 2022).

Se observó que, de forma transversal, mayor uso de redes se asoció con más problemas internalizantes; síntomas de ansiedad y depresión, y este vínculo apareció en chicas, pero no en chicos. En bienestar, las chicas con mayor uso reportaron menor bienestar. La calidad de amistad se asoció con menos problemas internalizantes y con mayor bienestar, y además predijo bienestar un año después. No hubo evidencia de que el uso de redes predijera cambios longitudinales, ni interacción entre uso y calidad de amistad. Por ello, los hallazgos son principalmente asociativos y no informan causalidad (Luijten et al., 2022).

El estudio concluye que el uso de redes y la calidad de la amistad tienen roles únicos, con implicaciones sensibles al género, y reconoce como límite la ausencia de medidas de autoconcepto (Luijten et al., 2022). Este estudio refuerza que la calidad de la amistad es un

contexto clave cuando se interpreta el uso de redes y el bienestar especialmente en chicas lo que orienta a considerar esa variable al estudiar el autoconcepto social.

Li y Li (2024) evaluaron si la exposición a videos cortos en redes sociales influye en la conducta prosocial adolescente y si este efecto depende de la orientación de valor social. Realizaron dos experimentos de laboratorio entre sujetos en Shanghái, China, con estudiantes de secundaria reclutados por conveniencia: Estudio 1 con $n=148$; edad media 16.29, y Estudio 2 con $n=152$; edad media 15.28. Manipularon el tipo de video; prosocial vs neutral, y, luego, recompensa vs castigo del mismo acto prosocial mediante subtítulos. Midieron orientación de valor social con el Social Value Orientation Slider Measure y la conducta prosocial con una donación real en línea (Li y Li, 2024).

Ver videos prosociales se asoció con mayor donación que ver videos neutrales, y el efecto fue claro en participantes con orientación prosocial, mientras que en pro-self no se observó una diferencia relevante. En el segundo experimento, la condición de recompensa se vinculó con mayor donación que la de castigo, y este contraste afectó sobre todo a participantes pro-self; los participantes prosociales se mantuvieron sin cambios destacables según la consecuencia (Li y Li, 2024).

El artículo interpreta que la exposición a videos cortos y el tipo de consecuencia presentada pueden modular conductas prosociales, dependiendo de la orientación de valor social (Li y Li, 2024). Estos experimentos aportan que el contenido social que se consume y cómo se presenta puede cambiar conductas prosociales y eso sirve como antecedente para entender efectos indirectos sobre el dominio social del autoconcepto.

Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez (2023) indagaron cómo la apropiación y el uso de redes sociales virtuales se relacionan con la construcción del sí mismo en adolescentes escolares. Realizaron un estudio cualitativo con teoría fundamentada e interaccionismo simbólico en 2016–2017, en El Carmen de Viboral, cerca de Medellín, Colombia. Participaron 19 estudiantes de décimo grado con teléfono inteligente y acceso a Internet. Los autores, recolectaron información mediante entrevistas semiestructuradas y tres grupos focales; las sesiones se grabaron, transcribieron y se analizaron con comparación constante y codificación abierta, axial y selectiva hasta saturación (Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez, 2023).

En los relatos, la identidad se ubicó en interacciones con familia, amistades y grupos de interés, y las redes aparecieron como mediadoras de comunicación, información y entretenimiento. Algunos participantes señalaron que el sí mismo es más que lo físico y se describieron por rasgos, conductas y valores. Reportaron necesidad de conectarse para revisar novedades o chatear, y asociaron pasar muchas horas en redes con sentirse inútiles y con tensiones familiares por dedicar menos tiempo a la convivencia. También mencionaron exclusión si no usan ciertas plataformas y preocupaciones por privacidad e integridad por contenidos íntimos o sexuales que, según dijeron, afectan emocionalmente (Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez, 2023).

El artículo concluye que las redes significan comunicación y participación, pero su uso se acompaña de autoprotección y de una evaluación entre oportunidades y amenazas; identidad y relaciones se influyen en lo presencial y lo virtual (Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez, 2023). Este estudio cualitativo aporta cómo los adolescentes conectan el uso de redes con pertenencia identidad y tensiones familiares y sociales y eso complementa la evidencia cuantitativa para interpretar el autoconcepto social y familiar desde la experiencia cotidiana.

Análisis de la relación entre las redes sociales y el autoconcepto social

Luego de revisar la información disponible, se puede argumentar que la relación entre redes y vínculo con amistades no es igual para todos, y también cambia según cómo se analice. En promedio, los adolescentes que usaban más WhatsApp y tenían más contacto por Instagram con amigos cercanos tendían a sentir mayor cercanía general. Pero, dentro de una misma persona, usar Instagram en la hora previa se asoció con menor cercanía momentánea, estuviera o no con amigos, y en uno de los modelos WhatsApp mostró una relación negativa pequeña (Pouwels et al., 2021). Además, los efectos fueron muy distintos entre adolescentes, algunos mostraron vínculos negativos y otros positivos.

Por otro lado, también se observó que más tiempo en redes se asoció con más problemas internalizantes y menor bienestar, especialmente en mujeres adolescentes, mientras que la calidad de la amistad se relacionó con bienestar y lo predijo un año después, sin evidencia clara de efectos longitudinales del uso (Luijten et al., 2022). En dos experimentos, los videos cortos prosociales aumentaron la donación, y el efecto dependió de la orientación de valor social y del encuadre de recompensa o castigo (Li y Li, 2024). En relatos cualitativos, las redes se describen como un espacio que influye en pertenencia e identidad, pero también se asocia con exclusión,

privacidad y tensiones familiares, especialmente cuando se usan demasiadas horas (Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez, 2023).

En estos resultados, los indicadores más mencionados son la plataforma y el momento de uso, por ejemplo, usar Instagram, WhatsApp o Snapchat en la hora previa, y el contacto con amigos cercanos por Instagram (Pouwels et al., 2021). También aparece el tiempo total en redes considerado junto con la calidad de la amistad (Luijten et al., 2022). En experimentos, el indicador central es la exposición a videos prosociales frente a neutrales, junto con el encuadre de recompensa o castigo, según la orientación de valor social (Li y Li, 2024). En cualitativos, se mencionan actividades como revisar novedades, chatear, pasar muchas horas y sentir presión por usar plataformas para no quedar fuera (Giraldo-Giraldo y Gómez-Gómez, 2023).

Los estudios presentados incorporaron la Social Value Orientation Slider Measure para clasificar la orientación de valor social de los individuos en una investigación sobre comportamiento prosocial. No obstante, gran parte de la recolección de datos en otras investigaciones, se realizó mediante técnicas cualitativas, como entrevistas semiestructuradas validadas y grupos focales

Tabla de resumen

Redes sociales y dimensión de autoconcepto emocional			
Autores	Propósito	Tipo de estudio / diseño	Resultados
(Chen, 2025)	Evaluar cómo la retroalimentación en redes sociales afecta la autoestima del momento y si cambia según la edad	Experimento (interfaz simulada; asignación al azar a señales positivas/neutras/negativas)	Retroalimentación positiva: elevó la autoestima inmediata; retroalimentación negativa: la redujo; cambio más marcado en adolescentes; comparación social explicó parte; autenticidad percibida redujo el impacto
(Colasante et al., 2024)	Explorar si el uso momentáneo de redes sociales se relaciona con emociones negativas; navegación pasiva vs publicación activa	Muestreo de experiencias (14 días; 4 avisos diarios)	Navegación pasiva: aumento posterior de emociones negativas; publicar contenido: sin cambios; patrón general débil; varios resultados no concluyentes
(Ahmed et al., 2024)	Aclarar relación entre uso de redes sociales, salud mental y sueño en jóvenes	Revisión sistemática con metaanálisis (PRISMA; registrada; 182 estudios)	Uso general: relación pequeña con síntomas de depresión y ansiedad; uso problemático: asociaciones más claras con peor salud mental, menor bienestar y más dificultades de sueño; uso inicial: aumentos posteriores de depresión y ansiedad; depresión inicial: no predijo cambios posteriores de uso

(Lee et al., 2020)	Analizar si recibir poca aprobación en redes sociales genera malestar emocional y si aumenta en victimización escolar	Tres estudios (experimentos con interacción simulada; diarios; seguimiento meses)	Poca aprobación: más rechazo, afecto negativo y pensamientos negativos sobre sí mismos; mayor rechazo: más síntomas depresivos meses después; victimización previa: incrementa la probabilidad de afectación
(Gracia-Granados et al., 2020)	Estudiar si dificultades de regulación emocional se relacionan con uso problemático de redes y si depresión explica el vínculo	Transversal correlacional (cuestionarios en horario escolar)	Mejor regulación emocional: menos síntomas depresivos y menor probabilidad de uso problemático; más síntomas depresivos: reportes más altos de uso problemático; depresión explica parte (no por completo); asociaciones (sin causalidad)
Redes sociales y dimensión de autoconcepto percepción física			
Autores	Propósito	Tipo de estudio / diseño	Resultados (mínima expresión)
(Kvardova et al., 2025)	Evaluar si actividad centrada en la apariencia predice cambios posteriores en insatisfacción corporal y si se explica por internalización de ideales y comparación de apariencia	Longitudinal (3 mediciones; 6 meses entre olas)	Entre personas: más actividad de apariencia, más internalización de ideales y más comparación de apariencia; sin asociación clara con mayor insatisfacción corporal; dentro de la persona: aumentos en actividad de apariencia no predijeron aumentos posteriores; vínculos aislados y no consistentes
Demetriou et al. (2025)	Revisar evidencia sobre exposición a redes sociales, imagen corporal y bienestar emocional en adolescentes	Revisión (PubMed y Google Scholar; 26 investigaciones; sin protocolo reportado)	Uso frecuente y exposición a contenido centrado en apariencia: peor imagen corporal, menor autoestima, más ansiedad y depresión; vínculos con mayor riesgo de conductas relacionadas con trastornos alimentarios; comparación social y búsqueda de validación como vías relacionadas
(Gurtala y Fardouly, 2023)	Evaluar si el formato (Instagram vs TikTok; imágenes vs videos) cambia el impacto en autoevaluación corporal	Experimento en línea (asignación al azar; ideal de apariencia vs neutral)	Ideal de apariencia: menor satisfacción corporal, más ánimo negativo y auto cosificación; impacto similar en imágenes y videos; ideal poco editado: videos con caída mayor de satisfacción por percepción de mayor realismo
(Camacho-Vidal et al., 2023)	Examinar relación entre uso de Instagram y la autoimagen corporal en adolescentes, considerando supervisión familiar	Transversal por encuesta	Uso más intensivo: mayor vigilancia corporal, vergüenza corporal y preocupación por cómo se ve la ropa; falta de supervisión familiar: más comparación con otras personas y mayor sensibilidad a comentarios y reacciones; asociaciones (sin causalidad)
(Prichard et al., 2023)	Evaluar si ver imágenes de influencers en Instagram afecta el estado de ánimo y la satisfacción corporal, y si mayor exposición del cuerpo incrementa el efecto	Experimento (asignación al azar; moda vs lencería/bikini vs control)	Imágenes de influencers: peor estado de ánimo y mayor insatisfacción corporal; más comparación de apariencia y mayor auto cosificación; lencería/bikini: cambios más negativos; comparación de apariencia explicó parte importante
(Zerhouni et al., 2022)	Analizar si imágenes muy delgadas vs talla promedio cambian satisfacción corporal y si	Experimento (asignación al azar; pre-post)	Tipo de imagen: sin cambios consistentes; comparación ascendente: mayores descensos en satisfacción; más marcado al ver imágenes delgadas; regulación

depende de comparación social y autorregulación		emocional y autoeficacia modificaron el impacto	
Redes sociales y dimensión de autoconcepto relación familiar			
Autores	Propósito	Tipo de estudio / diseño	Resultados (mínima expresión)
(Li, 2025)	Describir impactos positivos y negativos del uso de redes sociales en relaciones padre-hijo y entre pares; proponer estrategias	Revisión de literatura (análisis de casos y ejemplos)	Uso moderado: aumenta interacción padre-hijo y facilita retroalimentación parental; interferencia del dispositivo: menos comunicación cara a cara y más conflicto familiar; comparación social y búsqueda de “likes”: menor autoestima y tensión relacional; sin efectos causales
(Mishra et al., 2025)	Describir cómo uso de redes sociales se vincula con la calidad de las relaciones familiares en jóvenes urbanos	Mixto exploratorio (cuestionario estructurado; preguntas abiertas; análisis temático)	Uso alto de WhatsApp e Instagram; uso para comunicarse y participar en chats familiares; conflictos o malentendidos; interacción online reemplaza conversaciones cara a cara; más percepción de debilitamiento que fortalecimiento; relación descriptiva (no causal)
(Shooli y Rahimi, 2024)	Explorar cómo la dinámica familiar se relaciona con uso de redes sociales en adolescencia	Cualitativo (entrevistas semiestructuradas; análisis temático en NVivo)	Comunicación abierta y apoyo emocional: uso más manejable y con menos malestar psicológico; mayor conflicto o bajo apoyo: uso problemático, ansiedad y menor autoestima; validación y comparación social: más presión y malestar; conflictos por límites, privacidad y supervisión
(Zhang, 2023)	Evaluar la relación entre socialización en redes y salud mental, con mediación de la calidad de la amistad y las relaciones familiares	Transversal (cuestionarios; modelo de ecuaciones estructurales)	Uso activo: mejor salud mental; uso pasivo: peor salud mental; uso activo: mayor calidad de amistad y peores relaciones familiares; uso pasivo: menores niveles de ambas; mediación parcial vía amistad y vía relaciones familiares; no mide autoconcepto (aporte indirecto)
(He, 2022)	Revisar evidencia sobre cómo factores familiares se asocian con adicción a redes sociales en adolescentes	Revisión narrativa	Mayor apoyo y comunicación parental: menor adicción; falta de aceptación, respuesta o apoyo: compensación emocional en redes; relaciones familiares disfuncionales: mayor uso adictivo en algunos estudios; menor educación parental, familias monoparentales y bajos ingresos: más exposición y uso intensivo; no mide autoconcepto
Redes sociales y dimensión de autoconcepto relación social			
Autores	Propósito	Tipo de estudio / diseño	Resultados (mínima expresión)
(Li y Li, 2024)	Evaluar si la exposición a videos cortos influye en la conducta prosocial adolescente y si depende de la orientación de valor social	Dos experimentos de laboratorio (video prosocial vs neutral; recompensa vs castigo)	Videos prosociales: mayor donación que videos neutrales; efecto claro en orientación prosocial; recompensa: mayor donación que castigo (sobre todo en pro-self); depende de orientación de valor social
(Giraldo y Gómez, 2023)	Indagar cómo la apropiación y el uso de redes sociales virtuales se relacionan con la construcción del sí mismo en adolescentes escolares	Cualitativo (teoría fundamentada; entrevistas y grupos focales; codificación abierta, axial y selectiva)	Redes como mediadoras de comunicación, información y entretenimiento; necesidad de conectarse; pasar muchas horas: sentirse inútiles; exclusión si no usan plataformas; tensiones familiares por menos convivencia; preocupaciones por

			privacidad e integridad por contenidos íntimos o sexuales (afectan emocionalmente)
(Luijten et al., 2022)	Evaluar si uso de redes sociales y calidad de la amistad se asocian con problemas internalizantes y bienestar adolescente, y si difiere por género	Longitudinal (2018–2019; cuestionarios en aula)	Transversal: mayor uso, más problemas internalizantes (chicas sí, chicos no); chicas con mayor uso, menor bienestar; calidad de amistad: menos problemas internalizantes y mayor bienestar; calidad de amistad predijo bienestar un año después; uso no predijo cambios longitudinales; no mide autoconcepto
(Pouwels et al., 2021)	Analizar si el uso de redes sociales se relaciona con la cercanía con amistades cercanas en la vida diaria adolescente	Pre registrado; muestreo de experiencias (3 semanas; 6 veces/día; modelos multinivel)	Entre personas: más WhatsApp y más contacto por Instagram, mayor cercanía promedio; dentro de la persona: usar Instagram en la hora previa, menor cercanía momentánea; grandes diferencias individuales; no mide autoconcepto

Conclusiones

Los resultados de esta revisión bibliográfica permiten concluir que sí existe una relación entre el uso de redes sociales y las distintas dimensiones del autoconcepto en adolescentes. Sin embargo, dicha relación no es uniforme ni depende únicamente del tiempo de uso, sino del tipo de actividad realizada, del contenido consumido, de la retroalimentación social recibida y de las características personales y contextuales de cada adolescente. En este sentido, el uso de redes sociales no actúa de forma aislada, sino en interacción con factores de vulnerabilidad individual y del entorno.

En relación con el primer objetivo específico, la evidencia revisada muestra que los efectos más consistentes se concentran en las dimensiones física y emocional. En la dimensión física, la exposición a ideales corporales, contenido de influencers y publicaciones sexualizadas o percibidas como más realistas se asoció con menor satisfacción corporal, mayor comparación de apariencia y mayor auto cosificación. En la dimensión emocional, la navegación pasiva, la baja aprobación social, el monitoreo del feedback y el uso problemático se vincularon con mayor malestar, emociones negativas y sintomatología depresiva o ansiosa.

En la dimensión social, los hallazgos fueron más variables, pues dependieron de la plataforma, del momento de uso y de la calidad de la amistad. En la dimensión familiar, no se identificó una relación directa con el autoconcepto familiar, pero sí asociaciones indirectas mediadas por la comunicación, el conflicto y la supervisión parental. En conjunto, la comparación social emergió como uno de los mecanismos más relevantes para explicar estas relaciones.

Respecto al segundo objetivo específico, se concluye que los indicadores más vinculados con variaciones en el autoconcepto no se limitan al tiempo de uso. Los estudios revisados otorgaron mayor relevancia al uso pasivo, a la exposición a señales de aprobación o desaprobación, como likes y comentarios, al monitoreo constante de reacciones, al consumo de contenido centrado en la apariencia y a la exposición a influencers. Asimismo, la plataforma utilizada, el momento del día en que ocurre el uso y aspectos del entorno familiar, como apoyo, supervisión o conflicto, también aparecieron como indicadores relevantes. Por tanto, el tiempo en pantalla resulta insuficiente para explicar por sí solo las variaciones observadas en el autoconcepto adolescente.

La evidencia disponible fue más sólida para describir efectos inmediatos o asociaciones concurrentes que para establecer cambios estables a lo largo del tiempo. Los estudios experimentales mostraron efectos inmediatos sobre el malestar emocional y la satisfacción corporal, mientras que los estudios longitudinales no siempre confirmaron trayectorias uniformes. Por ello, se requieren investigaciones longitudinales con medidas más homogéneas que permitan precisar cómo, en qué condiciones y con qué intensidad el uso de redes sociales influye en el autoconcepto durante la adolescencia.

Entre las limitaciones de esta revisión bibliográfica, se identificó que existen pocas investigaciones que utilicen un mismo estándar o un instrumento común de recolección de datos, lo que dificulta comparar resultados de forma directa. Además, la metodología de los estudios encontrados es diversa en cuanto a diseños, muestras, formas de medir el uso de redes y variables asociadas, por lo cual la síntesis se apoya más en tendencias generales. Asimismo, las dimensiones menos específicas, como la familiar y la social, no siempre presentaron un proceso estandarizado de medición equivalente al empleado en el autoconcepto, lo que refuerza la necesidad de estudios futuros con medidas más estandarizadas que permita una comparación acorde.

En cuanto al aporte clínico-práctico, esta revisión bibliográfica muestra un punto central: el tiempo en pantalla, por sí solo, no parece ser un factor determinante en los cambios del autoconcepto. Más bien, el impacto se relaciona con las formas de uso que adopta el adolescente. Esto orienta la práctica hacia un tamizaje más sistemático del uso problemático, la insatisfacción corporal y el malestar emocional, junto con estrategias de psicoeducación dirigidas a adolescentes y cuidadores sobre consumo crítico de contenido y manejo de la

retroalimentación social.

Referencias

- Ahmed, O., Walsh, E. I., Dawel, A., Alateeq, K., Espinoza Oyarce, D. A., & Cherbuin, N. (2024). Social media use, mental health and sleep: A systematic review with meta-analyses. *Journal of Affective Disorders*, 367, 701-712. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2024.08.193>
- Azhari, A., Toms, Z., Pavlopoulou, G., Esposito, G., & Dimitriou, D. (2022). Social media use in female adolescents: Associations with anxiety, loneliness, and sleep disturbances. *Acta Psychologica*, 229, 103706. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103706>
- Camacho-Vidal, P., Díaz-López, A., & Sabariego-García, J.-A. (2023). Relación entre el uso de Instagram y la imagen corporal de los adolescentes. *Apuntes de Psicología*, 41(2), 117-122. <https://doi.org/10.55414/ap.v41i2.1537>
- Chen, Y-H. (2025). A comparative study of state self-esteem responses to social media feedback loops in adolescents and adults. *Frontiers in Psychology*, 16. 1625771. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1625771>
- Colasante, T., Faulkner, K., Kharbotli, D., Malti, T., & Hollenstein, T. (2024). Bidirectional Associations of Adolescents' Momentary Social Media Use and Negative Emotions. *Affective Science*, 5(4), 300-309. <https://doi.org/10.1007/s42761-024-00244-2>
- Danielsen, H. E., Finserås, T. R., Andersen, A. I. O., Hjetland, G. J., Woodfin, V., & Skogen, J. C. (2024). Mirror, mirror on my screen: Focus on self-presentation on social media is associated with perfectionism and disordered eating among adolescents. Results from the «LifeOnSoMe»-study. *BMC Public Health*, 24(1), 2466. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-19317-9>
- Demetriou M, Anagnostopoulou V, Markatis V, Peyioti M, Argitis P. The Impact of Social Media on Adolescent Body Image: A Comprehensive Review. *Eur Psychiatry*. 2025 Aug 26;68(Suppl 1):S548. doi: <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2025.1124>
- Esnaola, I., Sesé, A., Antonio-Agirre, I., & Azpiazu, L. (2020). The Development of Multiple Self-Concept Dimensions During Adolescence. *Journal of Research on Adolescence*, 30(S1), 100-114. <https://doi.org/10.1111/jora.12451>
- Giraldo, Y. D. G., & Gómez, M. M. G. (2023). Ser adolescente y las relaciones mediadas por las redes sociales en Internet. *Hacia la Promoción de la Salud*, 28(1), 21-36.

<https://doi.org/10.17151/hpsal.2023.28.1.3>

- Gracia Granados, B., Quintana-Orts, C. L., & Peña, L. R. (2020). Regulación emocional y uso problemático de las redes sociales en adolescentes: El papel de la sintomatología depresiva. *Health and Addictions/Salud y Drogas*, 20(1), 77-86. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i1.473>
- Gurtala, J. C., & Fardouly, J. (2023). Does medium matter? Investigating the impact of viewing ideal image or short-form video content on young women's body image, mood, and self-objectification. *Body Image*, 46, 190-201. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.06.005>
- He, Q. (2022). The Relationship between Family and Social Media. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 670, 318-322. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220704.058>
- Hederich-Martínez, C., Portilla Maya, S. R. de la, Montoya Londoño, D. M., Hederich-Martínez, C., Portilla Maya, S. R. de la, & Montoya Londoño, D. M. (2022). Características psicométricas de la escala de autoconcepto AF5 en estudiantes universitarios de la ciudad de Manizales. *Psychologia. Avances de la Disciplina*, 16(1), 57-70. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1900-23862022000100057
- Kvardova, N., Machackova, H., Maes, C., & Vandebosch, L. (2025). Navigating Beauty Standards on Social Media: Impact of Appearance Activity on Adolescents' Body Dissatisfaction. *Journal of Youth and Adolescence*, 54(8), 1999-2018. <https://doi.org/10.1007/s10964-025-02159-y>
- Lee, H. Y., Jamieson, J. P., Reis, H. T., Beevers, C. G., Josephs, R. A., Mullarkey, M. C., O'Brien, J. M., & Yeager, D. S. (2020). Getting Fewer «Likes» Than Others on Social Media Elicits Emotional Distress Among Victimized Adolescents. *Child Development*, 91(6), 2141-2159. <https://doi.org/10.1111/cdev.13422>
- Li, J. (2025). The Impact of Social Media on Parent-child and Peer Relationships. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*, 51, 95-101. <https://doi.org/10.54097/tddeqp60>
- Li, Q., & Li, N. (2024). Social Media and Adolescents' Prosocial Behavior: Evidence of the Interaction Between Short Videos and Social Value Orientation. *Psychology Research and Behavior Management*, 17, 3267-3281. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S469641>

- Luijten, C. C., van de Bongardt, D., & Nieboer, A. P. (2022). The Roles of Social Media Use and Friendship Quality in Adolescents' Internalizing Problems and Well-being. *Journal of Happiness Studies*, 23(7), 3161-3178. <https://doi.org/10.1007/s10902-022-00539-w>
- Mishra, M., Sahu, N., Mishra, Mandavi, & Awinashi, A. (2025). A Sociological Study of Social Media's Impact on Family Relationships Among Urban Youth. *IJFMR - International Journal For Multidisciplinary Research*, 7(2). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2025.v07i02.42682>
- Montag, C., Demetrovics, Z., Elhai, J. D., Grant, D., Koning, I., Rumpf, H.-J., M. Spada, M., Throuvala, M., & van den Eijnden, R. (2024). Problematic social media use in childhood and adolescence. *Addictive Behaviors*, 153, 107980. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2024.107980>
- OECD. (2025, mayo 15). Introduction and main findings: How's Life for Children in the Digital Age? [Institucional]. https://www.oecd.org/en/publications/how-s-life-for-children-in-the-digital-age_0854b900-en/full-report/introduction-and-main-findings_67c79516.html
- Organización Mundial de la Salud. (2024). Teens, screens and mental health [Institucional]. <https://www.who.int/europe/news/item/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health>
- Pereira, R. B., Martini, T. C., Buchweitz, C., Kieling, R. R., Fisher, H. L., Kohrt, B. A., Mondelli, V., & Kieling, C. (2024). Self-reported social media use by adolescents in Brazil: A school-based survey. *Trends in Psychiatry and Psychotherapy*, 46, e20220545. <https://doi.org/10.47626/2237-6089-2022-0545>
- Peters, S., Van der Crujisen, R., van der Aar, L. P. E., Spaans, J. P., Becht, A. I., & Crone, E. A. (2021). Social media use and the not-so-imaginary audience: Behavioral and neural mechanisms underlying the influence on self-concept. *Developmental Cognitive Neuroscience*, 48, 100921. <https://doi.org/10.1016/j.dcn.2021.100921>
- Pouwels, J. L., Valkenburg, P. M., Beyens, I., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and friendship closeness in adolescents' daily lives: An experience sampling study. *Developmental Psychology*, 57(2), 309-323. <https://doi.org/10.1037/dev0001148>
- Prichard, I., Taylor, B., & Tiggemann, M. (2023). Comparing and self-objectifying: The effect of sexualized imagery posted by Instagram Influencers on women's body image. *Body*

- Image, 46, 347-355. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.07.002>
- Shooli, Z. A., & Rahimi, L. (2024). Adolescent Family Dynamics and the Role of Social Media in Shaping Relationships. *Journal of Adolescent and Youth Psychological Studies (JAYPS)*, 5(12), 141-148. <https://doi.org/10.61838/kman.jayps.5.12.16>
- UNICEF. (2021). The state of the world's children 2021: On my mind [Institucional]. <https://www.unicef.org/media/108126/file/SOWC-2021-Latin-America-and-the-Caribbean-regional-brief.pdf>
- Valkenburg, P., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social Media Use and Adolescents' Self-Esteem: Heading for a Person-Specific Media Effects Paradigm. *Journal of Communication*, 71(1), 56-78. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa039>
- Zerhouni, O., Flaudias, V., Barré, M., & Rodgers, R. F. (2022). The effects of exposure to social media images of thin and average size women on body satisfaction among young women: Emotion regulation and self-efficacy as modulating factors. *Body Image*, 43, 292-300. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.011>
- Zhang, X. (2023). The Impact of Online Socialization on Adolescent Mental Health: The Mediating Role of Friendship Quality and Family Relationships. *New Directions for Child and Adolescent Development*, 2023(1), 7007025. <https://doi.org/10.1155/2023/7007025>

Leslye Johanna Ortega Ojeda portador(a) de la cédula de ciudadanía N° **1104595556**. En calidad de autor/a y titular de los derechos patrimoniales del trabajo de titulación **“Redes sociales y autoconcepto en adolescentes.”** de conformidad a lo establecido en el artículo 114 Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación, reconozco a favor de la Universidad Católica de Cuenca una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial de la obra, con fines estrictamente académicos y no comerciales. Autorizo además a la Universidad Católica de Cuenca, para que realice la publicación de éste trabajo de titulación en el Repositorio Institucional de conformidad a lo dispuesto en el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Cuenca, **06 de abril de 2026**

F: 
Leslye Johanna Ortega Ojeda

C.I. 1104595556