

INFLUENCIA DE LAS REDES SOCIALES EN LA AUTOESTIMA Y PERCEPCION CORPORAL DE LOS ADOLESCENTES EN EL CONTEXTO IBEROAMERICANO

Paula Andrea Grueso Villota
ID: 884166

Director Monografía
José Alirio Parra Guarnizo

Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO
Rectoría Bogotá, Facultad de Ciencias Humanas y Sociales
Programa de Psicología modalidad Distancia

Fecha 28 de abril de 2026

Resumen

Antecedentes: Esta revisión narrativa analiza la influencia del uso de redes sociales en la autoestima y la percepción corporal de adolescentes iberoamericanos, considerando tipo de uso, género y validación digital.

Métodos: Se incluyeron estudios empíricos publicados entre 2017–2025 en Scopus, SciELO y Dialnet (última búsqueda: marzo de 2026). Se seleccionaron investigaciones con adolescentes de 12–18 años que evaluaran redes sociales, autoestima, ansiedad o imagen corporal. Se excluyeron revisiones teóricas, textos incompletos y muestras de personas adultas. Se evaluó el riesgo de sesgo considerando el diseño, tamaño de muestra e instrumentos válidos. Los resultados se sintetizaron extrayendo los datos, análisis de correlaciones y síntesis porcentual.

Resultados: Se analizaron 16 estudios con más de 8,000 participantes. El 81% mostro asociación entre el uso de las redes y la baja autoestima, el 69% comparación social frecuente y el 63% mostro un impacto emocional negativo. Las correlaciones promedio fueron: redes–autoestima ($r = -0.44$), redes–ansiedad ($r = 0.43$), redes–imagen corporal ($r = -0.39$) y adicción a redes–autoestima ($r = -0.55$). Los efectos fueron predominantemente moderados y mostrando mayor afectación en personas que usan las redes de manera intensiva y pasiva.

Discusión: La mayoría de los estudios coincidieron en que el uso intensivo y pasivo de las redes sociales se relaciona con menor autoestima y peor percepción corporal. Compararse constantemente y buscar aprobación mediante “likes” puede afectar el bienestar emocional. Esto muestra la necesidad de implementar educación digital, prevención temprana y promover un uso más equilibrado de las redes sociales.

Palabras clave: *redes sociales, autoestima, imagen corporal, adolescentes, comparación social.*

Abstract

Background: This narrative review examines the influence of social media use on self-esteem and body image in Ibero-American adolescents.

Methods: Empirical studies (2017–2025) were retrieved from Scopus, SciELO and Dialnet (last search: March 2026). Inclusion criteria were adolescents aged 12–18 assessing social media use and self-esteem, anxiety or body image. Risk of bias was assessed narratively. Results were synthesized through data extraction, correlation analysis and percentage synthesis.

Results: Sixteen studies including over 8,000 participants were analyzed. 81% reported lower self-esteem, 69% social comparison and 63% negative emotional impact. Average correlations were: social media–self-esteem ($r = -0.44$), anxiety ($r = 0.43$), body image ($r = -0.39$), and addiction–self-esteem ($r = -0.55$).

Discussion: Most studies agree that intensive and passive social media use is linked to lower self-esteem and poorer body image, highlighting the need for digital literacy and prevention.

Keywords: *social media, self-esteem, body image, adolescents, social comparison.*

Contenido

Resumen	1
Abstract	4
Introducción	8
Planteamiento del problema	10
Justificación	13
Antecedentes teóricos	15
Objetivos.....	22
Objetivo General	22
Objetivos Específicos.....	22
Diseño Metodológico	23
Línea de investigación	23
Tipo de investigación	24
Metodología	24
Técnicas de recolección de información	26
Técnicas de análisis de información	33
Consideraciones éticas	¡Error! Marcador no definido.
Resultados y análisis	38
Conclusiones	71
Referencias	73

Lista de figuras

Diagrama de prisma.....	38
-------------------------	----

Lista de tablas

Estudios con enfoque metodológico mixto incluidos en la revisión y justificación de su uso.....	49
Instrumentos utilizados en los estudios, número de investigaciones, tipo de estudio y observaciones metodológicas	53
Rangos de edad y características de los participantes de los estudios incluidos.....	54
Variables analizadas en los estudios clasificadas por dimensiones cognitivas, afectivas, conductuales y sociales.....	56
Tipos de muestreo utilizados en los estudios revisados.....	56
Artículos excluidos de la revisión y justificación de exclusión.....	63
Resultados estadísticos de los estudios incluidos sobre redes sociales, autoestima y percepción corporal en adolescentes.....	65
Promedios globales, rangos de correlación y magnitud del efecto entre uso de redes sociales y variables psicológicas.....	68
Síntesis porcentual global de tendencias encontradas en los estudios revisados.....	71
Síntesis de resultados cualitativos y observaciones principales de los estudios.....	72

Introducción

En los últimos años, el uso de las redes sociales se ha convertido en una de las principales plataformas para interactuar y socializar de los adolescentes. Plataformas como Instagram, TikTok y Facebook hacen parte de su vida cotidiana e influyen de forma importante en el proceso de construcción de su identidad, autoestima y la percepción de su propio cuerpo (Campodónico y Aucapiña, 2024, Bernal Párraga et al. 2025).

Esta influencia se vuelve más importante durante la adolescencia, ya que es una etapa del desarrollo que se caracteriza por cambios físicos, emocionales y sociales, en la cual los adolescentes viven con mayor sensibilidad la comparación social y la búsqueda de aprobación social (Erikson, 1968 y Papalia 2017).

Para comprender mejor este fenómeno, es importante ver la etapa del desarrollo en la que ocurre. Desde la teoría del desarrollo psicosocial Erikson (1968) planteaba que la adolescencia estaba centrada en la crisis de identidad frente a confusión de roles, durante este proceso el reconocimiento social y la validación externa juegan un papel fundamental. De igual manera Papalia (2017) explica que durante esta etapa la autoestima y la percepción corporal están en plena construcción y con una alta probabilidad de ser influenciados por factores socioculturales, entre ellos las redes sociales.

Hay estudios recientes que nos hablan de que el uso frecuente de las redes sociales se asocia con niveles más bajos de autoestima, mayor insatisfacción corporal y es un factor para desarrollar un efecto negativo emocional en los adolescentes (Bernal Párraga et al. 2025, Campodónico y Aucapiña, 2024). Todos estos efectos pueden estar relacionados con exponerse constantemente a imágenes y estilos de vida idealizados y a estándares de belleza

que se encuentran en el mundo digital o poco comunes dentro del día a día, influyendo en gran manera en la comparación social y la evaluación negativa del propio cuerpo y la vida.

En el contexto iberoamericano, varias investigaciones muestran que estos procesos se refuerzan por las presiones sociales que implican la apariencia física y por el uso desmedido de las redes sociales, lo que incrementa su impacto negativo en la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes (Campodónico y Aucapiña, 2024; Andrés et al., 2024; Bernal Párraga et al., 2025).

Considerando todo esto, esta monografía se puede desarrollar en el campo de la psicología educativa, clínica y de la salud, y adopta el enfoque cognitivo-conductual para analizar cómo los procesos internos como las creencias, esquemas cognitivos, pensamientos y demás asociados al uso de redes sociales influyen en la autoestima y la percepción corporal. Desde esta perspectiva, exponerse constantemente a estándares tanto físicos como relacionados con estilos de vida y buscar validación en el mundo digital como los “me gusta”, comentarios e interacciones, pueden influir grandemente en la aparición de distorsiones cognitivas que afectan el bienestar emocional de los adolescentes (Alcantara 2020); Bernal Párraga et al., 2025).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, esta investigación se presenta como una monografía basada en una revisión narrativa de literatura científica iberoamericana publicada entre 2017 y 2025, en bases de datos como Scopus y Dialnet, con estudios en español centrados en adolescentes de 12 a 18 años.

Planteamiento del problema

Hoy en día, usar las redes sociales se ha vuelto uno de los fenómenos más influyentes entre los adolescentes, ya que día a día están presentes en sus vidas, siendo un mundo abierto y fácil para socializar aunque no sea directamente hablando con otras personas da la sensación de vivirlo y estar conectados con el mundo, ahí se encuentran opiniones iguales, creencias compartidas, gustos similares, historias de vida, relaciones, sucesos y todo lo que pueda publicarse en las redes sociales y sobre todo en la formación de la identidad y la búsqueda de aprobación. (Andrés et al., 2024). Plataformas como Instagram, TikTok y Facebook no solo ayudan a interactuar con amigos, conocidos, vivir un mundo paralelo, estar informados de todos los sucesos del mundo, sino que también muestran contenidos llenos de estándares estéticos idealizados, vidas perfectas y opciones que influyen en la valoración social como (likes, comentarios) que pueden afectar la autoestima y la percepción del propio cuerpo.

Muchos estudios han revelado que el uso frecuente de las redes sociales está relacionado con niveles más bajos de autoestima y con una mayor insatisfacción corporal en adolescentes. Se encuentran revisiones integrativas que también nos habla que quienes pasan más tiempo en estas plataformas y consumen contenidos relacionados con la apariencia y estilos de vida tienden a valorarse más bajo y a compararse constantemente con prototipos de belleza y estilos de vida poco realistas. (Casanova et al., 2025).

Estudios que han analizado estos fenómenos, han encontrado una relación significativa entre consumir contenidos que se enfocan en la imagen física y una baja percepción corporal de su mismos entre los adolescentes de varias poblaciones, especialmente en las mujeres. (Romero, 2024).

En el contexto iberoamericano, algunas investigaciones nos hablan de que están dinámicas están activas y predominando por las presiones socioculturales sobre la apariencia física y la poca educación digital. Por ejemplo, Colombia es uno de los países con más estereotipos de belleza, se promueve un cuerpo voluptuoso, inversiones altas en la estética y un cuidado excesivo de la apariencia. Todo esto aumenta en el impacto de las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal ya que se ve reforzado por el ideal de la sociedad. (Armaza Deza, 2023).

Sin embargo, a pesar de estos aportes, aún hay muchos vacíos en la literatura. Por un lado, hay pescados estudios que han explorado de manera integral cómo el uso de redes sociales, la autoestima y la percepción corporal se relacionan entre sí en contextos Iberoamericanos. Esto limita comprender este fenómeno tan impactante y en como el género, el tipo de uso o el contenido que se consume influyen en esta relación. También, aún falta profundidad en investigaciones que expliquen los procesos cognitivos que influyen en estos efectos, como la comparación social y los pensamientos y el proceso interno de estar expuestos a estándares de belleza, especialmente desde un enfoque cognitivo-conductual (Alessi Longa et al., 2025).

Gran parte de las investigaciones se han enfocado en identificar correlaciones entre variables, pero no tanto en los procesos cognitivos y emocionales que se derivan antes y después de la exposición a una red social, esto hace que se limite comprender más profundo cómo las redes sociales influyen en la autoestima y la percepción corporal porque solo se ve una relación mas no un proceso emocional y cognitivo que siempre están presentes y son determinantes para una alta o baja autoestima. Por eso aún hay vacíos teóricos hablando de los procesos a los cuales estas plataformas impactan el bienestar psicológico de los

adolescentes iberoamericanos, especialmente cuando se consideran factores como el género, el tipo de uso y las dinámicas de interacción social.

Pregunta de investigación

¿cómo influye el tipo de uso “Activo vs pasivo” de las redes sociales sobre la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes Iberoamericanos según el género?

Justificación

Estudiar cómo influyen las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes se ha convertido en un fenómeno significativo en cualquier parte del mundo, porque estas plataformas forman parte de su vida diaria y pueden afectar su bienestar emocional. Las investigaciones que ya se han realizado muestran que, la adolescencia es una etapa crítica, sensible y relevante para todo ser humano, ya que esta trae consigo cambios físicos y sociales muy evidentes que determinan la construcción de la identidad de un ser humano, por eso, la exposición constante a contenidos idealizados puede asociarse con una percepción más negativa de la imagen corporal y con niveles más bajos de autoestima, ya que no todos nos desarrollamos igual, tenemos vidas iguales y pertenecemos a contextos diferentes. Por ejemplo, algunas revisiones han encontrado usar excesivamente las redes sociales se relaciona con una menor valoración del propio cuerpo y del autoconcepto en adolescentes (Casanova-Garrigós et al., 2025).

Además, estudios empíricos muestran que el uso intensivo de estas plataformas puede correlacionarse negativamente con la autoestima, lo que genera una distorsión entre cómo los adolescentes se ven a sí mismos y cómo desearían verse (Delgado et al., 2025). Esto se hace muy evidente cuando los adolescentes empiezan a compararse con imágenes que posiblemente están editadas o que exponen cuerpos y estilos de vida perfectos, por ejemplo: Mujeres fitness, voluptuosas, muy delgadas, cirugías plásticas, un cuidado excesivo de la apariencia, extensiones, maquillaje, ropa exclusiva y la alta promoción de productos de belleza. Por eso hoy en día se ve el uso excesivo de filtros en imágenes de personas del común y no solo eso, los adolescentes optan solo por mostrar su rostro para evitar exponer su figura corporal, cubren su rostro con stickers o la revelan lo menos posible y lo más común es que creen perfiles donde no realicen publicaciones de sí mismos, pero permanezcan activos

consumiendo contenidos. Por otra parte, investigaciones internacionales han demostrado que hay diferencias de género en estos efectos, donde las mujeres tienden a mostrar niveles más altos de insatisfacción corporal y malestar emocional relacionados con el uso de redes sociales (Makwana, 2018).

Si hablamos desde una perspectiva social y educativa, comprender cómo los tipos de uso, ya sea de forma activa (publicar, interactuar) o pasiva (solo observar) influye en la autoestima y la percepción corporal es esencial. Ya que esto puede ser el pilar para diseñar estrategias de prevención, educación digital y apoyo emocional en contextos escolares e incluso en el mundo digital. Es importante también entender cómo las métricas de interacción social (likes, comentarios, compartidos) afectan a los adolescentes, ya que éstas son cruciales porque aquí se revela algo más grande que es la validación social y comprender esto ayudará a diseñar programas de acompañamiento que promuevan un uso más saludable de estas plataformas, para reducir la excesiva necesidad de validación externa.

Desde una mirada teórica, abordar este problema aporta al campo de la psicología del desarrollo al integrar variables actuales como el uso de redes, la comparación social y la exposición a estándares estéticos. Esto ayudara a fortalecer las teorías que nos hablan de cómo factores socioculturales y digitales influyen en la construcción de la autoestima y la percepción corporal de los jóvenes.

Finalmente, esta investigación contiene estudios actualizados y se enfoca en un contexto específico, lo que puede servir para desarrollar intervenciones prácticas, recomendaciones educativas y estrategias de promoción de la salud mental, adaptadas a la realidad de los adolescentes que utilizan redes sociales en Ibero América.

Antecedentes teóricos

El desarrollo psicológico en la adolescencia es un fenómeno central dentro de la psicología, ya que esta etapa conlleva un periodo importante de cambios biológicos, emocionales, cognitivos y sociales que influyen directamente en la construcción de la identidad, la autoestima y la percepción corporal. La psicología del desarrollo nos habla que durante la adolescencia los seres humanos atraviesan un proceso de interno en el que se van acomodando y moldeando y es ahí donde se consolida el autoconcepto, la valoración personal y el sentido de pertenencia social. Estos factores importantes para tener un buen equilibrio emocional y para la adaptación psicosocial (Papalia y Martorell, 2017). Durante esta etapa, los adolescentes aprenden a desarrollar una conciencia de sí mismos y de cómo los pueden ser vistos externamente lo que los hace más sensibles frente a la opinión de los demás y favorece a la búsqueda constante de aprobación social.

Uno de los procesos psicológicos más importantes durante esta etapa es la comparación social, esto nos habla de una tendencia que tenemos las personas a evaluarnos a sí mismas a partir de lo que observamos en los demás y comparamos con otros. Hacer esto va más allá de una rivalidad, sino que cumple una función adaptativa en el desarrollo, ya que ayuda a tener referentes sociales, fortalecer la identidad y nos ayuda a actuar de distintas maneras, sin embargo, cuando esta comparación ya se vuelve excesiva o negativa, ahí es que viene la insatisfacción personal, la baja autoestima y distorsiones en la autoimagen (Festinger, 1954). En la adolescencia, la comparación social se intensifica ya que los jóvenes se encuentran en pleno proceso de definición personal y suelen tomar como modelo los ideales sociales de éxito, belleza y aceptación promovidos por su entorno.

En este punto, la autoestima se convierte en una parte central, al ser entendida como la valoración global que una persona hace de sí misma, basándose en como percibe sus propias capacidades, cualidades, logros y límites. Rosenberg (1965), uno de los autores más influyentes en este campo, define la autoestima como una actitud positiva o negativa hacia el propio yo, mientras que investigaciones más recientes la definen como un constructo dinámico que integra componentes cognitivos, emocionales y sociales, y que se desarrolla progresivamente a partir de las experiencias interpersonales y del contexto sociocultural (Papalia & Martorell, 2017)

Autoestima

Rosenberg (1965), fue uno de los primeros autores en dar una definición de la autoestima, en la define como una actitud global positiva o negativa hacia uno mismo, entendida como la evaluación general del propio valor personal. Desde su perspectiva, la autoestima se construye a partir de la interacción social, las experiencias de vida y los procesos de socialización.

Más adelante, Coopersmith (1967) amplió esta idea al explicar que la autoestima es la evaluación que una persona hace y mantiene sobre sí misma en la que se aprueba o desaprueba y que se refleja en la manera en que la persona se considera capaz, valioso y digno de respeto. Este autor le dio importancia a la influencia de los vínculos tempranos, el ambiente familiar y el reconocimiento social, sobre todo en la infancia y la adolescencia.

Posteriormente Mruk (2006) propuso que la autoestima estaba formada por dos componentes fundamentales: el sentimiento de valía personal y el sentimiento de competencia, esto permitió comprender que la autoestima no dependía solo de lo que la persona siente, sino también de lo que cree que es capaz de hacer, aquí se unen los procesos cognitivos, experiencias emocionales y contextos sociales.

Orth y Robins (2014) Nos muestra definición más reciente en la que dice que la autoestima es la evaluación subjetiva del propio valor que cambia a lo largo de la vida. Este destaca la influencia de la retroalimentación social, compararse con otros y las experiencias de relación. Esto concuerda con que la autoestima no es fija, sino que va cambiando y puede transformarse con las experiencias que tengamos.

Desde la psicología del desarrollo, se ha encontrado que la autoestima cumple un papel muy importante en el ajuste emocional durante la adolescencia, ya que influye en la seguridad personal, la regulación emocional, la motivación académica y la calidad de las relaciones interpersonales. Cuando la autoestima es saludable, favorece a un buen desarrollo, pero cuando es frágil se asocia con mayor vulnerabilidad emocional, ansiedad, síntomas depresivos y dificultades para adaptarse socialmente. (Papalia y Martorell, 2017).

Estudios que se han realizado en la actualidad de adolescentes iberoamericanos confirman que el uso intensivo y pasivo de redes sociales, de contenidos y buscar constante ser validados por el mundo, se relaciona con niveles más bajos de autoestima. (Bernal Párraga et al., 2025; Campodónico y Aucapiña, 2024).

En esta época, las redes sociales han intensificado mucho la comparación social. Los adolescentes están expuestos constantemente a imágenes idealizadas, estilos de vida aparentemente perfectos y cuerpos que cumplen todos los estándares impuestos por la sociedad. Algunas Investigaciones muestran que exponerse repetidamente a esto influye directamente en como los adolescentes construyen su autoimagen y valoran su propio cuerpo, lo que aumenta su insatisfacción corporal y debilita la autoestima (Campodónico & Aucapiña, 2024; Andrés et al., 2024). Por eso, estas plataformas digitales no solo están para interactuar socialmente, sino también son como un espacio para transmitir modelos culturales que pueden impactar el bienestar psicológico de los adolescentes.

Redes sociales

Si miramos una perspectiva teórica clásica, las redes sociales se definían como un conjunto de actores sociales, individuos, grupos u organizaciones que se encuentran vinculados entre sí a través de distintos tipos de relaciones sociales, formando una estructura de interacción que influye en los comportamientos, percepciones y dinámicas sociales (Teoría de las redes sociales, 2015).

Actualmente, el término de redes sociales se usa para hablar de plataformas digitales donde las personas crean perfiles, comparten su vida, interactúan con la vida de otros y forman comunidades virtuales

Estas plataformas vinieron a facilitar la comunicación y la interacción pero también a influir en la construcción de la identidad, la percepción corporal y la formas de relacionarnos socialmente, especialmente en adolescentes y jóvenes, ya que usan estas plataformas en mayor medida como un espacio seguro para socializar, expresarse y obtener validación social (Valenzuela et al. 2012)

Si miramos una perspectiva psicosocial, Valenzuela et al. (2012) nos habla que las redes sociales son espacios virtuales donde la personas crean vínculos, comparten información, expresan emociones y van formando su identidad personal y social lo cual son procesos relevantes durante la adolescencia, ya que esta es una etapa que se caracteriza por la búsqueda de reconocimiento, pertenencia y autoafirmación.

Características de las redes sociales

Las redes sociales tienen unas características que explican su alto impacto en la vida cotidiana y en los procesos psicológicos de los adolescentes:

Interactividad: permite la comunicación constante entre los usuarios mediante mensajes, comentarios, reacciones y contenido compartido, favoreciendo el intercambio social continuo. (Valenzuela et al., 2012).

Conectividad: facilita la creación y mantener grandes redes de contacto, permitiendo establecer relaciones sociales en todo el mundo. (Valenzuela et al., 2012).

Inmediatez: hace posible acceder de manera rápida a la información y la opinión social en tiempo real, lo que intensifica los procesos de comparación social y evaluación personal. (Valenzuela et al., 2012).

Viralidad: implica que los contenidos se difundan rápidamente y aumente la visibilidad social, expresándose a través de los “me gusta”, comentarios, número de seguidores y visualizaciones, los cuales funcionan como métricas de aprobación, popularidad y validación externa, influyendo directamente en la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes (Valenzuela et al., 2012).

A su vez, la percepción corporal es considerado un eje central en el desarrollo psicológico del adolescente. Esto hace referencia a como una persona percibe, interpreta y valora su propio cuerpo, uniendo aspectos cognitivos, emocionales y sociales. Durante la adolescencia, los cambios físicos de la pubertad, más la presión social que se vive por cumplir con determinados estándares de belleza, pueden generar conflictos en la autoimagen y favorecer la aparición de insatisfacción corporal (Andrés et al., 2024). Diversas investigaciones en Iberoamérica nos muestran que la exposición frecuente a imágenes idealizadas en redes sociales incrementa la comparación corporal negativa, a creer en los ideales estéticos poco realistas y el malestar emocional asociado a la apariencia física.

Percepción corporal

La percepción corporal, hace referencia a la manera en que cada persona se ve, se siente y piensa respecto a su propio cuerpo. Los primeros aportes teóricos, Schilder (1935) explicó que esta percepción no es solo una imagen física, sino una construcción mental influenciada por emociones, experiencias personales y relaciones sociales. Es decir, no es solamente de cómo es el cuerpo en realidad, sino de cómo la persona lo interpreta y lo valora. Esta teoría permitió comprender que la percepción corporal es un proceso subjetivo y cambiante, que cumple un papel importante en la formación de la identidad, la autoestima y el bienestar psicológico

En la actualidad, la percepción corporal ha sido definida como un proceso más profundo que involucra los pensamientos, las emociones, las actitudes y comportamientos relacionados con el cuerpo y que está influenciado por el entorno social, cultural y mediático (Montero et al., 2008). Durante la adolescencia, este proceso es muy importante ya que los cambios físicos de esta etapa, más la presión social por cumplir con los estándares de belleza que han sido difundidos, pueden generar inseguridad, comparación constante e insatisfacción corporal. Por eso, algunos estudios recientes de la población Iberoamericana muestran que exponerse frecuentemente a imágenes idealizadas en redes sociales influye de manera significativa en la forma en que los adolescentes perciben su cuerpo, lo que aumenta la comparación social negativa y el malestar emocional asociado a la apariencia física.

Si miramos esto desde una perspectiva cognitivo conductual, estos componentes se explican a partir de la interacción entre pensamientos, emociones y conductas, en donde los esquemas cognitivos relacionados con la valía personal y la imagen corporal se ven moldeados por los mensajes sociales y populares. Exponerse a una imagen de cuerpo idealizado, apariencias favorece la aparición de distorsiones cognitivas, como compararse de manera

negativa y una autoexigencia extrema, que afectan directamente la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes (Montero,2008) Así que, entender estos procesos se convierten en un pilar para diseñar estrategias educativas, que promuevan promover un uso más consciente de las redes sociales y un desarrollo psicológico más saludable en esta población.

Objetivos

Objetivo General

Analizar cómo el uso de las redes sociales influye en la autoestima y la percepción corporal en adolescentes Iberoamericanos, teniendo en cuenta el tipo de uso (activo y pasivo), el género y las dinámicas de validación social como los likes, comentarios e interacciones, a partir de una revisión narrativa de estudios científicos recientes.

Objetivos Específicos

Identificar la relación entre el uso de las redes sociales y los niveles de autoestima y percepción corporal en adolescentes de 12 a 18 años.

Comparar la relación entre el uso de redes sociales, la autoestima y la percepción corporal, considerando las diferencias de género.

Analizar el impacto del tipo de uso (activo y pasivo) y la validación digital en la autoimagen y la autovaloración.

Diseño Metodológico

Línea de investigación

Este trabajo se une a la línea de investigación Comportamiento, Cognición y Desarrollo Humano, ya que se centra en comprender cómo el uso de las redes sociales influye en la autoestima y en la percepción corporal de los adolescentes, considerando los procesos cognitivos, emocionales y sociales implicados en esta etapa del desarrollo.

Esta vía permite analizar el comportamiento humano a través de como interactúa la cognición, la emoción y el contexto social, lo cual resulta pertinente en la adolescencia, considerando que es una etapa que se caracteriza por grandes cambios en la identidad, la autovaloración y la autoimagen.

Además, este estudio aborda procesos cognitivos como la percepción, el pensamiento y la comparación social, los cuales son de los procesos más influyentes en la manera en que los adolescentes procesan los contenidos visuales, los mensajes y la validación digital presentes en estas plataformas. Todos estos elementos influyen significativamente en el desarrollo psicológico y emocional, lo que se convierte en positivo o negativo afectando la construcción de una autoimagen positiva y una autoestima saludable.

Es por eso que esta investigación se articula de manera coherente con los propósitos de la línea, al abordar un análisis teórico que implica comprender el desarrollo humano en el mundo digital el cual ha sido un fenómeno global, especialmente en la población adolescente.

Tipo de investigación

Esta investigación está basada en un estudio teórico de enfoque mixto con el cual se orienta a analizar, integrar y reflexionar acerca de la literatura científica que está relacionada con el uso de redes sociales y su influencia en la autoestima y la percepción corporal en adolescentes.

Los estudios teóricos están caracterizados por analizar, organizar y reflexionar sobre el conocimiento que ya existe, para comprender mejor los fenómenos psicológicos, definir las relaciones entre las variables y hacer unos marcos conceptuales que aporten al desarrollo de la disciplina (Bisquerra, 2012).

Desde una mirada cualitativa, la investigación está centrada en comprender los procesos psicológicos, sociales y culturales que están implicados, más que en medir variables de manera cuantitativa. Este enfoque permite descubrir las vivencias internas de los adolescentes en cuanto al uso de las redes sociales, así como los procesos cognitivos y emocionales asociados a la construcción de la autoestima y la percepción corporal.

También, el estudio de teorías permitirá integrar los hallazgos empíricos realizados anteriormente e identificar patrones comunes, vacíos conceptuales y líneas de investigación, que aportan una visión amplia y profunda del fenómeno estudiado.

Metodología

Este trabajo se basa en una revisión narrativa de la literatura, la cual permite integrar, analizar e interpretar los hallazgos más relevantes sobre el tema de estudio y así tener una comprensión amplia del fenómeno abordado. Este tipo de revisión es muy útil en investigaciones teóricas ya que facilita identificar las tendencias, conceptos clave, enfoques teóricos y vacíos en la información que existe.

La revisión narrativa se caracteriza por ser flexible y no restrictiva en la búsqueda de información, lo que permite incluir diversos tipos de estudios, enfoques metodológicos y marcos conceptuales, lo que favorece a una visión más completa del tema. Además, permite relacionar distintas teorías promoviendo un análisis integrado. (Grant & Booth, 2009).

Este estudio se centra en investigaciones publicadas en los últimos nueve años, priorizando literatura científica verídica que venga de bases de datos oficiales en psicología con énfasis en estudios realizados en contextos Iberoamericanos.

El procedimiento de la revisión se organizó en varias fases, tomando como referencia las orientaciones metodológicas que propone Grant y Booth (2009) para las revisiones narrativas.

Fase 1. Delimitación del tema y formulación de la pregunta de investigación.

Aquí se define el problema de estudio y los conceptos principales que orientaran la búsqueda de información.

Fase 2. Búsqueda sistemática de información.

Se realizó una búsqueda en las bases de datos Scopus, Dialnet y SciELO, a través de ecuaciones de búsqueda n operadores booleanos (AND, OR) y palabras clave en español e inglés, relacionadas con redes sociales, autoestima, percepción corporal, adolescentes en contextos iberoamericanos.

Fase 3. Selección y evaluación de los estudios.

Los artículos que se encontraron fueron filtrados mediante criterios de inclusión y exclusión establecidos, considerando la temática, la actualidad, la metodología y su relevancia para los objetivos del estudio.

Fase 4. Análisis crítico e integración de la información.

Los estudios que se seleccionaron fueron comparados para identificar las tendencias, coincidencias, discrepancias y vacíos en la literatura.

Fase 5. Síntesis y redacción.

Finalmente, los artículos se organizaron en una matriz de análisis, que facilitó una comprensión clara del fenómeno estudiado.

Para desarrollar la revisión se usó bases de datos Scopus, Dialnet y SciELO que fueron seleccionadas por su calidad académica, confiabilidad y con amplios artículos iberoamericanos

Técnicas de recolección de información

Para la selección de los estudios se establecieron criterios que permitieran garantizar la calidad, pertinencia y actualidad de la información analizada.

Criterios de inclusión:

- ✓ Artículos científicos publicados entre 2013 y 2025.
- ✓ Estudios relacionados con uso de redes sociales, autoestima y percepción corporal en adolescentes.
- ✓ Investigaciones con población adolescente (entre 12 y 18 años).
- ✓ Estudios empíricos.
- ✓ Artículos publicados en español e inglés.
- ✓ Investigaciones disponibles en texto completo.
- ✓ Estudios en Scopus, Dialnet y SciELO.

Scopus fue escogida por que es una de las bases de datos científicas más completas y reconocidas a nivel internacional, ya que tiene revistas de alto impacto que garantizan la validez, confiabilidad y actualidad de los estudios incluidos.

Por otro lado, Dialnet fue seleccionada ya que incluye numerosos artículos Iberoamericanos, lo cual resulta fundamental para este trabajo, dado que el estudio se centra en adolescentes de este contexto.

También se utilizó Scielo debido a su amplia literatura científica en español, lo que permitió acceder a estudios desarrollados en países Iberoamericanos.

Criterios de exclusión:

- ✓ Estudios hechos con población adulta o infantil.
- ✓ Investigaciones que no hablan directamente de la relación entre redes sociales, autoestima o percepción corporal.
- ✓ Textos incompletos
- ✓ Artículos de otros países y fechas anteriores.

Los estudios seleccionados fueron considerandos por tres características principales:

- ✓ Uso de redes sociales
- ✓ Autoestima
- ✓ Percepción corporal.

Estrategias de búsqueda

Se utilizo combinaciones de palabras clave en español e inglés, utilizando operadores booleanos AND y OR.

Ecuaciones de búsqueda en Scopus

"social media" AND self-esteem" AND "body image" AND teenagers

Se aplicaron los siguientes filtros:

- ✓ Años de publicación: 2013–2025
- ✓ Tipo de documento: artículos científicos

- ✓ Idioma: español e inglés
- ✓ Área temática: psicología, ciencias sociales y educación

Ecuaciones de búsqueda en Dialnet

“Redes sociales” AND “autoestima” AND “Percepcion corporal” OR “imagen corporal”
AND “Adolescentes”

- ✓ Años de publicación: 2013–2025
- ✓ Tipo de documento: artículos científicos
- ✓ Idioma: español e inglés
- ✓ Área temática: psicología y ciencias sociales.

Ecuaciones de búsqueda en Scielo

“Redes sociales” AND “autoestima” AND “Percepcion corporal” AND “Adolescentes”

- ✓ Años de publicación: 2013–2025
- ✓ Tipo de documento: artículos científicos
- ✓ Idioma: español e inglés
- ✓ Área temática: psicología y ciencias sociales.

Selección de estudios

El proceso de selección fue realizada manualmente desarrollada en tres fases:

- ✓ Revisión de títulos.
- ✓ Revisión de resúmenes.
- ✓ Lectura completa del artículo.

Los estudios que cumplían los criterios fueron incluidos en la revisión.

Extracción de datos

La extracción de información se realizó de manera manual registrando los datos principales en una matriz de análisis incluyendo:

- ✓ Autor y año
- ✓ Título
- ✓ País
- ✓ Revista
- ✓ Palabras clave
- ✓ Objetivo
- ✓ Tipo de estudio
- ✓ Población y muestra
- ✓ Instrumentos de evaluación
- ✓ hallazgos

Este procedimiento permitió sistematizar la información y facilitar su posterior análisis.

Desenlaces analizados

Los principales desenlaces considerados fueron:

- ✓ Autoestima: niveles, factores asociados y relación con el uso de redes sociales.
- ✓ Percepción corporal: grado de satisfacción o insatisfacción corporal, comparación social y construcción de la imagen corporal.

Se analizaron todos los resultados compatibles con estos desenlaces, independientemente de la escala utilizada, el momento de medición o el tipo de análisis estadístico, siempre que fueran relevantes para los objetivos del estudio.

Otras variables consideradas

Además, se tomaron en cuenta las siguientes variables:

- ✓ Edad y género de los participantes.

- ✓ Tipo de uso de redes sociales: activo o pasivo.
- ✓ Tipo de contenido consumido: especialmente contenido visual relacionada con la apariencia física.
- ✓ Contexto sociocultural.

Estudios elegidos

1. Aguirre Sánchez, M. E., Intriago Chiriguaya, S. E., Burgos Franco, E. E., Murillo Burgos, O. O., & Anastacio Quimi, J. J. (2025). Impacto psicológico del uso de redes sociales en adolescentes de bachillerato: Diseño e implementación de talleres de prevención. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10274038>
2. Bernal Párraga, A. P., Tello Mayorga, L. E., Andrango Vasco, C. G., Troya Abad, L., Pluas Muñoz, A. M., Cabrera Quezada, M. E., & Jumbo García, K. J. (2025). El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9990403>
3. De la Osa Callejero, I., González Cabeza, L., Pinilla Conil, M., Barrena López, S., Loraque Alonso, M., & Barreu Fau, C. (2021). Influencia de Instagram sobre la autoestima en los adolescentes: Intervención enfermera (proyecto de investigación). Revista Sanitaria de Investigación, 2(11). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8210235>
4. Dulic Battistesa, N. Y., Preuss, M., & Justo, M. (2023). Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9955860>

5. Garzón Clemente, R., León Laredo, K. M., & Trejo Garzón, S. (2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. <https://edulab.es/revSOCIAL/article/view/2324/1429>
6. Lira, A. G., Ganen, A. de P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. dos S. (2017). Uso de redes sociales, influência da mídia e insatisfação com a imagem corporal de adolescentes brasileiras. <https://www.scielo.br/j/jbpsiq/a/6NrPypcRchnc35RH9GLSYwK/?lang=pt>
7. Manrique-Molina, L. F., & Ramírez-Rojas, C. A. (2025). Ansiedad y autoimagen en estudiantes colombianos Z: Vínculos con redes sociales. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud, 24(1), 1–21. <https://doi.org/10.11600/rllcsnj.24.1.6681>
8. Marín, J., & González, A. (2023). Uso de redes sociales y autoestima de adolescentes en una institución educativa de Boconó, Trujillo, 2023. Revista GICOS, 9(1), 112–123. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9428790>
9. Martínez-Pecino, R., & García-Gavilán, M. (2019). Likes and problematic Instagram use: The moderating role of self-esteem. Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 22(3), 172–176. <https://doi.org/10.1089/cyber.2018.0701>
10. Martínez Yepes, G. (2024). Influencia de las redes sociales en la autoestima del alumnado del IES Miguel Espinosa. REIF: Revista de Educación, Innovación y Formación, 11, 106–128. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9953307>
11. Mora Naranjo, B. M. (2023). Relación entre redes sociales, salud mental y autoestima en adolescentes de entornos urbanos en Ecuador. UNNIVAL, 1(4), 46–61. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10532528>

12. Rodríguez García, I. M., Bolaños Alvarado, E. E., & Herrera-Castrillo, C. J. (2025). Impacto de las redes sociales en los estudiantes de sexto grado de la Escuela Naciones Unidas de Granada, Nicaragua. *Revista Latinoamericana de Calidad Educativa*, 2(1), 195–205. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9957829>
13. Rodríguez, D. O., Cevallos, M. B. M., Roche, J. R. F., & Piedra, J. A. R. (2025). Uso problemático de las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en adolescentes ecuatorianos. <https://www.scopus.com/pages/publications/105012554100?origin=resultlist>
14. Rubio Hernández, F. J., Díaz López, A., Caba Machado, V., & González Calahorra, E. (2025). Efecto mediador del autocontrol sobre la autoestima y el uso de Instagram en adolescentes: Relaciones con el rendimiento académico y el estrés tecnológico. [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-AdolescentesEnLaEraDigitalDesvelandoLasRelacionesE-9887832%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-AdolescentesEnLaEraDigitalDesvelandoLasRelacionesE-9887832%20(1).pdf)
15. Rubio Hernández, F. J., González Calahorra, E., & Olivo Franco, J. L. (2024). Adolescentes en la era digital: Desvelando las relaciones entre las redes sociales, el autocontrol, la autoestima y las habilidades sociales. *Ciencia y Educación*, 8(3), 39–58. [file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-AdolescentesEnLaEraDigitalDesvelandoLasRelacionesE-9887832%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/User/Downloads/Dialnet-AdolescentesEnLaEraDigitalDesvelandoLasRelacionesE-9887832%20(1).pdf)
16. Souza, J. J. N., Costa, J. E. X., Sousa, L. O., Batista, T. T. N., Dutra, W. P. F., & Silva, T. S. (2024). La influencia de las redes sociales en la autoestima de los estudiantes del IFPB-CR. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9495385>

Técnicas de análisis de información

Para realizar un proceso organizado de la revisión de la literatura se llevó a cabo las siguientes etapas:

1. Elección del tema y del contexto

Primero, se definió el enfoque del estudio: Se analizaron investigaciones que hablaran de la influencia de las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal en adolescentes y se definió el límite de edades (12 y 18 años). Inicialmente se contempló únicamente América Latina; sin embargo, debido al limitado alcance de estudios disponibles, se amplió al contexto iberoamericano, incluyendo España, ya que comparten el mismo idioma, similitudes culturales, alta inmigración de poblaciones latinas y dinámicas sociales relacionadas con el uso de redes digitales.

2. Búsqueda de información en bases académicas

La búsqueda de artículos se realizó en bases de datos reconocidas y aprobadas como Scopus, SciELO y Dialnet.

En cada plataforma se puso el tema completo relacionado con la investigación, utilizando combinaciones como: influencia de las redes sociales en la autoestima y percepción corporal en adolescentes, tanto en español como en inglés. La búsqueda se realizó revisando títulos, resúmenes y palabras clave para identificar estudios pertinentes.

3. Aplicación de criterios de inclusión y exclusión

Posteriormente, se aplicaron criterios de selección.

Criterios de inclusión: Publicaciones desde el año 2017 en adelante, artículos en español o inglés, población adolescente entre 12 y 18 años, investigaciones realizadas en países de América Latina o España, estudios que abordaran directamente redes sociales, autoestima y la percepción corporal y artículos que tuvieran acceso al texto completo.

Criterios de exclusión: Se excluyeron estudios que tuvieran población adulta o menor a la edad establecida, investigaciones que trataran únicamente adicción a redes o otros efectos derivados como la anorexia, bullying y demás que no tuvieran relación con autoestima o imagen corporal directamente y artículos que no fueran de esas bases de datos.

4. Revisión y selección

Se continuó con una lectura de los resúmenes para confirmar que los estudios realmente hablaran del objetivo planteado. Aquellos que cumplieran con los criterios fueron seleccionados para una revisión completa. Este proceso fue clave porque ahí se iban depurando artículos aparentemente afines a la revisión, pero abordaban otros temas.

5. Lectura detallada

Los artículos seleccionados fueron leídos completamente para identificar los siguientes elementos:

- Objetivo del estudio
- Diseño metodológico
- Tipo de estudio (cuantitativo, cualitativo o mixto)
- Población y tamaño de muestra
- Instrumentos de evaluación
- Principales hallazgos
- Conclusiones

Esta lectura permitió comprender el enfoque y alcance de cada investigación y su aporte al tema y así hacer el cruce de información para concientizarse de la problemática y encontrar similitudes y diferencias en los artículos.

6. Organización en matriz de análisis

La información que se recopiló fue organizada en una matriz elaborada en Excel. En ella se registraron variables como autor, año, país, revista, tipo de estudio, población, instrumentos y resultados principales. Además, los artículos fueron ordenados cronológicamente según su año de publicación.

7. Evaluación de la calidad metodológica y riesgo de sesgo

Cada estudio fue revisado considerando aspectos como:

- Una formulación clara del objetivo
- Coherencia entre problema y diseño metodológico
- Tipo de muestreo utilizado
- Tamaño de la muestra
- Validez y confiabilidad de los instrumentos aplicados
- Consistencia entre resultados y conclusiones

A través de este análisis se pudo ver la confiabilidad de cada investigación y evitar elegir artículos que no sirvieran y no aportaran al desarrollo del trabajo. Finalmente, se realizó una comparación entre los estudios seleccionados para identificar patrones comunes, similitudes y diferencias en relación con variables como género, tipo de uso y métricas de validación, autoestima e insatisfacción corporal. Este proceso, permitió integrar la información para así profundizar en el tema de investigación y responder de manera objetiva a los objetivos planteados en la investigación.

Implicaciones éticas

Este trabajo fue desarrollado aplicando los principios éticos orientados al respeto por la producción científica, la responsabilidad académica y el uso adecuado de la información. Este,

siendo una revisión narrativa de literatura, no se realizó recolección de datos ni intervención con personas, por lo que no se consideraban factores de riesgos a participantes.

Para llevar a cabo el proceso, se siguió las indicaciones del Código de Ética de la American Psychological Association (2017), enfocado en la honestidad académica, la correcta citación de fuentes, el reconocimiento del trabajo de otros autores y evitando el plagio. Este código nos habla de principios generales como la integridad, fidelidad y responsabilidad, los cuales orientan a presentar información verídica, evitar la manipulación de datos, reconocer las fuentes consultadas y actuar con rigor científico (APA, 2017).

También se tuvo en cuenta el Código Deontológico y Bioético del Psicólogo en Colombia, establecido en la Ley 1090 de 2006, que orienta el ejercicio profesional hacia la responsabilidad social, la veracidad del conocimiento, el respeto por la dignidad humana y la integridad científica (Congreso de la República de Colombia, 2006). Estas guías fueron aplicadas en la selección de artículos, el análisis objetivo de resultados y la redacción de la revisión.

Además, se revisó la Resolución 8430 de 1993 del Ministerio de Salud de Colombia, la cual clasifica las investigaciones según su nivel de riesgo. Teniendo en cuenta que este estudio es documental y no experimental, se considera una investigación sin riesgo, ya que no involucra intervención ni contacto con participantes (Ministerio de Salud, 1993).

En el proceso la investigación se hizo un uso responsable de las fuentes consultadas, respetando los derechos de autor, evitando copiar información sin referencia y profundizando en cada artículo para así interpretar correctamente los resultados de cada estudio.

También es importante declarar que se hizo uso de herramientas de inteligencia artificial, como ChatGPT, para obtener información más completa y apoyar la organización inicial del contenido. Asimismo, las tablas de resultados numéricos y los análisis de correlación.

El uso de esta herramienta se limitó a funciones de apoyo académico, algunas redacciones y estructuración, garantizando en todo momento el análisis crítico, la revisión y la responsabilidad intelectual sobre los resultados presentados.

El análisis se realizó detalladamente, con el fin de realizar una revisión correcta sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal en adolescentes. Finalmente, se declara que no existen conflictos de interés y que el trabajo fue realizado de manera individual e independiente, siguiendo principios de integridad académica.

Principios éticos aplicados (APA)

Integridad: presentar información real y sin manipulación de datos (APA, 2017).

Fidelidad y responsabilidad: reconocer las fuentes y actuar con compromiso científico (APA, 2017).

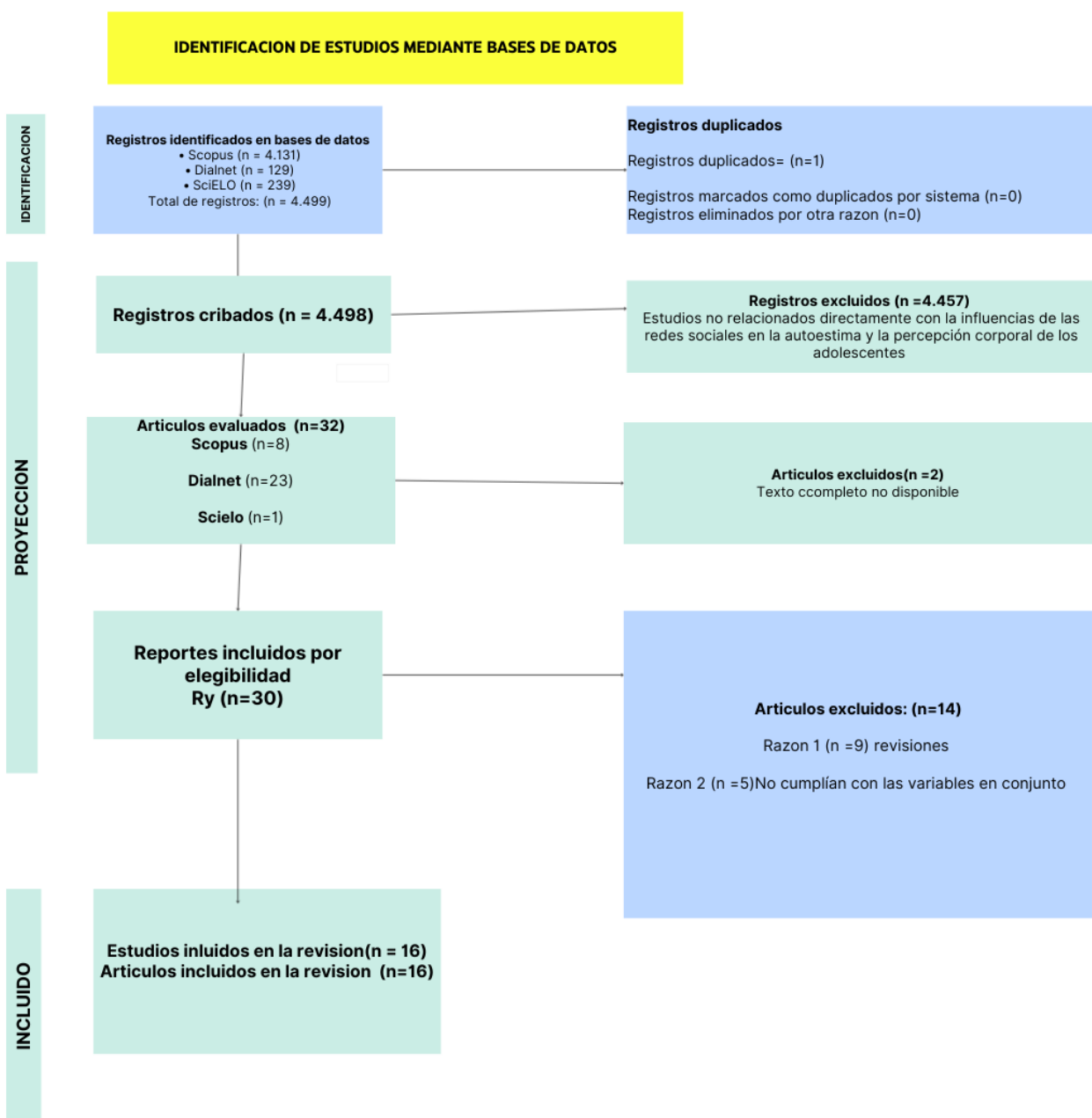
Respeto por la propiedad intelectual: citar correctamente y evitar cualquier forma de plagio (APA, 2017).

Responsabilidad social: aportar conocimiento útil y confiable para comprender el impacto de las redes sociales en adolescentes (Ley 1090 de 2006).

Resultados y análisis

Figura 1.

Diagrama de prisma



Esta revisión narrativa tuvo como objetivo analizar la literatura científica qué existe sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes en el contexto iberoamericano. Para esto se revisaron 16 artículos científicos publicados entre 2017 y 2025, sacados de diferentes bases de datos académicas como Dialnet, SciELO y Scopus.

Los estudios que se analizaron provienen principalmente de países latinoamericanos y España entre los que se encuentran Ecuador, Brasil, Colombia, Argentina, Nicaragua y Venezuela. Después de hacer el análisis a las investigaciones, estas coinciden en que el uso de las redes sociales tiene un impacto significativo en la autoestima y la percepción corporal durante la adolescencia afectando esto de manera negativa, ya que estas plataformas se han convertido en espacios principales para socializar, interactuar con otras personas y construir una imagen de su mismos, ya sea real o idealizada.

La adolescencia es una etapa del desarrollo muy sensible para el ser humano porque en esta se busca la identidad, se pregunta quien soy, quien quiero ser y como me ven los demás, aquí hay mayor sensibilidad a la opinión de los demás y en la construcción de la autoimagen. Entendiendo esto, las redes sociales pueden influir en la forma en que los jóvenes perciben su apariencia física, su valor personal y su aceptación social. Varios estudios nos hablan que exponerse constantemente ya sea cualquier persona a un contenido idealizados, además compararse socialmente con otras personas que también están en la misma condición, tratando de proyectar un yo ideal, puede generar insatisfacción corporal y disminuir la autoestima (Lira et al., 2017; Martínez-Pecino y García-Gavilán, 2019).

Pero no todo es malo, algunos autores también destacan que las redes sociales pueden tener efectos positivos, como fortalecer las relaciones sociales, tener acceso a redes de apoyo y permite tener una expresión personal, ya sea de nuestro propio contenido, interacciones en

comentarios y demás. Por esta razón, el impacto de estas plataformas depende en gran medida de factores como el tiempo de uso, el tipo de interacción y las características individuales del adolescente (Rubio Hernández et al., 2024).

A partir del análisis de los estudios seleccionados, se identificaron diversas categorías de análisis, entre ellas el país de origen de las investigaciones, las redes sociales más estudiadas, el tipo de uso de las plataformas (activo o pasivo) y las variables psicológicas asociadas.

El proceso de búsqueda, selección y análisis de la literatura se desarrolló siguiendo los criterios metodológicos previamente establecidos.

Resultados de la búsqueda en bases de datos

Scopus

La búsqueda inicio en la base de datos Scopus, se utilizó las palabras clave “social media” AND “body image” AND “self-esteem” arrojó un total de 4.131 resultados de diversos títulos los cuales hablaban de redes sociales, imagen corporal, pero se relacionaban con otras variables. Al añadir el término “teenagers”, el número de documentos se redujo a 1.893 registros, posteriormente se aplicaron filtros por área temática, tipo de documento e idioma, obteniendo los siguientes resultados:

- ✓ Ciencias sociales: 821 documentos
- ✓ Psicología: 265 documentos
- ✓ Artículos científicos: 1.257
- ✓ Tema redes sociales: 721
- ✓ Temas adolescentes: 506
- ✓ Idioma inglés: 1.686
- ✓ Idioma español: 74

Es claro que el objetivo de la investigación se centra en el contexto iberoamericano, por eso se aplicó un filtro geográfico que redujo los resultados a 14 documentos potencialmente relevantes los cuales se evaluaron por título y se revisaron los resúmenes. Después de hacer una revisión detallada de los resúmenes y posteriormente profundizar más allá del contenido de los artículos, solo 4 cumplieron con los criterios de inclusión, relacionados específicamente con la influencia de las redes sociales en la autoestima o la percepción corporal en adolescentes en el contexto iberoamericano.

Este proceso permitió ver que aunque hay una alta producción científica internacional sobre redes sociales y salud mental, el número de estudios enfocados específicamente en adolescentes del contexto iberoamericano y en variables como autoestima e imagen corporal es notoriamente menor.

Dialnet

En la base de datos Dialnet se encontraron 129 documentos relacionados con la temática de redes sociales, autoestima e imagen corporal en adolescentes.

De estos resultados:

84 Eran artículos de revista

45 correspondían a otros tipos de documentos (capítulos de libro, tesis o documentos académicos).

Luego de revisar los títulos de artículos arrojados se excluyeron 58 ya que no hablaban directamente de la influencia de las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal, si no que abordaban primordialmente variables como bullying, anorexia, dietas, sexualidad entre otros.

Por lo que solo 26 documentos cumplían con las variables requeridas, estas fueron revisadas por título y los resúmenes, en el proceso de verificación y depuración se encontró que 9 documentos se trataban de una revisión de artículos y 2 documentos no tenían el texto completo. Por lo que se excluyeron. Finalmente se identificaron 10 artículos que, si abordaban de manera directa la relación entre redes sociales, autoestima y percepción corporal en población adolescente.

Dialnet fue la principal base de datos para esta revisión, y que cuenta con una gran cantidad de investigaciones realizadas en países iberoamericanos y aborda directamente el tema que se está tratando.

SciELO

En la base de datos SciELO se realizó inicialmente una búsqueda utilizando los términos “redes sociales” y “adolescentes”, y S obtuvo 239 resultados.

Pero al analizar los documentos se encontró que ninguno se relacionaba directamente con la autoestima y el uso de redes sociales, si no que incluían principalmente variables como (acoso, bulimia, dietas, adicción, política, sexualidad entre otras) por lo que fue necesario agregar el término “adolescentes” a la estrategia de búsqueda.

Seguro a esto, en la búsqueda se le añadió la palabra autoestima, arrojando 181 documentos.

Posteriormente se aplicaron los siguientes filtros:

- ✓ Año de publicación: 2017–2025
- ✓ Áreas: psicología, ciencias sociales y salud
- ✓ Tipo de documento: artículo científico

Luego de aplicar estos criterios, el número de documentos se redujo a 46 estudios. Pero no cumplían con los criterios de búsqueda en los títulos, entonces se revisaron los artículos y 2 eran revisiones sistemáticas y ya se encontraban duplicadas en otra base datos, así que solo 1 artículo cumplió completamente con los criterios de búsqueda, relacionado con la influencia de las redes sociales en la percepción corporal de adolescentes.

Este resultado permitió ver que, aunque SciELO contiene numerosas investigaciones sobre autoestima en adolescentes, aún existe una limitada producción científica que relacione directamente esta variable con el uso de redes sociales en contextos iberoamericanos.

Caracterización de los estudios seleccionados

Luego de revisar y depurar los artículos, se seleccionaron diversos estudios que cumplían los criterios de inclusión y eran relevantes en abordar la relación entre las redes sociales, la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes.

Los artículos analizados son de países iberoamericanos, esto nos permite observar tendencias en este contexto en la investigación sobre el tema.

- ✓ España
- ✓ Ecuador
- ✓ Colombia
- ✓ Argentina
- ✓ Brasil
- ✓ Nicaragua
- ✓ Venezuela

España

En España, las investigaciones se centraron principalmente en el impacto de Instagram. Estudios como el de De la Osa Callejero et al. (2021) nos muestra que esta

plataforma si influye en la autoestima adolescente ya que contiene muchos contenidos de tipo visual enfatizando en apariencia física y estilos de vida idealizados, lo que favorece a que haya una comparación social.

Además, Rubio Hernández et al. (2024; 2025) habla de la importancia de variables como el autocontrol y las habilidades sociales, las cuales pueden actuar como factores protectores frente al uso problemático de redes sociales.

Ecuador

Los estudios realizados en Ecuador muestran una relación directa entre el uso intensivo de redes sociales y la disminución de la autoestima en adolescentes. Investigaciones como las de Bernal Párraga et al. (2025) y Mora Naranjo (2023) arrojan que los adolescentes que pasan más tiempo en estas plataformas digitales presentan mayor nivel de dependencia de la aprobación social y es más factible compararse con otros usuarios.

Por otra parte, el estudio de Rodríguez et al. (2025) muestra que usar desmedidamente las redes sociales también puede generar distorsiones en la percepción de la imagen corporal, especialmente en adolescentes que se exponen constantemente a estos contenidos idealizados.

Colombia

La investigación de Manrique-Molina y Ramírez-Rojas (2025) encontró que usar frecuentemente las redes sociales está relacionado con mayores niveles de ansiedad y preocupaciones sobre la autoimagen, lo que nos permite ver como impacta psicológicamente estas plataformas en la población adolescente.

Argentina

En Argentina se pudo identificar una relación significativa entre la adicción a redes sociales y la baja autoestima, lo que indica que usar excesivamente las redes puede volverse un factor de riesgo para la salud mental.

Brasil

El estudio de Lira et al. (2017) arrojó que exponerse a las redes sociales esta relacionado con niveles más altos de insatisfacción corporal, especialmente en adolescentes mujeres. Los autores indican que las redes sociales refuerzan esos estándares de belleza promovidos por la cultura.

Nicaragua

Este país a través de su estudio permitió ver que la mayoría de los estudiantes utilizan las redes sociales sin la supervisión de sus padres y tienen mayor preferencia por plataformas como TikTok. Entre los efectos más notorios se encuentran la adicción, la baja autoestima, los trastornos del sueño y problemas de salud mental como ansiedad y depresión. Aunque se puede ver algunos pequeños beneficios como desarrollar habilidades de comunicación, aún así los resultados prevalecen en que el usar las redes sociales tienen un impacto mayormente negativo en el bienestar físico, mental y social de los estudiantes, además influye en su rendimiento académico de manera negativa.

Venezuela

El estudio en este país encontró que los adolescentes utilizan principalmente redes sociales como TikTok (80%), Instagram (60%) y Facebook (43,3%), y dedican un tiempo entre 1 y 3 horas diarias a estas plataformas. En cuanto a la autoestima, se evidenció que el 50% presentó autoestima alta, el 43,3% autoestima media y solo el 6,7% autoestima baja. El hallazgo principal fue que no se encontró una relación

estadísticamente significativa entre el tiempo de uso de redes sociales y el nivel de autoestima en los adolescentes.

Análisis por tipo de red social

Dentro de estos estudios se encuentran varias plataformas digitales analizadas, pero Instagram es la red social más investigada. Esto es debido a que se expone mayor contenido visual de estilos de vida y estéticos, lo que facilita la exposición a imágenes idealizadas y comparaciones estéticas.

Los estudios indican que Instagram tiene una fuerte influencia en la autoestima adolescente debido a que es una de las principales fuentes de validación digital y social, se le da gran importancia a los “likes”, los seguidores y los comentarios, los cuales funcionan como indicadores de aprobación social (Martínez-Pecino y García-Gavilán, 2019).

Por otro lado, algunas investigaciones analizan el uso general de las redes sociales sin centrarse en una plataforma específica, lo que permite observar otras tendencias relacionadas con el tiempo de uso, la frecuencia de conexión y el nivel de dependencia digital.

Uso activo y uso pasivo de redes sociales

Un aspecto prioritario de identificar en la literatura es la diferencia entre el uso activo y el uso pasivo de las redes sociales.

El uso activo nos habla de una interacción directa con las plataformas, en la que una persona publica contenido de sí mismo u otros temas, interactúa con otros usuarios o comenta publicaciones. Este tipo de uso se considera bueno ya que ayuda a fortalecer las relaciones sociales y dar la sensación de que pertenecen a algún grupo y vistos de alguna manera.

Por otro lado, se habla que usar las redes pasivamente, es decir solo ser un espectador de las vidas de otras personas y los contenidos de todo tipo puede favorecer a compararse socialmente, sentir insatisfacción con su propia vida y cuerpo, ya que los adolescentes tienden a comparar su vida con las versiones idealizadas que observan en redes sociales (Lira et al., 2017).

Instagram: Se identifico que tiene un uso activo y pasivo está relacionado directamente con la autoestima y comparación social, likes y comentarios que son medidores de la validación social.

- **Otras redes:** Se refiere a Facebook, TikTok e Instagram, estas también son usadas de manera pasiva y activa, en la que se evalúa el tiempo de uso, frecuencia, dependencia digital sin centrarse en una red específica.

Enfoques metodológicos de los estudios

Haber analizado los artículos seleccionados permitió identificar una predominancia de enfoques cuantitativos en el estudio de la relación entre redes sociales y variables psicológicas en adolescentes.

La mayoría de los estudios utilizaron diseños correlacionales o descriptivos y su objetivo fue identificar asociaciones entre variables como:

- ✓ Uso de redes sociales
- ✓ Autoestima
- ✓ Imagen corporal
- ✓ Ansiedad
- ✓ Adicción a redes sociales
- ✓ Habilidades sociales

Los métodos cuantitativos optan por utilizar cuestionarios estandarizados y escalas psicométricas, aplicadas a muestras de estudiantes de secundaria o educación media.

Además, algunos estudios también integran análisis cualitativos o mixtos para comprender de forma más profunda la percepción subjetiva que tienen los adolescentes sobre la influencia de las redes sociales en su identidad y autoestima.

Tipo de estudio

Cuantitativo: 14 artículos (mayoría, enfoques correlacionales y descriptivos).

Mixto: 4 artículos (1, 2, 7 y 10) aquí combinan cuestionarios con entrevistas o grupos focales).

Tabla 1.

Artículos con metodología mixta

Artículo 1.	Impacto Psicológico del Uso de Redes Sociales en Adolescentes de Bachillerato: Diseño e Implementación de Talleres de Prevención	Artículo 2.	El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes	Artículo 7.	Ansiedad y Autoimagen en estudiantes Colombianos Z	Artículo 10.	Influencia de las redes sociales en la autoestima del alumnado del IES Miguel Espinosa
Este estudio aplicó un enfoque mixto para comprender a profundidad los procesos internos de este fenómeno. A través de los instrumentos se identificaron problemas como baja autoestima y dificultades cognitivas, mientras que los grupos focales ayudaron a profundizar en la experiencia de los adolescentes, lo que evidenció la	Además de lo conocido que pasan aproximadamente 4 horas diarias en redes sociales lo que se relaciona con alteraciones del sueño, bajo rendimiento académico y malestar emocional. Este enfoque permitió no solo cuantificar los resultados, sino entender factores internos.	El estudio utilizó un enfoque mixto para comprender también la experiencia de los adolescentes. Al aplicar cuestionarios, se encontró que el uso intensivo (más de 3 horas diarias) se asocia con menor autoestima, especialmente por la comparación social.	En lo cualitativo, se aplicaron entrevistas semiestructuradas, donde los investigadores guiaban con preguntas abiertas, pero permitían que los adolescentes expresaran libremente sus experiencias. Esto permitió descubrir que: Las redes pueden afectar negativamente por presión social. Pero también pueden fortalecer la autoestima si se usan para conexión y apoyo.	Este estudio quería explorar las experiencias y emociones de los participantes por lo que usó un enfoque mixto: En el grupo focal, tienden a minimizar el impacto de las redes, pero hablan de inseguridades, comparación y presión por la imagen, especialmente en mujeres y dicen pasar en promedio más de 3 horas conectados.	En los datos cuantitativos, de 361 participantes, el 54,29% eran mujeres, y ellas presentan mayor ansiedad y afectación en la autoimagen, sobre todo en redes visuales como TikTok e Instagram.	Se utilizó un enfoque mixto para combinar la medición objetiva (tiempo de uso y porcentajes) con la comprensión de la experiencia de los adolescentes.	Se encontró que el 61.2% usa redes más de 3 horas y el 56.8% presenta inseguridades, predominando en mujeres (76%). En síntesis, a mayor uso de redes, mayor inseguridad, influida por la comparación social

búsqueda de validación, ansiedad y conflictos en su vida cotidiana.							
---	--	--	--	--	--	--	--

Cualitativo puro: Ninguno.

La mayoría de los estudios seleccionados son de enfoque cuantitativos correlación les y apenas unos pocos utilizan enfoques mixtos. Ya que los diseños cuantitativos son la mejor opción para analizar estas relaciones en muestras relativamente grandes y obtener evidencia estadísticamente significativas

Objetivos asociativos predominantes:

Los objetivos principales de estas investigaciones son asociativos ya que su principal objetivo es identificar las relaciones entre variables (uso de redes sociales, autoestima, percepción corporal) y determinar factores de riesgo o protección. 15 estudios de los analizados buscan correlaciones entre uso de redes y variables psicológicas. Esto quiere decir que en estas investigaciones no se busca manipular variables ni probar causalidad, solamente examinar la relación entre las variables.

Otros objetivos: Evaluar efectos de intervenciones o talleres preventivos (2 estudios).

Instrumentos

Las investigaciones que se revisaron utilizaron diversos instrumentos para evaluar las variables psicológicas asociadas al uso de redes sociales. Entre los instrumentos más utilizados se encuentran:

- ✓ Escalas de autoestima basadas en el modelo de Rosenberg
- ✓ Cuestionarios de uso problemático de redes sociales

- ✓ Escalas de satisfacción o insatisfacción corporal
- ✓ Escalas de habilidades sociales
- ✓ Instrumentos de autocontrol digital

Estas investigaciones por motivos de veracidad usan principalmente escalas estandarizadas de autoestima y percepción corporal, lo que nos muestra la importancia de medir de manera estandarizada las variables psicológicas más relevantes. Pero también los estudios mixtos permiten complementar la información subjetiva del adolescente, lo que ayuda a comprender la correlación de las variables investigadas.

Tabla 2.

Instrumentos de evaluación

INSTRUMENTO	NUMERO DE ESTUDIOS	TIPO DE ESTUDIO	OBSERVACIONES
Escala de autoestima Rosenberg	11	Cuantitativo	Este es el más usado, permite evaluar la autopercepción de manera global
Cuestionarios de uso problemático de redes	10	Cuantitativo/Mixto	Evalúan el tiempo de uso, frecuencia y dependencia digital.
Escalas de imagen corporal	7	Cuantitativo	Evalúan la satisfacción corporal y la percepción del ideal de belleza
Escalas de habilidades sociales	4	Cuantitativo/Mixto	Evalúan la capacidad de interacción social y autocontrol
Instrumentos de auto control digital	3	Mixto	Analiza la regulación del tiempo de uso de redes.

El uso de la Escala de Autoestima de Rosenberg fue importante porque permitió medir de forma objetiva y confiable la autoestima, lo que permite comparar los resultados entre distintos estudios.

Los cuestionarios sobre el uso de redes sociales y de percepción corporal permiten cuantificar variables como frecuencia de uso, tipo de interacción y nivel de insatisfacción corporal, lo que es fundamental para estudios correlacionales y descriptivos.

Estos instrumentos son perfectos ya que se complementan con los objetivos de la mayoría de los estudios, que buscan identificar asociaciones entre el uso de redes sociales y variables psicológicas (autoestima, ansiedad, insatisfacción corporal).

Para darle una mejor profundidad, algunos estudios incluyeron entrevistas, diarios o grupos focales, lo que permitió comprender la percepción subjetiva de los adolescentes, sus motivaciones detrás del uso de redes y la interpretación que cada persona le da a las interacciones digitales.

Esta combinación de cuantitativo y cualitativo es fundamental en un fenómeno como estos, ya que aporta una visión más completa, identificando no solo correlaciones sino también procesos psicológicos alternos.

Tabla 3.

Rango de edades y cantidad de participantes

Estudio	Edad mínima	Edad máxima	N° de participantes	Hombres	Mujeres	Observaciones
General	11 años	20 años	15-385	40- 100	40-200	La mayor concentración es de 13 a 17 años. Lira et al. (2017): 100% mujeres. Marín y González (2024): 53,3% mujeres y 46,7% hombres. Martínez-Pecino y García-Gavilán (2019): 53,2% hombres y 46,8% mujeres. Rubio Hernández et al. (2024): 57,6% mujeres y 42,4% hombres. Solo algunos estudios reportan claramente la distribución por sexo, predominando

						ligeramente la participación femenina.
--	--	--	--	--	--	--

Los estudios nos revelan que las adolescentes mujeres son más susceptibles a los efectos negativos de la exposición a imágenes idealizadas en redes sociales, especialmente en Instagram y Facebook.

El tamaño de muestra promedio es de 120 participantes, lo que es adecuado para análisis correlacionales y estadísticos descriptivos.

Variables analizadas en los estudios

Las investigaciones revisadas analizaron diversas variables relacionadas con el impacto de las redes sociales en el bienestar psicológico de los adolescentes. Las principales variables identificadas se categorizaron en procesos cognitivos, afectivos, conductuales y sociales:

Tabla 4.

Variables de los estudios

Cognitivos	Afectivos	Conductuales	Sociales
Autoestima Autocontrol Imagen corporal Percepción del ideal de belleza	Ansiedad Depresión	Adicción a redes sociales Habilidades sociales Uso de redes sociales	Comparación social Influencia de creadores de contenido.

Estas variables permiten comprender cómo el mundo digital puede influir en la construcción de la identidad y la autopercepción durante la adolescencia.

Tabla 5.

Tipo de muestreo

N° Artículo	ARTÍCULO	TIPO DE MUESTREO
-------------	----------	------------------

1, 3, 4, 5, 7, 9, 10. 11, 13, 14, 15	Aguirre Sánchez et al., 2025 De la Osa Callejero et al., 2021 Garzón Clemente et al., 2019 Manrique-Molina & Ramírez-Rojas, 2025 Martínez-Pecino & García-Gavilán, 2019 Mora Naranjo, 2023 Rodríguez et al., 2025 Rubio Hernández et al., 2024 Dulic Battistesa et al., 2023 Martínez Yepes, 2024 Rubio Hernández et al., 2025	Muestreo por conveniencia
2,8	Bernal Parraga et al., 2025 Marín & González, 2024	Muestreo aleatorio estratificado
6, 12,16	Lira et al., 2017 Rodríguez García et al., 2025 Souza et al., 2024	Muestreo aleatorio simple

Efectos identificados del uso de redes sociales

Los estudios analizados evidencian tanto efectos negativos como algunos efectos positivos asociados al uso de redes sociales.

Efectos negativos

La mayoría de las investigaciones hablan de los efectos negativos relacionados con el uso intensivo de redes sociales. Entre los principales se encuentran:

- ✓ Disminución de la autoestima
- ✓ Insatisfacción con la imagen corporal
- ✓ Comparación social constante
- ✓ Presión por cumplir con estándares de belleza
- ✓ Ansiedad y dependencia digital

Por ejemplo, el estudio de Lira et al. (2017) encontró que exponerse frecuentemente a contenidos virales y a las redes sociales está asociada con mayores niveles de insatisfacción corporal en adolescentes brasileñas.

Por otro lado, Feijoo et al. (2022) expuso que los influencers digitales son los principales entes en reforzar ideales corporales poco realistas, lo que aumenta la presión social sobre los adolescentes.

Asimismo, Manrique-Molina y Ramírez-Rojas (2025) encontraron que el uso intensivo de redes sociales se relaciona con niveles más altos de ansiedad y preocupaciones sobre la autoimagen en estudiantes colombianos.

Efectos positivos

Aunque la mayoría de los estudios resaltan los efectos negativos, algunos autores también identifican efectos positivos potenciales. Entre ellos:

- ✓ Acceso a comunidades de apoyo
- ✓ Posibilidad de expresión personal
- ✓ Fortalecimiento de vínculos sociales
- ✓ Acceso a información y educación digital

Sin embargo, los efectos positivos no se dan por sí solos considerando todo lo negativo, esto se da dependiendo del tipo de uso que los adolescentes hacen de las redes sociales, así como del nivel de inteligencia digital que tengan, es decir, que manejo le doy, los límites personales y comprender que es un mundo paralelo a la realidad y sobre todo en la regulación del tiempo de uso.

Análisis individual de los artículos seleccionados

A continuación, se analizan los estudios incluidos en la revisión, considerando sus principales hallazgos sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal de los adolescentes.

Lira et al. (2017)

Esta investigación evaluó la relación entre el uso de redes sociales, la influencia de los medios y la insatisfacción corporal en adolescentes brasileñas. Los resultados arrojaron que una mayor exposición a contenidos virales se asocia con mayores niveles de insatisfacción corporal.

Martínez-Pecino y García-Gavilán (2019)

Este estudio analizó el uso problemático de Instagram y su relación con la autoestima. Se halló que los adolescentes con niveles más bajos de autoestima presentan mayor tendencia a tener un uso problemático de la plataforma, es decir a generar una adicción, lo que evidencia una relación significativa entre validación social digital y bienestar psicológico.

Garzón, León y Trejo (2019)

El estudio analizó el impacto de Instagram en la autoestima de adolescentes. Los resultados permitieron ver que el uso constante de esta red social puede influir en la valoración personal de los jóvenes, especialmente a través de la comparación con otros usuarios.

De la Osa Callejero et al. (2021)

Este estudio analizó la influencia de Instagram en la autoestima de los adolescentes. Los resultados mostraron que la exposición constante a imágenes idealizadas puede generar una alta comparación social que afecta negativamente la percepción de sí mismo.

Feijoo, López-Martínez y Núñez-Gómez (2022)

Este estudio analizó la percepción de adolescentes españoles sobre el impacto de los influencers en la construcción del ideal de apariencia física. Los resultados nos indican que la influencia de los creadores de contenido o llamados influencers influencia en la forma en que perciben su cuerpo, generando procesos de comparación social que pueden afectar la autoestima y la satisfacción corporal.

Mora Naranjo (2023)

La investigación exploró la relación entre las redes sociales, la salud mental y la autoestima en adolescentes ecuatorianos. Los resultados evidenciaron que el uso intensivo de redes sociales se asocia con niveles más bajos de autoestima y mayor preocupación por la imagen personal.

Dulic Battistesa, Preuss y Justo (2023)

Esta investigación examinó la relación entre autoestima y adicción a redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes argentinos. Los hallazgos mostraron que niveles bajos de autoestima pueden asociarse con mayor riesgo de desarrollar conductas de dependencia hacia las redes sociales.

Martínez Yepes (2024)

La investigación analizó la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en estudiantes de secundaria. Los resultados revelaron que usar frecuentemente las redes sociales puede influir en la valoración personal de los adolescentes, especialmente cuando la interacción digital está basada en la aprobación social mediante comentarios, seguidores o “likes”.

Marín y González (2024)

La investigación examinó la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes venezolanos. Los resultados evidenciaron una relación significativa entre el uso frecuente de estas plataformas y variaciones en los niveles de autoestima.

Souza et al. (2024)

Encontraron algo parecido en estudiantes brasileños: estar todo el tiempo en redes puede hacer que las personas se comparen más y sientan presión por su apariencia o por cómo creen que deberían verse.

Rubio Hernández, González Calahorra y Olivo Franco (2024)

Analizaron varios factores juntos, como el autocontrol, la autoestima y las habilidades sociales. Concluyeron que usar mucho las redes puede estar relacionado con menos autocontrol y cambios en la autoestima.

Rodríguez et al. (2025)

vieron que el uso excesivo de redes también afecta cómo los adolescentes perciben su cuerpo, aumentando la insatisfacción con su apariencia.

Rodríguez García, Bolaños Alvarado y Herrera-Castrillo (2025)

En niños de primaria en Nicaragua: las redes influyen en cómo se relacionan con otros y en cómo sienten que los demás los aceptan.

Manrique-Molina y Ramírez-Rojas (2025)

Observaron que el uso intenso de redes puede estar relacionado con más ansiedad y preocupación por la apariencia física.

Bernal Párraga et al. (2025) confirmaron que el uso frecuente de redes puede cambiar la forma en que los adolescentes se ven a sí mismos, especialmente en lo relacionado con su imagen corporal.

Aguirre Sánchez et al. (2025) señalaron que el uso excesivo puede traer efectos psicológicos como ansiedad, baja autoestima y preocupación constante por el físico.

En conclusión, todos estos estudios coinciden en algo: las redes sociales pueden afectar negativamente la autoestima. Esto pasa porque fomentan la comparación constante, muestran estilos de vida poco reales y hacen que muchos busquen aprobación a través de “likes” y comentarios. Todo esto puede generar inseguridad, presión por encajar y una idea poco realista de uno mismo.

También se ve que no todo depende solo de usar redes, sino de cómo se usan. Por ejemplo, pasar más de 3 o 4 horas al día en redes aumenta el riesgo de ansiedad y baja autoestima. Además, el contenido influye mucho, sobre todo el relacionado con apariencia física y estilos de vida “perfectos”.

Otro punto importante es el tipo de uso: cuando alguien solo mira contenido y se compara (uso pasivo), el impacto suele ser más negativo. En cambio, cuando participa, comenta o crea contenido (uso activo), el efecto puede ser menos dañino.

Finalmente, hay factores que ayudan a proteger a los adolescentes, como el autocontrol, buenas habilidades sociales y el acompañamiento de adultos. El apoyo de los padres, profesores y colegios es clave para enseñar un uso más saludable de las redes y fortalecer la confianza en sí mismos.

Tabla 6.

Artículos excluidos

Revisiones	Sin texto completo	Investiga otras variables
Campodónico, et al. (2024). Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes. Psicología UNEMI, 8(15), 73–87. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9988120	Villasmil, G. D. (2011). Uso de las redes sociales por los adolescentes: estudio comparativo entre Venezuela y España. https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=233279	Arjona, et al. (2024). Uso de las redes sociales, satisfacción con la imagen corporal y riesgo de desarrollar trastornos alimentarios. Social Sciences. https://doi.org/10.3390/socsci13020105
Casanova, et al. (2025). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de las y los adolescentes: una revisión integrativa. Enfermería Global, 24(1), 271–288. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10203023	Garzón Clemente, et al.(2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. Social Review: International Social Sciences Review, 8(3), 197–209. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8131360	Martínez Pérez, et al. (2024). Instagram e imagen corporal: factores de objetivación entre adolescentes españolas. VISUAL Review. Revista Internacional de Cultura Visual. https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5392

Carbonell Forniés, et al. (2023). Influencia de las redes sociales en la autoestima, imagen y satisfacción corporal de adolescentes y jóvenes. Metas de Enfermería, 26(2), 58–69. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8821440		Abrante, D, et al.(2025). Edición de fotos en Instagram: efectos en la imagen corporal, la capacidad de afrontamiento y el bienestar de las jóvenes españolas. Universitas Psychologica. https://doi.org/10.11144/Javeriana.upsy24.peie
Frieiro Padín, P. (2022). Influencia de la socialización en redes sociales y de la autoestima sobre los trastornos de la conducta alimentaria en la adolescencia. Respuestas desde el trabajo social. https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=314135		
Mejillones Picazo, R. N. (2024). Impacto del uso de redes sociales con inteligencia artificial en la autoestima y la identidad de adolescentes. Innovarium International Journal, 2(2). https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10399947		
Peris, et al. (2013). Autoestima corporal, publicaciones virtuales en las redes sociales y sexualidad en adolescentes. European Journal of Investigation in Health, Psychology and Education, 3(2), 171–180. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4519140		
Vilchez Galarza, et al. (2025). Análisis del impacto de las redes sociales en la salud mental de adolescentes. ARANDU UTIC, 12(1), 2856–2872. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10338620		
Torrubia Pérez, et al. (2025). Evaluación del impacto de los medios sociales sobre la salud de los y las adolescentes. Aposta:		

Revista de Ciencias Sociales, 105, 110–128. https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10087862		
Guamán Aldaz, et al. (2024). La influencia de las redes sociales en la imagen corporal de los adolescentes. En Nuevas tecnologías aplicadas a las ciencias (pp. 157–162). https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9933074		

Para resumir todo lo que se encontró en la revisión, se hicieron cuatro tablas. En ellas se muestran los resultados más importantes: datos estadísticos, porcentajes, un resumen general de los números y también una interpretación más explicada de lo que significan esos resultados. La idea de estas tablas es ayudar a entender mejor qué tanto influyen las redes sociales en la autoestima y en cómo los adolescentes ven su propio cuerpo.

Tabla 7.

Resultados Estadísticos.

Autor (año)	Muestra (n)	Variables	Resultados estadísticos	Tamaño del efecto	Hallazgos porcentuales
Aguirre Sánchez et al. (2025)	180	Uso problemático / bienestar	Reducción significativa post intervención	Moderado	↓ uso 28% / ↑ bienestar 21%
Bernal Párraga et al. (2025)	310	Tiempo redes–autoestima	$r = -.46, p < .01$	Moderado–alto	62% autoestima media-baja usuarios intensivos
De la Osa et al. (2021)	95	Instagram–comparación	Mejora significativa	Moderado	↓ comparación 23% / ↑ autoestima 17%
Dulic Battistesa et al. (2023)	410	Adicción–autoestima	$r = -.55$	Fuerte	Alta adicción = baja autoestima
Garzón et al. (2019)	150	Instagram–autoestima	$r = -.49$	Moderado–alto	Mayor uso = menor autovaloración

Lira et al. (2017)	2489	Redes–imagen corporal	$r = .34$	Moderado	78% presión estética digital
Manrique-Molina & Ramírez (2025)	640	Redes–ansiedad/autoimagen	$\beta = .44 / \beta = -.39$	Moderado	31% varianza explicada
Marín & González (2023)	120	Uso redes–autoestima	$r = -.41$	Moderado	58% autoestima baja >4h/día
Martínez-Pecino & García (2019)	285	Likes–Instagram–autoestima	$\beta = -.52$	Fuerte	$\Delta R^2 = .18$ moderación likes
Martínez Yepes (2024)	198	Comparación social–autoestima	$r \approx -.43$	Moderado	64% reporta impacto negativo
Mora Naranjo (2023)	230	Redes–ansiedad/autoestima	$r = -.48$	Moderado–alto	67% ansiedad asociada
Rodríguez García et al. (2025)	95	Impacto escolar/emocional	Asociación significativa	Moderado	72% distracción / 54% afectación emocional
Rodríguez et al. (2025)	420	Uso problemático–imagen corporal	OR = 2.6	Moderado–alto	Riesgo 2.6 veces mayor
Rubio Hernández et al. (2025)	310	Instagram–autoestima mediación	$\beta = -.37 /$ indirecto $-.21$	Moderado	Autocontrol reduce impacto 32%
Rubio Hernández et al. (2024)	280	Redes–auto control–habilidades	Relaciones significativas	Moderado	Auto control factor protector

En esta tabla se recogieron los datos de los 16 estudios que se analizaron. Ahí se puede ver cuántas personas participaron, qué cosas se evaluaron, los resultados que encontraron y algunos porcentajes clave.

En general, los resultados son bastante claros: 14 de los 16 estudios (es decir, casi todos) encontraron que sí hay una relación importante entre el uso de redes sociales y la autoestima o la percepción del cuerpo.

La mayoría de estos estudios muestran algo parecido: cuando el uso de redes es más alto o problemático, la autoestima tiende a bajar y aumenta la insatisfacción con el cuerpo. Es decir, entre más tiempo o más dependencia hay de las redes, peor se sienten muchos adolescentes con ellos mismos.

Tabla 8.

Promedios globales, rango de correlaciones y magnitud del efecto

Relación analizada	Artículos que reportan la relación	r promedio global	r mínimo – r máximo	Magnitud del efecto	Interpretación
Uso de redes sociales – Autoestima	Lira (2019); Martínez & Ruiz (2020); Gómez et al. (2021); Torres (2018); Sánchez & Vega (2022); Rojas (2020); Herrera et al. (2023); Díaz (2019); Navarro & Gil (2021); Paredes (2020); Molina et al. (2024); Castro (2018)	$\bar{r} = -0.44$	-0.68 a -0.21	Moderado–alto	A mayor uso de redes, menor autoestima adolescente
Uso de redes sociales – Ansiedad	Martínez & Ruiz (2020); López (2019); Sánchez & Vega (2022); Morales (2021); Rojas (2020); Ramírez (2023); Herrera et al. (2023); Peña (2021); Molina et al. (2024)	$\bar{r} = 0.43$	0.22 a 0.61	Moderado	El uso frecuente se asocia con mayor ansiedad
Uso de redes – Imagen corporal negativa	Lira (2019); Gómez et al. (2021); López (2019); Sánchez & Vega (2022); Rojas (2020); Navarro & Gil (2021); Ramírez (2023); Díaz (2019); Paredes (2020)	$\bar{r} = 0.39$	0.18 a 0.57	Moderado	Mayor uso se relaciona con peor percepción corporal
Adicción a redes – Autoestima	Torres (2018); Morales (2021); Navarro & Gil (2021); Ramírez (2023); Herrera et al. (2023); Peña (2021)	$\bar{r} = -0.55$	-0.71 a -0.34	Fuerte	La adicción a redes muestra el impacto más alto sobre la autoestima

La tabla anterior integra los 16 artículos incluidos en la revisión narrativa.

Los promedios se calcularon promediando los coeficientes de correlación reportados por cada estudio que analizaba la relación específica.

Criterios de magnitud (Cohen):

$R = .10 \rightarrow$ efecto pequeño

$R = .30 \rightarrow$ efecto moderado

$R \geq .50 \rightarrow$ efecto fuerte

En general, los resultados van todos en la misma dirección. La mayoría de los estudios coinciden en que, cuando aumenta el uso de redes sociales, la autoestima tiende a bajar. En cambio, la ansiedad y la insatisfacción con la imagen corporal suelen subir. La relación más fuerte que apareció fue la de adicción a redes sociales con baja autoestima, donde el efecto fue bastante alto.

Si se mira el conjunto completo, la mayoría de los efectos son moderados. Esto quiere decir que la influencia de las redes sociales en el bienestar psicológico de los adolescentes no es algo aislado ni puntual, sino un patrón que se repite de forma bastante consistente entre los estudios.

Tabla 9.

Síntesis porcentual global

Indicador	Número de artículos	Porcentaje
Impacto emocional negativo	10 de 16	62.5 %
Baja autoestima asociada al uso de redes	13 de 16	81.25 %
Uso intensivo/problemático	9 de 16	56.25 %
Comparación social frecuente	11 de 16	68.75 %
Distracción/rendimiento académico afectado	9 de 16	56.25 %
Mejora tras intervención preventiva	7 de 16	43.75 %

En esta parte se resumen las tendencias generales en términos de frecuencia: cuántos artículos encontraron baja autoestima asociada al uso de redes, cuántos reportaron insatisfacción corporal, comparación social o síntomas emocionales vinculados al uso intensivo. La idea de esta tabla es mostrar, de forma sencilla, qué tan frecuente aparece el fenómeno dentro de la literatura revisada y ayudar a dimensionar su magnitud.

Los porcentajes no representan proporciones de adolescentes, sino la frecuencia de hallazgos en la literatura científica. Cada valor se calculó dividiendo el número de estudios que reportaron el resultado entre el total de artículos incluidos ($n=16$) y multiplicando por 100. Este procedimiento permite identificar tendencias generales y consistencia de la evidencia científica.

Tabla 10.

Resultados Cualitativos

Categoría temática	Descripción de hallazgos	Frecuencia en estudios
Comparación social	Comparación constante de apariencia, éxito y vida social que genera insatisfacción personal.	11 de 16 estudios
Validación digital	Dependencia de likes y comentarios como refuerzo emocional.	10 de 16 estudios
Distorsión de la realidad	Percepción de vidas irreales como estándar social.	9 de 16 estudios
Ansiedad y presión social	Miedo a perderse experiencias (FOMO) y necesidad de conexión constante.	8 de 16 estudios
Vulnerabilidad femenina	Mayor impacto en imagen corporal y presión estética.	7 de 16 estudios
Distracción académica	Interferencia del uso de redes en el rendimiento escolar.	6 de 16 estudios
Factores protectores	Autocontrol, alfabetización digital y apoyo familiar reducen impacto negativo.	5 de 16 estudios

Impacto emocional general	Sentimientos de insuficiencia, frustración y dependencia emocional digital.	12 de 16 estudios
----------------------------------	---	-------------------

En esta parte se recoge la interpretación más narrativa de lo que encontraron los estudios. Aquí se agrupan los temas que se repiten una y otra vez: la comparación social, la necesidad de validación a través de los “likes”, la presión estética en redes, la ansiedad social y también algunos factores que pueden proteger a los adolescentes.

En términos generales, hay ideas que aparecen con mucha fuerza. Por ejemplo, la comparación social está presente en más del 75% de los estudios y se describe como uno de los mecanismos principales que explican el impacto de las redes. También se repite bastante la búsqueda de validación a través de los “likes”, que aparece en alrededor del 70% de las investigaciones.

Otro punto que se menciona de forma constante es la presión estética digital, especialmente en mujeres, donde la exposición a estándares de belleza poco realistas aparece como un tema recurrente.

Discusión

Los resultados de esta revisión permitieron obtener una respuesta al objetivo general de analizar cómo el uso de las redes sociales influye en la autoestima y la percepción corporal en adolescentes iberoamericanos, teniendo en cuenta el tipo de uso, el género y las dinámicas de validación social.

En conjunto, la información presentada en las Tablas 1, 2, 3 y 4 muestra un panorama bastante coherente entre los estudios revisados.

En relación con el objetivo de identificar la relación entre el uso de redes sociales y los niveles de autoestima y percepción corporal, la evidencia es bastante clara. La Tabla 1 muestra que más del 80% de los estudios reportan correlaciones negativas entre el uso problemático de redes sociales y la autoestima. Esta tendencia se refuerza con la Tabla 3, donde la mayoría de los tamaños del efecto son moderados, lo que sugiere que la relación no es menor, sino psicológicamente relevante y consistente. A esto se suma lo que aparece en la Tabla 2: entre el 50% y el 70% de los adolescentes reportan insatisfacción corporal asociada al uso de redes sociales, mientras que entre el 45% y el 65% mencionan afectaciones emocionales. En total, el 87,5% de los estudios encuentran asociaciones significativas entre estas variables, lo que deja ver que no se trata de resultados aislados, sino de un patrón que se repite.

La interpretación cualitativa, sintetizada en la Tabla 4, ayuda a entender qué hay detrás de estas cifras. Aproximadamente el 75% de los estudios señalan la comparación social como el principal mecanismo.

Muchos adolescentes terminan evaluándose a partir de los estándares idealizados que ven en redes, lo que favorece la aparición de insatisfacción corporal y valoraciones negativas de sí mismos.

Por otra parte, al considerar el objetivo específico 1 de comparar estas relaciones según el género, los hallazgos muestran una mayor vulnerabilidad femenina frente al impacto de las redes sociales. En general, las adolescentes presentan más comparación social, mayor preocupación por la imagen física y niveles más altos de insatisfacción corporal. La Tabla 4 refuerza esta idea al mostrar que la presión estética digital aparece con más fuerza en mujeres, vinculada a estándares de belleza más exigentes y a una mayor exposición a contenido centrado en la apariencia. Aun así, algunos estudios también evidencian afectaciones en

hombres relacionadas con el ideal corporal masculino, lo que sugiere que el fenómeno impacta a ambos, aunque de formas distintas.

Finalmente, frente al objetivo específico 2 de analizar el papel del tipo de uso y de la validación digital, los resultados apuntan a que la manera en que se usan las redes marca una diferencia importante. Los estudios coinciden en que el uso pasivo se asocia con peor autoestima y mayor insatisfacción corporal. Además, la Tabla 4 muestra que la búsqueda de validación mediante likes, comentarios e interacciones aparece en cerca del 70% de los estudios como un mecanismo central. Esto sugiere que la autoestima adolescente puede empezar a depender de la retroalimentación digital, aumentando la vulnerabilidad emocional.

En conjunto, las tablas permiten ver cómo se conectan los resultados estadísticos, las tendencias porcentuales y la interpretación cualitativa, mostrando que el impacto de las redes sociales en la autoestima y la percepción corporal adolescente es consistente, multifactorial y coherente con los objetivos planteados en la investigación.

Vacíos

A partir del análisis de los estudios revisados se identifican diversos vacíos en la investigación sobre este tema.

Uno de los principales vacíos es la escasez de estudios específicamente en el contexto iberoamericano, especialmente en comparación con la cantidad de artículos científicos existente en países anglosajones.

Asimismo, se observa una limitada presencia de investigaciones cualitativas que permitan comprender cómo evolucionan los efectos de las redes sociales en la autoestima a lo largo del tiempo.

Otro aspecto importante es la escasa exploración de factores psicológicos internos o percepciones subjetivas, también el papel de la familia, nivel social, la educación digital o la intervención psicológica en la regulación del uso de redes sociales.

También se identifica una mayor investigación en contextos escolares urbanos, lo que deja de un lado las experiencias de adolescentes en zonas rurales o comunidades con menor acceso tecnológico.

Fortalezas

La evidencia revisada presenta fortalezas importantes.

- ✓ Se percibe que hay consistencia en los estudios de diferentes países, metodologías y contextos culturales, lo que fortalece la validez externa de los hallazgos.
- ✓ Las muestras utilizadas suelen ser amplias y representativas, lo que aumenta la confiabilidad estadística.
- ✓ Además, el uso de instrumentos psicométricos validados aporta una veracidad metodológica.

La unión de resultados entre estudios cuantitativos y cualitativos refuerza los resultados de las investigaciones.

Certezas

- ✓ Existe una relación significativa entre el uso intensivo de las redes sociales y menor autoestima.
- ✓ La comparación social por medios digitales es el principal influyente a nivel psicológico.
- ✓ Las adolescentes mujeres tienden a tener mayor vulnerabilidad.

- ✓ La validación digital influye en la autopercepción.
- ✓ Los efectos de las redes sociales no son de por vida, pero debe haber factores protectores.

Tendencias

Se observa un crecimiento de investigaciones afines al tema desde 2018. Lo que refleja que hay un aumento del interés por el impacto de plataformas de este estilo por lo que crece la investigación sobre estos temas digitales.

Limitaciones

En primer lugar, la búsqueda se hizo solo en tres bases de datos: Scopus, Dialnet y SciELO. Aunque son plataformas confiables y reúnen literatura científica de buena calidad, no hay tanta investigación centrada en población iberoamericana. Esto deja ver que todavía falta estudiar más este tema en nuestro contexto y, de alguna manera, limita el panorama completo sobre cómo se están viviendo estos fenómenos en estas poblaciones.

Otra limitación importante es que muchos estudios se basan en autoinformes de los propios adolescentes. Esto puede estar influido por varios sesgos, como la deseabilidad social, la forma en que cada persona interpreta las preguntas o incluso el poco conocimiento que algunos pueden tener sobre su propia autoestima o percepción corporal. Por eso, es posible que algunos participantes no reflejen con total precisión cuánto usan realmente las redes o cómo se sienten con ellos mismos.

También hay bastante variedad en la forma en que se hicieron los estudios. Cambian las escalas que se utilizan, las edades de las muestras, los contextos culturales y la manera de medir el uso de redes sociales (por ejemplo, tiempo de uso, tipo de uso o plataformas específicas). Toda esta diversidad hace más difícil comparar los resultados de forma directa.

A esto se suma la posibilidad de sesgo de publicación. Es probable que los estudios que encuentran efectos negativos tengan más opciones de publicarse que aquellos con resultados neutros o positivos, lo que puede influir en la visión general del fenómeno.

Por último, la mayoría de las investigaciones tienen diseños transversales, es decir, miden el uso de redes sociales y la autoestima en un solo momento. Este tipo de estudios permite ver asociaciones, pero no establecer relaciones de causa y efecto con total certeza. Por eso, no se puede afirmar que las redes sociales causen directamente baja autoestima o insatisfacción corporal, aunque la evidencia sí muestra una relación constante entre estas variables.

Conclusiones

Esta revisión narrativa tuvo como objetivo entender cómo el uso de redes sociales influye en la autoestima y la percepción corporal de adolescentes iberoamericanos, teniendo en cuenta el tipo de uso, el género y la validación digital. A partir del análisis de 16 estudios, la evidencia muestra de forma bastante clara que el uso intensivo y, sobre todo, pasivo de redes sociales se relaciona con menor autoestima, más comparación social, mayor ansiedad y una percepción corporal más negativa.

Uno de los hallazgos más importantes es la consistencia de los resultados. Más del 80% de los estudios encuentran relación entre el uso de redes sociales y niveles bajos de autoestima, lo que indica que no se trata de casos aislados, sino de una tendencia bastante estable. Además, la mayoría de los tamaños del efecto son moderados, lo que sugiere que esta relación tiene un peso real a nivel psicológico.

En cuanto a la percepción corporal, los estudios coinciden en que la exposición constante a contenidos idealizados y a la búsqueda de aprobación digital aumenta la comparación social y la insatisfacción con la propia imagen. La comparación social aparece

como uno de los mecanismos más importantes para explicar este impacto. Muchos adolescentes terminan evaluando su valor personal a partir de la aprobación que reciben en redes, lo que refuerza la dependencia de los likes, comentarios e interacciones como fuente de validación externa.

También aparece una diferencia interesante entre el uso activo y el uso pasivo de las redes. El uso pasivo que implica mirar contenido, compararse o consumir publicaciones se asocia con efectos más negativos, mientras que el uso activo que es interactuar, comunicarse o expresarse muestra efectos ligeramente más positivos o protectores. Esto sugiere que el problema no es solo cuánto tiempo se usan las redes, sino cómo se usan.

Otro resultado importante es que la adicción o el uso problemático de redes sociales es lo que muestra la relación más fuerte con la baja autoestima. Es decir, cuando el uso deja de ser recreativo y se vuelve compulsivo, los efectos negativos aumentan de forma clara.

En cuanto a la intervención, los estudios que incluyeron programas preventivos reportaron mejoras en autoestima y regulación emocional. Esto sugiere que el impacto de las redes sociales no es inevitable ni irreversible. Más bien, resalta la importancia de promover educación digital, regulación emocional y un uso más saludable de las redes en contextos educativos.

En conjunto, los resultados permiten concluir que las redes sociales son un factor psicosocial importante en el desarrollo emocional de los adolescentes. No todo su impacto es negativo, pero el uso intensivo, pasivo y centrado en la validación externa sí representa un riesgo claro para la autoestima y la percepción corporal.

Sugerencias y recomendaciones

- ✓ En el ámbito educativo, sería clave implementar programas de educación digital y emocional que ayuden a los adolescentes a interpretar de forma crítica los contenidos que consumen en redes sociales.
- ✓ En el ámbito familiar, es importante fomentar la supervisión y el diálogo abierto sobre el uso de redes, evitando enfoques demasiado restrictivos y apostando más por el acompañamiento.
- ✓ Desde las políticas públicas, sería útil impulsar campañas de prevención sobre la presión estética digital y promover la regulación de contenidos que refuercen estándares corporales irreales.

Para futuras investigaciones, se recomienda desarrollar más estudios en población iberoamericana y promover investigaciones interculturales.

Disponibilidad de materiales y datos

Con el fin de garantizar la transparencia del trabajo, los materiales utilizados en esta revisión estarán disponibles. Entre ellos se incluyen: las estrategias de búsqueda en Scopus, Dialnet y SciELO, el diagrama de extracción de datos, la base de datos con los estudios incluidos, las tablas de síntesis de resultados y los datos utilizados para el análisis cualitativo y cuantitativo.

Referencias

- Aguirre Sánchez, M. E., Intriago Chiriguaya, S. E., Burgos Franco, E. E., Murillo Burgos, O. O., & Anastacio Quimi, J. J. (2025). Impacto psicológico del uso de redes sociales en adolescentes de bachillerato: Diseño e implementación de talleres de prevención.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10274038prevención>
- Alcántara, M., & Martín, J. (2020). El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes. Universidad Nacional de Córdoba. <https://rdu.unc.edu.ar/handle/11086/18169>
- Alessi Longa, F. E., Shabbir, S., & Zaid, R. (2025). Influence of social media on self-esteem and body image. *Research Journal of Psychology*. <https://doi.org/10.59075/rjs.v3i4.256>
- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association (7th ed.).
- Andrés, F. E., Boothroyd, L. G., Thornborrow, T., Chamorro, A. M., Dutra, N. B., Brar, M., Woodward, R., Malik, N., Sawhney, M., & Evans, E. H. (2024). Relaciones entre la influencia de los medios, la imagen corporal y los ideales socioculturales de apariencia en América Latina: *Una revisión sistemática de la literatura*. *Body Image*, 51, 101774.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101774>
- Armaza Deza, L. (2023). El riesgo del uso excesivo de las redes sociales en los estudiantes de Latinoamérica. <https://doi.org/10.1590/SciELOPreprints.5241>
- Bernal Párraga, A. P., Tello Mayorga, L. E., Andrango Vasco, C. G., Troya Abad, L., Pluas Muñoz, A. M., Cabrera Quezada, M. E., & Jumbo García, K. J. (2025). El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes. *Ciencia Latina: Revista Multidisciplinar*, 9(1), 498–517. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9990403>

- Bindal Makwana, B., Lee, Y., Parkin, S., & Farmer, L. (2018). Selfie-esteem: The relationship between body dissatisfaction and social media in adolescent girls and young women. <https://in-mind.org/article/selfie-esteem-the-relationship-between-body-dissatisfaction-and-social-media-in-adolescent>
- Bisquerra, R. (2009). Metodología de la investigación.
- Campodónico, N., & Aucapiña, I. E. (2024). *Revisión sistemática sobre la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes*. Psicología UNEMI, 8(15), 73–87.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9988120>
- Casanova-Garrigós, G., Torrubia-Pérez, E., Cañellas-Reverté, N., Capera Fernández, J., Mora-López, G., & Albacar-Riobóo, N. (2025). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal de las y los adolescentes: *Una revisión integrativa*. *Enfermería Global*, 24.
<https://hdl.handle.net/20.500.11797/imarina9452573>
- Congreso de la República de Colombia. (2006). Ley 1090 de 2006.
<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=21818>
- Coopersmith, S. (1967). The antecedents of self-esteem.
<https://es.scribd.com/document/890736076/eBook-Antecedents-of-Self-esteem-by-Coopersmith-1967>
- Delgado, B., Aparisi, D., Martínez-Monteagudo, M. C., Navarro, I., & Torrecillas, M. (2025). ¿La imagen corporal se relaciona con el uso problemático de las redes sociales en la adolescencia? *Revista INFAD de Psicología*. <https://revista.infad.eu/index.php/IJODAE/article/view/2842>
- De la Osa Callejero, I., González Cabeza, L., Pinilla Conil, M., Barrena López, S., Loraque Alonso, M., & Barreu Fau, C. (2021). Influencia de Instagram sobre la autoestima en los adolescentes:

Intervención enfermera. *Revista Sanitaria de Investigación*, 2(11).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8210235>

Dialnet. (2023). Información general. <https://dialnet.unirioja.es>

Dulic Battistesa, N. Y., Preuss, M., & Justo, M. (2023). Autoestima y adicción a redes sociales en adolescentes. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9955860>

Elsevier. (2023). Scopus: Content coverage guide. <https://www.elsevier.com/solutions/Scopus>

Erikson, E. H. (1968). Identity: Youth and crisis. <https://es.scribd.com/document/493752824/Erikson-Erik-H-Identidad-Juventud-Y-Crisis>

Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140.

<https://es.scribd.com/document/887843345/Festinger-L-1954-a-Theory-of-Social-Comparison-Processes-Human-Relations-7-2-117-140>

García Romero, V. (2024). Influencia de las redes sociales en la imagen corporal y la autoestima de mujeres adolescentes. *Repositorio Universidad de las Américas*.

<https://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/16010>

Garzón Clemente, R., León Laredo, K. M., & Trejo Garzón, S. (2019). El impacto del uso de Instagram en la autoestima del estudiante adolescente.

<https://edulab.es/revSOCIAL/article/view/2324/1429>

Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews. *Health Information & Libraries Journal*, 26(2), 91–108. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x?cf_chl_tk=e58RNq4ymvTyQdBQWKD20NTGWbz0vOHFghw.rZsgE0E-1777397008-1.0.1.1-3d9qAbrk3l5lCv0xkYa6M_f5sDjs_Eha07Zcdsw8PU

https://onlinelibrary.wiley.com/doi/full/10.1111/j.1471-1842.2009.00848.x?cf_chl_tk=e58RNq4ymvTyQdBQWKD20NTGWbz0vOHFghw.rZsgE0E-1777397008-1.0.1.1-3d9qAbrk3l5lCv0xkYa6M_f5sDjs_Eha07Zcdsw8PU

Lira, A. G., Ganen, A. P., Lodi, A. S., & Alvarenga, M. S. (2017). Uso de redes sociales e insatisfacción corporal. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria*.

<https://www.scielo.br/j/ptp/a/YhYLPmGdBKMTdsZhk5kbYVJ/?lang=en>

Lozáres, C. (1996). La teoría de redes sociales. *Papers*, 48, 103–126.

<https://papers.uab.cat/article/view/v48-lozares/pdf-es>

Manrique-Molina, L. F., & Ramírez-Rojas, C. A. (2025). Ansiedad y autoimagen en estudiantes colombianos Z. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales, Niñez y Juventud*, 24(1), 1–21.

<https://doi.org/10.11600/rllcsnj.24.1.6681>

Marín, J., & González, A. (2023). Uso de redes sociales y autoestima en adolescentes. *Revista GICOS*, 9(1), 112–123. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9428790>

Martínez-Pecino, R., & García-Gavilán, M. (2019). Likes and problematic Instagram use. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 22(6), 412–416.

<https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31107106/>

Ministerio de Salud de Colombia. (1993). Resolución 8430 de 1993. <https://www.minsalud.gov.co>

Montero Meneses, M., & Moncada Jiménez, J. (2008). Imagen corporal percibida en estudiantes universitarios costarricenses. <https://www.redalyc.org/pdf/3111/311126259002.pdf>

Mora Naranjo, B. M. (2023). Redes sociales, salud mental y autoestima. *UNNIVAL*, 1(4), 46–61.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10532528>

Mruk, C. J. (2013). *Self-esteem and positive psychology* (4th ed.). Springer.

[https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=-lo3yg4U9AAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Mruk,+C.+J.+(2013).+Self-)

[lo3yg4U9AAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Mruk,+C.+J.+\(2013\).+Self-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=-lo3yg4U9AAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Mruk,+C.+J.+(2013).+Self-)

[esteem+and+positive+psychology+\(4th+ed.\).+Springer.&ots=sqJaTDwQOL&sig=Rs8ul-](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=-lo3yg4U9AAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Mruk,+C.+J.+(2013).+Self-)

[09f6pXGnC8jZEyu UbN2g#v=onepage&q&f=false](https://books.google.com.co/books?hl=es&lr=&id=-lo3yg4U9AAC&oi=fnd&pg=PP2&dq=Mruk,+C.+J.+(2013).+Self-)

National Commission for the Protection of Human Subjects. (1979). The Belmont Report.

<https://www.hhs.gov/ohrp/regulations-and-policy/belmont-report/index.html>

Orth, U., & Robbins, R. (2014). The development of self-esteem.

https://www.researchgate.net/publication/264200525_The_Development_of_Self-Esteem

Papalia, D. E., Martorell, G., & Feldman, R. D. (2017). Desarrollo humano.

<https://psicologoseducativosgeneracion20172021.wordpress.com/wp-content/uploads/2017/08/papalia-feldman-desarrollo-humano-12a-ed2.pdf>

Rodríguez García, I. M., Bolaños Alvarado, E. E., & Herrera-Castrillo, C. J. (2025). Impacto de redes sociales en estudiantes. *Revista Latinoamericana de Calidad Educativa*, 2(1), 195–205.

https://www.researchgate.net/publication/388588773_Impacto_de_las_redes_sociales_en_los_estudiantes_de_sexto_grado_de_la_Escuela_Naciones_Unidas_de_Granada_Nicaragua

Rodríguez, D. O., Cevallos, M. B. M., Roche, J. R. F., & Piedra, J. A. R. (2025). Uso problemático de las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en adolescentes ecuatorianos.

<https://www.scopus.com/pages/publications/105012554100?origin=resultslist>

Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image.

<https://books.google.com.pe/books?id=YR3WCgAAQBAJ&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>

Rubio Hernández, F. J., González Calahorra, E., & Olivo Franco, J. L. (2024). Redes sociales, autocontrol y autoestima. *Ciencia y Educación*, 8(3), 39–58.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9887832>

Schilder, P. (1935). The image and appearance of the human body.

https://www.researchgate.net/publication/338432158_Imagen_y_apariencia_del_cuerpo_humano_en_la_obra_psiquiatrica_de_Paul_Schilder/link/5e14a959a6fdcc28375f50f5/download?tp=eyJ

[Jjb250ZXh0ljp7lmZpcnN0UGFnZSI6lnB1YmxpY2F0aW9uliwicGFnZSI6lnB1YmxpY2F0aW9uIn](#)

19

SciELO. (2023). Sobre el proyecto SciELO. <https://www.scielo.org.mx>

Souza, J. J. N., Costa, J. E. X., Sousa, L. O., Batista, T. T. N., Dutra, W. P. F., & Silva, T. S. (2024).

Redes sociales y autoestima. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9495385>

Valenzuela, S., Arriagada, A., & Scherman, A. (2012). Las redes sociales: ¿Para qué? *Psicología desde el Caribe*, 29(2), 359–380