

Relación entre el uso problemático de redes sociales como TikTok e Instagram y el autoconcepto en adultos jóvenes

Silvia Fernanda Cardozo Valencia

Id:583742

Susan Silva Solano

Id: 570236

Dayana Tamayo

Id: 675844

Trabajo de grado para optar el título de Especialización en Familia Infancia y Adolescencia



Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Nortde de Santander)

Programa Especialización en Familia Infancia y Adolescencia

Noviembre de 2025

Relación entre el uso problemático de redes sociales como TikTok e Instagram y el autoconcepto en adultos jóvenes

Silvia Fernanda Cardozo Valencia

Id:583742

Susan Silva Solano

Id: 570236

Dayana Tamayo

Id: 675844

Director de trabajo de grado

Jennifer Ruedas Ruedas

Trabajo de grado para optar el título de Especialización en Familia Infancia y Adolescencia



Corporación Universitaria Minuto de Dios

Rectoría Regional Santanderes

Sede Cúcuta (Norte de Santander)

Programa Especialización en Familia Infancia y Adolescencia

Noviembre de 2025

Dedicatoria

Dedicamos este proyecto, en primer lugar, a nuestras familias, quienes han sido nuestro pilar fundamental a lo largo de este camino. A ellos, por su amor incondicional, su paciencia y su constante apoyo, que nos inspiraron a seguir adelante incluso en los momentos más difíciles. Gracias por creer en nosotros y motivarnos a dar siempre lo mejor de nosotros mismos.

A nuestros profesores y tutores, por su guía, dedicación y compromiso. Su acompañamiento y sabiduría fueron esenciales para nuestro crecimiento académico y personal. Agradecemos cada enseñanza, cada consejo y cada palabra de aliento que nos impulsó a superar los retos y alcanzar nuestros objetivos.

De manera muy especial, queremos dedicar este logro a aquella persona que, con su apoyo incondicional y su confianza, hizo posible que siguiéramos adelante en los momentos más decisivos. Su fe en nuestro potencial fue una luz que iluminó nuestro camino, y su presencia constante nos dio la fuerza necesaria para superar obstáculos. Este trabajo también es suyo, reflejo de su generosidad y de la inspiración que nos brindó en cada paso de este proceso. Sin su ayuda, este sueño no habría sido posible.

Finalmente, dedicamos este trabajo a nosotros mismos, como grupo, por la entrega, el esfuerzo y la perseverancia demostrados durante todo el proceso. Este proyecto representa el fruto de nuestra colaboración, del respeto mutuo y de la pasión compartida por aprender y mejorar. A través de este logro, reafirmamos que el trabajo en equipo, la constancia y la unión son la clave para alcanzar cualquier meta.

Agradecimientos

Queremos expresar nuestro sincero agradecimiento a todas las personas que, con su apoyo y orientación, hicieron posible la realización de este proyecto.

En primer lugar, agradecemos profundamente a nuestros profesores y tutores, por su guía, paciencia y compromiso durante cada etapa del proyecto. Sus conocimientos, experiencia y consejos fueron fundamentales para el desarrollo de este trabajo y nos motivaron a seguir adelante con dedicación y esfuerzo.

A nuestras familias, por su comprensión, apoyo incondicional y constante motivación. Gracias por creer en nosotros, por ser nuestro pilar emocional y por estar siempre a nuestro lado, brindándonos la confianza necesaria para seguir persiguiendo nuestras metas.

A nuestros compañeros de equipo, con quienes compartimos este proceso de aprendizaje y crecimiento. Este proyecto no habría sido posible sin el esfuerzo, compromiso y colaboración de cada uno de ustedes. Ha sido un honor trabajar juntos, aprender unos de otros y enfrentar los desafíos como un verdadero equipo.

Finalmente queremos agradecer a todas las personas que, de alguna manera, contribuyeron a la realización de este proyecto. Cada aportación, por pequeña que fuera, fue crucial para culminar con éxito esta etapa y nos dejó lecciones valiosas que nos acompañarán en el futuro.

Contenido

	Pág.
Introducción	11
1. Relación entre el uso problemático de Redes Sociales como TikTok e Instagram y el autoconcepto en adultos jóvenes.....	13
1.1 Planteamiento del Problema.....	13
1.2 Justificación.....	15
1.3 Objetivos	17
1.3.1 Objetivo General.....	17
1.3.2 Objetivos Específicos	17
2. Marco Referencial.....	18
2.1 Marco Teórico	23
2.2 Marco Conceptual	28
2.3 Marco Legal	31
3. Método	32
4. Resultados	39
5. Discusión.....	44
6. Conclusiones.....	47

Lista de Tablas

Table 1. <i>Descripción Conceptual y Operacional de las Unidades de Análisis</i>	33
Table 2. <i>Frecuencia de Edad para la muestra</i>	39
Table 3. <i>Frecuencia de Sexo para la muestra</i>	40
Table 4. <i>Frecuencia para la pregunta ¿Usas TikTok? O ¿Usas Instagram?</i>	40
Table 5. <i>Frecuencia para la pregunta ¿Red social que más usa?</i>	41
Table 6. <i>Descripciones estadísticas de Sexo por dimensiones de Autoconcepto</i>	41
Table 7. <i>Descripciones estadísticas de Sexo por dimensiones de Adicción a Redes Sociales</i>	42
Table 8. <i>Correlación entre la Variable Autoconcepto y la Variable Redes Sociales</i>	42

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo analizar la relación entre el uso problemático de redes sociales y el autoconcepto en adultos jóvenes de 20 a 24 años que cursaban estudios universitarios. Se utilizó un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, transversal y de alcance correlacional. Los datos fueron recolectados mediante la Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS) y el Cuestionario de Autoconcepto Forma 5 (AF5). Los resultados evidenciaron una correlación inversamente proporcional de magnitud leve, especialmente en las dimensiones emocional y social, lo que sugiere que el uso intensivo de redes puede incidir en la percepción del yo y las relaciones interpersonales, resaltando la necesidad de promover hábitos digitales saludables en esta edad de desarrollo.

Palabras clave: autoconcepto; redes sociales; adultos jóvenes; uso problemático; TikTok; Instagram.

Abstract

This study aimed to analyze the relationship between problematic social media use and self-concept in young adults aged 20 to 24 who were pursuing university studies. A quantitative approach was used, with a non-experimental, cross-sectional, and correlational design. Data were collected using the Social Media Addiction Scale (ARS) and the Self-Concept Questionnaire Form 5 (AF5). The results showed a slightly inverse correlation, particularly in the emotional and social dimensions, suggesting that intensive social media use may affect self-perception and interpersonal relationships, highlighting the need to promote healthy digital habits during this developmental stage.

Keywords: self-concept; social media; young adults; problematic use; TikTok; Instagram.

Glosario

Adultos jóvenes: Etapa del desarrollo humano comprendida aproximadamente entre los 20 y 35 años, caracterizada por la consolidación de la identidad, la autonomía, la vida afectiva y las metas académicas o laborales (Papalia y Martorell, 2017).

Autoconcepto: Conjunto de percepciones, juicios y valoraciones que una persona tiene de sí misma en diferentes ámbitos de su vida. Representa la base de la identidad personal y guía la conducta, la motivación y las relaciones interpersonales (García y Musitu, 1999).

Dimensión académica: hace referencia a la percepción que una persona tiene sobre su competencia y rendimiento en contextos académicos o laborales. Se asocia con la autoconfianza frente al aprendizaje y la capacidad para alcanzar metas cognitivas o profesionales.

Dimensión emocional: alude a la percepción de control y comprensión de las propias emociones, así como a la capacidad para expresarlas y gestionarlas de manera adaptativa.

Dimensión familiar: relacionada con la percepción del individuo acerca de su papel, valor y relaciones dentro del núcleo familiar, así como del apoyo emocional que recibe de los miembros de su familia.

Dimensión física: vinculada con la autoimagen corporal y la percepción sobre las propias habilidades físicas, apariencia y estado de salud.

Dimensión social: refleja la autopercepción en contextos interpersonales, incluyendo la facilidad para relacionarse, integrarse a grupos y mantener vínculos significativos.

Falta de control: Dimensión del uso problemático de redes sociales que refleja la dificultad para regular el tiempo de conexión o detener el uso, aun cuando interfiere con otras actividades cotidianas.

Instagram: Red social lanzada en 2010, centrada en la publicación y edición de fotografías y videos, así como en la interacción mediante reacciones, comentarios y seguidores.

Obsesión: Dimensión del uso problemático de redes sociales que se manifiesta en pensamientos recurrentes, preocupación constante o ansiedad cuando no se puede acceder a las plataformas digitales.

Redes sociales: Plataformas digitales que facilitan la interacción y el intercambio de información, imágenes, videos y opiniones entre usuarios.

TikTok: Plataforma digital de origen chino, creada en 2016 que permite crear, editar y compartir videos cortos acompañados de música, efectos visuales y filtros.

Uso excesivo: Dimensión del uso problemático de redes sociales que alude al tiempo prolongado de conexión, desplazando actividades académicas, laborales o sociales relevantes.

Uso problemático de redes sociales: Patrón de comportamiento caracterizado por un uso compulsivo o desadaptativo de las redes sociales, que genera consecuencias negativas en la vida personal, emocional, académica o social del individuo (Andreassen, 2015).

Introducción

Es una realidad que el auge de las redes sociales ha transformado las dinámicas de interacción humana, incluso, sobretodo durante y tras la pandemia del 2019. La comunicación y la construcción de la identidad personal se han visto reflejadas desde plataformas como TikTok e Instagram, que a lo largo del tiempo han adquirido una relevancia significativa en todas las edades del ciclo vital.

Los adultos jóvenes, quienes encuentran en estos espacios digitales un medio para expresarse, conectarse y proyectar su autoimagen se han convertido en una población de gran interés desde el enfoque investigativo, pues al encontrarse en el punto medio de adolescencia y adultez pueden caer en el uso constante y desregulado de medios digitales que permitan la evasión de la realidad, lo que a futuro genera implicaciones psicológicas, especialmente en aspectos relacionados con el autoconcepto. En este sentido, se reconoció la necesidad de analizar cómo el uso problemático de las redes sociales puede asociarse con la manera en que los individuos se perciben a sí mismos en diferentes ámbitos de su vida.

Diversas investigaciones han señalado que el tiempo de exposición prolongado, la comparación social y la búsqueda de aprobación virtual constituyen factores que inciden en la percepción de la propia valía (Mann y cols., 2022). El presente estudio se propuso analizar la relación entre el uso problemático de redes sociales y el autoconcepto en adultos jóvenes, atendiendo a las dimensiones del autoconcepto planteadas por García y Musitu (1999).

Desde esta perspectiva, se planteó como pregunta de investigación: *¿Existe una relación significativa entre el uso problemático de redes sociales y el autoconcepto en adultos jóvenes usuarios de TikTok e Instagram?* Para ello, se formuló la hipótesis de que un mayor nivel de uso

problemático de redes se asociaría con un menor nivel de autoconcepto global, particularmente en las dimensiones emocional y social.

Lo que radica en la importancia de comprender los efectos del entorno digital sobre la construcción del yo en la adultez temprana, etapa en la que se consolidan la identidad, la autonomía y los vínculos afectivos (Papalia y Martorell, 2017). Desde el ámbito teórico, este estudio contribuyó a fortalecer la comprensión del vínculo entre las dinámicas virtuales y los procesos psicológicos de autopercepción, un tema de creciente interés para la psicología contemporánea. La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de alcance correlacional, obteniendo la información mediante la aplicación del Cuestionario de Autoconcepto (AF5) de García y Musitu (1999) y la Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014), instrumentos con validez y confiabilidad comprobadas en población hispanohablante.

De esta manera, el estudio permitió aproximarse a la comprensión de cómo el consumo digital puede influir en la percepción del yo, aportando evidencias empíricas que reafirman el papel de las redes sociales como entornos de interacción que pueden permear en la autovaloración personal.

1. Relación entre el uso problemático de Redes Sociales como TikTok e Instagram y el autoconcepto en adultos jóvenes

1.1 Planteamiento del Problema

En la actualidad, los adultos jóvenes se posicionan entre los grupos más expuestos al uso intensivo de redes sociales, especialmente en plataformas como Instagram y TikTok, las cuales se han consolidado como espacios centrales para la interacción social, la autoexpresión y la construcción de identidad digital (Merlos y Rivera, 2021). Estas redes pueden considerarse herramientas que facilitan la comunicación y el sentido de pertenencia, sin embargo, también representan un riesgo potencial para el bienestar emocional, dado que la exposición constante a modelos idealizados y la búsqueda de validación mediante la aprobación social pueden afectar la percepción de sí mismos (Espinosa, 2024).

El foco principal que recibieron las redes sociales, se ha mantenido en debate desde antes y después de la pandemia, siendo diversos los investigadores que aluden a este tema, sin embargo, tras quedar en evidencia su largo alcance y beneficios significativos que aportan a la vida del ser humano, el tema principal gira en el entrenamiento adecuado y precauciones de su uso, dado que, como lo señalan Chirinos de Jesús y Silva de Jesús (2021) la tendencia excesiva puede conllevar a limitar capacidades de desarrollo y resolución que requiere el individuo para fomentar el pensamiento crítico, habilidades interpersonales y la capacidad adaptativa ante las dificultades.

Es importante señalar que, en la ciudad de Cúcuta, la información frente a este fenómeno es limitada, expresando un vacío documental en la correlación de como se afecta o no el desarrollo de habilidades interpersonales en la población en general gracias al uso de redes

sociales, sobresaliendo las variables de autoconcepto y sus diversas dimensiones a considerar tales como: académica, familiar, social, emocional y física.

Comprender esta dinámica es relevante si se considera que la adultez joven (20 a 35 años) representa una etapa decisiva en la consolidación de la identidad personal y del autoconcepto (Papalia y Martorell, 2017), donde los individuos buscan afirmar su autonomía, establecer vínculos afectivos significativos y proyectar su desarrollo académico y profesional (Gallejo, 1982). En este contexto, los entornos digitales pueden incidir de manera directa en el bienestar psicológico al influir en la forma en que los individuos se perciben, se comparan y gestionan su autoimagen en interacción con los demás.

Este estudio buscó aportar conocimiento sobre la relación entre el uso problemático de redes sociales y el autoconcepto en adultos jóvenes universitarios, considerando la influencia que ejercen plataformas como TikTok e Instagram en la autoimagen y la percepción social. Los hallazgos obtenidos permiten sustentar estrategias de orientación psicoeducativa y promoción del bienestar digital, dirigidas a jóvenes en formación profesional, con el fin de fomentar un uso más equilibrado, crítico y consciente de las redes sociales.

1.2 Justificación

Durante la etapa de la adultez joven, el proceso de construcción de la identidad y del autoconcepto se redefine en función de las experiencias sociales, académicas y laborales que el individuo enfrenta. Según Arnett (2015), esta etapa, denominada “*emerging adulthood*”, se caracteriza por la búsqueda de independencia y la consolidación de la autoeficacia personal, aspectos que resultan sensibles a la influencia del entorno social y mediático. En este sentido, los entornos digitales, se han convertido en espacios determinantes para la valoración e identidad, que va de la mano con la retroalimentación inmediata que reciben los jóvenes a través de su entorno virtual.

Tras la pandemia, diversos estudios han identificado que el uso problemático o excesivo de redes sociales se relaciona con síntomas de ansiedad, inseguridad y disminución del autoestima (Peña y Almazán, 2019) lo que se complementa con investigaciones que señalan aspectos como que la capacidad de regular las emociones puede moderar estos efectos aunque a su vez dichas habilidades socioemocionales se han visto permeadas, incrementando el riesgo a experimentar un impacto negativo en la autoimagen y capacidad adaptativa (Trinidad, 2024).

Diferentes investigaciones han señalado que el impacto de las redes sociales sobre la autoestima no depende únicamente del tiempo de conexión, sino de la forma en que las personas afrontan las experiencias que surgen en estos espacios. La capacidad para gestionar la frustración, responder al ciberacoso o filtrar contenidos con sentido crítico actúa como un amortiguador frente a los efectos adversos y permite que las redes sean usadas como recurso para fortalecer vínculos y explorar intereses personales (Solano y Parada, 2024).

Indagar en este fenómeno permite vincular el conocimiento científico con las necesidades concretas del ámbito académico y social. Los resultados de este estudio ofrecen un panorama

sobre los hábitos digitales de los adultos jóvenes universitarios, su autopercepción y las estrategias que emplean para enfrentar los desafíos emocionales derivados de la exposición constante a entornos digitales. Esta comprensión constituye una herramienta valiosa para orientar a docentes, orientadores y profesionales de la salud mental hacia la promoción de prácticas digitales saludables, contribuyendo al bienestar socioemocional.

Al aportar evidencia situada sobre la relación entre el uso problemático de redes sociales y el autoconcepto, este trabajo enriquece la discusión sobre el impacto psicológico de las tecnologías en la adultez temprana, al tiempo que ofrece insumos prácticos para la promoción del bienestar digital, articulando los resultados con posibles políticas orientadas a fomentar el uso consciente y equilibrado de las redes sociales.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

Relacionar el uso problemático de redes sociales (TikTok e Instagram) y el autoconcepto en adultos jóvenes mediante la aplicación de instrumentos validados que permitan establecer inferencias entre dichas variables.

1.3.2 Objetivos Específicos

Identificar el uso problemático de TikTok e Instagram en los adultos jóvenes participantes mediante la aplicación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS), considerando los factores de obsesión, falta de control y uso excesivo.

Determinar el autoconcepto en los adultos jóvenes universitarios a partir de la aplicación del Cuestionario de Autoconcepto Forma 5 (AF5), contemplando sus dimensiones académica, social, emocional, familiar y física.

Analizar la relación estadística entre el uso problemático de redes sociales y el autoconcepto en la muestra seleccionada, a través de técnicas de correlación aplicadas en el software JASP.

2. Marco Referencial

El impacto de las redes sociales en personas que se encuentran en una transición hacia la adultez, ha sido objeto de atención en diversos países, sobretodo a nivel internacional, encontrando que Piccirillo y Digennaro, (2025) en una revisión sistemática sobre el vínculo entre inteligencia emocional, autoestima y uso de redes sociales, evidenciaron que los adultos jóvenes con menores niveles de regulación emocional tienden a desarrollar un uso más problemático de las plataformas digitales, lo que se asocia con baja autoestima y mayor autocrítica. El estudio resalta que la dificultad para gestionar emociones constituye un factor que intensifica los efectos negativos del uso digital, sugiriendo que las competencias socioemocionales cumplen un rol protector ante los riesgos derivados de la exposición constante en línea.

Por otra parte, Varaona y cols., (2024) desarrollaron un estudio longitudinal con adultos jóvenes, cuyo propósito fue examinar la relación entre el uso intensivo de Instagram, la autocrítica y el autoconcepto general. Los resultados arrojaron que, durante los días con mayor interacción con la red social se asocia con un descenso temporal en la percepción positiva de sí mismos y un incremento en la autoexigencia y la comparación social, señalando que, en cambio, el tiempo de conexión no es un predictor, sino la intensidad emocional asociada a las publicaciones y la búsqueda de aprobación.

En los últimos años, TikTok ha despertado creciente interés por su influencia en la salud mental y el bienestar psicológico de los adultos jóvenes, dado su rápido crecimiento como una de las plataformas más utilizadas en este grupo etario. En una revisión sistemática, Conte y cols., (2024) evidenciaron que el consumo prolongado de contenido en esta red se asocia con una mayor exposición a estándares de éxito y belleza, lo que puede impactar en la autoevaluación y el bienestar emocional. De forma complementaria, Lau y cols., (2024) identificaron que, en

adultos jóvenes, el uso intensivo de TikTok está relacionado con mayor autocrítica, síntomas ansiosos y una tendencia a la comparación social ascendente, especialmente en usuarios con altos niveles de sensibilidad interpersonal.

Lau et al. (2024) profundizan en cómo TikTok puede influir en la representación personal y el manejo de emociones. En su investigación, destacan que el contenido consumido y compartido en la aplicación puede tener un doble efecto: favorecer la expresión y la pertenencia social, o bien fomentar dependencia, exposición a dinámicas de exclusión digital y vulnerabilidad emocional. Estas conclusiones se alinean con la necesidad de comprender que no solo la frecuencia de uso, sino también la calidad de las interacciones, son determinantes en los efectos sobre el autoconcepto.

De acuerdo con el U.S. Surgeon General (2023), el uso de redes sociales representa un fenómeno de gran alcance que trasciende la adolescencia y afecta también a los adultos jóvenes, quienes muestran los índices más altos de conexión diaria y exposición a contenidos digitales. El informe señala que los riesgos asociados al bienestar psicológico y al autoconcepto no dependen exclusivamente del tiempo de uso, sino de la naturaleza del contenido consumido, las interacciones comparativas y el grado de apoyo social percibido. En esta población, la exposición constante a ideales de éxito y autoimagen puede incrementar la vulnerabilidad a la autoevaluación negativa y a sentimientos de insuficiencia.

En esta misma línea, Elhai y cols., (2021) llevaron a cabo una investigación con adultos jóvenes universitarios, en la que examinaron el papel de la flexibilidad emocional frente al uso problemático de redes sociales. Los resultados mostraron que quienes evidenciaban mayor capacidad para modular sus emociones presentaban niveles significativamente menores de dependencia digital y de búsqueda compulsiva de validación en línea. En consecuencia, este

estudio resalta que la gestión emocional consciente se configura como un factor protector clave en la adultez joven, favoreciendo un equilibrio entre la interacción digital y el bienestar psicológico.

Por lo cual, investigaciones como la de Wegmann y cols., (2023) confirmaron patrones en adultos jóvenes, donde el aburrimiento y la impulsividad emocional actúan como mediadores en el desarrollo del uso adictivo de redes sociales en adultos jóvenes, lo que sugiere que el entorno digital puede funcionar como una vía de escape ante emociones negativas o experiencias de vacío, aportando evidencia sobre el papel de la autorregulación emocional y la motivación hedónica como factores determinantes en la persistencia del uso problemático en esta etapa del desarrollo.

De manera similar, Díaz y cols., (2023) hallaron que el uso excesivo de Instagram y TikTok se relaciona con disminución del bienestar subjetivo y mayor comparación social, afectando de forma significativa la percepción de sí mismos, por lo cual, estos hallazgos destacan el papel protector de las competencias socioemocionales y del autoconcepto positivo frente a los riesgos derivados de la sobreexposición en entornos digitales.

Asimismo, el interés investigativo se sitúa desde el contexto colombiano, donde la relación entre redes sociales y el autoconcepto ha sido explorada en diversos escenarios ofreciendo evidencias que fortalecen el análisis de estas variables. Así, los resultados obtenidos por Brand y García (2023) identificaron que los jóvenes con mayor autoeficacia emocional presentan un uso más regulado de las redes y menor dependencia del refuerzo social digital, evidenciando que el contexto familiar, académico y relacional funciona como un factor modulador en la construcción de un autoconcepto equilibrado.

Lo anterior entra en concordancia con la investigación de Trejos y cols., (2023) quienes encontraron que el uso problemático de TikTok predice un deterioro en la percepción del yo y en la satisfacción con la vida en estudiantes universitarios, lo que sugiere que la dinámica algorítmica de la plataforma potencia procesos de comparación constante y refuerzo emocional inmediato, confirmando que el impacto de TikTok trasciende la simple interacción digital, configurándose como un espacio de validación identitaria donde el autoconcepto se redefine en función de la exposición, el reconocimiento y la respuesta emocional del entorno virtual.

Es así, como el estudio de Iguarán (2023) analizó la relación entre el uso de redes sociales, la autoestima corporal y las prácticas digitales de exposición personal, identificando que que la frecuencia e intensidad en el uso de plataformas visuales, como Instagram y TikTok, se asocian con una mayor preocupación por la imagen y con la tendencia a vincular la valoración personal a la retroalimentación obtenida en línea, buscando validación.

En la mismo sentido, Mann y cols., (2022) estudiaron la frecuencia de uso de redes sociales, la autopresentación y la comparación social encontrando que el uso excesivo y la exposición a contenidos idealizados se asocian con niveles más bajos de autoestima y mayor vulnerabilidad a la presión social, siendo unos resultados que destacan como las plataformas visuales de TikTok e Instagram, representan un escenario crítico en el desarrollo del autoconcepto, puesto que la percepción de sí mismos se ve mediada por la constante exposición a estándares externos.

En este sentido, Bazarra y cols., (2022) desarrollaron un estudio descriptivo, encontrando que el uso intensivo de redes sociales no siempre conlleva una autoimagen negativa, sino que su impacto depende de variables mediadoras como el apoyo social percibido, la satisfacción vital y las estrategias de afrontamiento emocional.

Por otra parte, los hallazgos presentados por Buelvas y Puerta, (2021) en su investigación sobre regulación emocional y comportamiento digital en jóvenes universitarios de la región Caribe colombiana muestran que las emociones desempeñan un papel determinante en la forma de interactuar en entornos virtuales. Los autores evidencian que mayores dificultades en la gestión emocional se asocian con comportamientos impulsivos en línea, tales como la reacción agresiva o la sobreexposición personal, aspectos que coinciden con los resultados obtenidos a nivel internacional sobre la influencia del estado emocional en la calidad del uso digital.

Asimismo, Klimenko y cols., (2021) destacan, a partir de una revisión de investigaciones latinoamericanas, que el uso excesivo de redes sociales en adultos jóvenes universitarios se asocia con un deterioro en habilidades para la vida, especialmente en la comunicación asertiva, la empatía y la autorregulación, lo que impacta directamente en las relaciones interpersonales y el bienestar general. De acuerdo con lo anterior, González y cols., (2021) evidencian que el nivel de implicación con redes sociales condiciona aspectos del autoconcepto en estudiantes colombianos, lo que se investigó a través de un diseño cuantitativo con 570 participantes, donde identificaron que el uso adictivo de Facebook se asocia con puntajes más bajos en dimensiones como autonomía y autorrealización, mientras que un uso moderado se vincula con percepciones más favorables.

En el ámbito local, la ciudad de Cúcuta cuenta con investigaciones que permiten comprender parte del fenómeno que se busca analizar, como la de Henao (2022) quien identifica la creciente problemática en el uso de redes sociales y elabora una escala psicométrica que permite medir la adicción en estudiantes universitarios, teniendo como propósito construir y validar un instrumento adaptado culturalmente analizando dimensiones como la dependencia, el control del tiempo y el impacto en la vida académica y emocional, donde los resultados

evidencian altos niveles de consistencia interna y validez convergente, consolidando una herramienta local para futuras investigaciones sobre bienestar psicológico y autopercepción.

Por su parte, Quintero (2018), estudió los riesgos de las redes sociales en jóvenes universitarios indagando sobre los factores de vulnerabilidad digital que afectan a esta población, donde la metodología identifica una relación directa entre la falta de alfabetización digital y la exposición a riesgos cibernéticos, como el robo de datos, la manipulación informativa y la dependencia tecnológica.

Mientras, Cuberos (2017) explora los patrones de interacción digital en población universitaria, identificando que las plataformas más utilizadas a nivel local, son: Facebook, Instagram y Twitter, empleadas principalmente para socializar, comunicarse y mantenerse informados. Los hallazgos destacan que las redes constituyen un componente central de la vida cotidiana de los jóvenes, quienes las perciben como indispensables para sostener vínculos sociales y académicos, evidenciando a su vez riesgos a la exposición pública, la sobrecarga de información y la distracción durante las actividades académicas.

2.1 Marco Teórico

Para la comprensión del tema, es importante orientar en las variables escogidas y los sustentos teóricos que exponen el constructo interno de cada componente, así como los aspectos a tener en cuenta en el análisis e interpretación de resultados, reconociendo que estos elementos confluyen en un periodo del desarrollo caracterizado por una compleja interacción entre cambios biológicos, cognitivos y sociales como lo es la transición a la adultez.

Adulto joven y características psicosociales

La adultez joven se configura como una etapa crucial del desarrollo humano caracterizada por la consolidación de la identidad personal, la búsqueda de autonomía y la necesidad de

establecer relaciones afectivas y sociales estables. De acuerdo con Erikson (1968), esta fase corresponde al estadio de *intimidad versus aislamiento*, donde el individuo procura integrar los logros de etapas anteriores, particularmente centrando la definición del yo alcanzada en la adolescencia, con las nuevas exigencias del mundo adulto. En esta etapa, los jóvenes deben lograr un equilibrio entre la independencia y la pertenencia, entre la autoafirmación y la conexión con los demás, construyendo así un sentido de identidad más estable y coherente con sus valores y metas personales.

Asimismo, Papalia y Martorell (2021) destacan que en esta etapa el desarrollo emocional y social se redefine en función de la estabilidad afectiva y el sentido de logro. La autopercepción del adulto joven depende en gran medida de su desempeño académico, laboral o profesional, de sus relaciones interpersonales y de su capacidad para alcanzar independencia económica. Las experiencias de éxito o fracaso en estos dominios afectan directamente la autovaloración y la confianza personal, lo cual se entrelaza con las formas de interacción digital. La constante exposición a los estándares de vida mostrados en redes sociales puede acentuar sentimientos de insuficiencia o, por el contrario, fortalecer la motivación y la autoeficacia si el uso de estas plataformas se asocia a fines productivos o de aprendizaje.

Por otro lado, la adultez joven está atravesada por cambios significativos en la regulación emocional y en las estrategias de afrontamiento. De acuerdo con Valkenburg (2022), el procesamiento emocional en entornos digitales tiende a complejizarse, pues la exposición prolongada a contenido idealizado genera disonancia entre la autoimagen real y la percibida. Estas discrepancias pueden derivar en insatisfacción corporal, ansiedad o disminución del bienestar subjetivo, sobre todo cuando los procesos de comparación social se intensifican. Twenge (2020) advierte que el uso problemático de redes sociales en adultos jóvenes se asocia a

una disminución en el sentido de pertenencia y al aumento de síntomas depresivos, enfatizando que la conexión virtual no necesariamente implica conexión emocional genuina.

Autores como Arnett (2015) propone el concepto de “*adulthood emergente*” para describir el periodo entre los 18 y 25 años, marcado por la exploración identitaria, la inestabilidad y la búsqueda de significado. Durante esta fase, los adultos jóvenes experimentan una transición prolongada hacia la independencia total, caracterizada por la toma de decisiones vocacionales, la consolidación de la vida afectiva y la redefinición de sus roles sociales. Este proceso, aunque lleno de oportunidades, conlleva una serie de tensiones psicológicas y sociales relacionadas con la presión por alcanzar éxito personal y profesional, así como con la exposición constante a modelos idealizados de vida, especialmente en los entornos digitales.

Desde la perspectiva psicosocial, Méndez y cols., (2022) sostienen que la adultez joven implica un proceso de individuación continua, en el cual la identidad no se consolida de forma definitiva, sino que se ajusta conforme cambian las experiencias y responsabilidades, por lo tanto, investigaciones recientes sostienen que la exposición frecuente a contenidos idealizados y a sistemas de retroalimentación inmediata puede incidir negativamente en la valoración personal y en la capacidad de gestionar emociones, especialmente en etapas donde estas competencias se encuentran en consolidación, tal como lo menciona Vogel y cols, (2014 citado en Iannattone y cols., 2024).

Autoconcepto en la adultez joven.

El autoconcepto en la adultez joven se concibe como una representación relativamente estable, aunque dinámica, que el individuo tiene de sí mismo en distintos dominios de la vida, por lo tanto, según Rosenberg (1965), este constructo integra percepciones, juicios y actitudes hacia las propias capacidades, valores y roles sociales, constituyendo la base de la identidad

personal, donde implica un un proceso de autoafirmación y evaluación continua del yo en función del logro y la autonomía.

En esta etapa del ciclo vital, la persona consolida la imagen de quién es y hacia dónde se dirige, articulando sus experiencias previas con las metas y expectativas futuras. La adultez joven implica, por tanto, desde una perspectiva evolutiva, Papalia y Martorell (2021) señalan que durante la adultez temprana se alcanza una mayor coherencia interna en la autopercepción por lo cual, el individuo deja de definirse principalmente por influencias externas, como la aprobación de los pares o figuras de autoridad, y pasa a evaluarse a partir de criterios personales relacionados con la autorrealización y la competencia percibida. Este cambio supone una integración entre los diferentes aspectos del yo, contemplando distintos ámbitos del autoconcepto tales como el académico, social, emocional y físico.

De acuerdo con García y Musitu (1999), el autoconcepto posee una naturaleza multidimensional, teniendo en cuenta que, el autoconcepto académico se transforma en la valoración de la propia competencia intelectual y profesional; el social refleja la calidad y profundidad de las relaciones interpersonales; el emocional se vincula con la autogestión afectiva y la percepción de equilibrio psicológico; el familiar con el rol dentro del sistema de origen o con la formación de una nueva familia; y el físico con la autoimagen y el bienestar corporal, contribuyendo a la percepción global de eficacia y valía personal.

En este sentido, Harter (2015) propone que el desarrollo del autoconcepto está estrechamente ligado al proceso de autorreflexión que se genera y fomenta durante la adultez joven, quien adquiere una mayor capacidad metacognitiva para analizar sus pensamientos, sentimientos y conductas, lo que permite una autoevaluación más precisa y realista. Este proceso

de introspección favorece la construcción de un autoconcepto coherente y ajustado a las experiencias, incrementando la autoconfianza y la autodirección.

Por su parte, Erikson (1968) conceptualiza esta etapa como la fase de “intimidad versus aislamiento”, en la cual la identidad personal consolidada durante la adolescencia se proyecta hacia la búsqueda de vínculos profundos y compromisos significativos. En este contexto, el autoconcepto actúa como un organizador interno que guía la capacidad de establecer relaciones estables y de mantener la coherencia del yo frente a los desafíos afectivos, laborales y sociales.

En el plano cognitivo, el autoconcepto en la adultez joven se asocia con la percepción de autoeficacia descrita por Bandura y Hall (2018), entendida como la creencia en la propia capacidad para organizar y ejecutar las acciones necesarias para alcanzar metas, siendo una percepción que influye directamente en la motivación, la persistencia y el bienestar subjetivo.

Es así como el autoconcepto constituye un componente central de la identidad adulta, que es reconocida por García y cols., (2022), que se narra y redefine a través de la historia personal, donde las experiencias pasadas se integran con los proyectos futuros, por lo cual, el autoconcepto no solo refleja quién es la persona, sino también quién aspira a ser dentro de su trayectoria vital.

Uso de redes sociales en la transición a la adultez

Las redes sociales surgieron a inicios del siglo XXI como espacios de interacción digital que transformaron la forma en que los individuos se comunican, construyen vínculos y configuran su identidad. En particular, plataformas como Instagram y TikTok se han consolidado como escenarios de socialización altamente visuales y dinámicos, en los que las personas encuentran un medio para expresarse y, al mismo tiempo, exponerse a la mirada de los otros (Loaiza y cols., 2024). Estas plataformas no solo cumplen una función de entretenimiento, sino

que inciden directamente en procesos de comparación social, autoimagen y validación, aspectos íntimamente relacionados con el desarrollo del autoconcepto.

Durante la adultez joven, comprendida aproximadamente entre los 20 y 35 años, las redes sociales cumplen un papel relevante en el proceso de afirmación personal y profesional, por lo que en este sentido, el uso de redes sociales actúa como un espacio de retroalimentación simbólica que puede fortalecer o debilitar el autoconcepto de acuerdo con lo señalado por Valkenburg (2022) teniendo en cuenta que la interacción en plataformas digitales incrementa la exposición a la comparación social ascendente, especialmente hacia figuras percibidas como más exitosas o atractivas, lo cual puede afectar la percepción de valía personal.

No obstante, el impacto de estas plataformas no es unidireccional. Investigaciones como la de Grimaldi y Velarde (2018) demuestran que las experiencias digitales positivas pueden incrementar la autoconfianza y la autoeficacia, contribuyendo a una percepción más estable del yo. De manera similar Lagla y cols., (2017) sostienen que las redes sociales pueden funcionar como entornos de afirmación identitaria, donde los adultos jóvenes experimentan validación social y emocional mediante la interacción con sus pares y la expresión de su individualidad.

En síntesis, según García y cols., (2022) la identidad adulta contemporánea se desarrolla dentro de un continuo entre las experiencias presenciales y digitales, donde la pertenencia y la autoevaluación se construyen de manera simultánea, por ello, el uso de plataformas digitales durante esta etapa no solo refleja hábitos comunicativos, sino que participa activamente en los procesos de construcción del autoconcepto, la validación social y la afirmación personal.

2.2 Marco Conceptual

En la comprensión conceptual de los términos relevantes en este proyecto de investigación, resulta necesario precisar lo que se entiende por adultez joven, que más que una

categoría etaria, la constituye una etapa de transición en la que confluyen cambios biológicos, cognitivos y sociales que configuran la identidad del individuo. Papalia y Martorell (2021) la ubican entre los 20 y los 35 años, aunque Arnett (2015) la menciona previamente entre los 18 a 25 años, siendo un momento en el que las relaciones con los pares, la búsqueda de pertenencia y la exploración del yo adquieren un papel preponderante. Steinberg (2018) señala que, en este proceso, el grupo de pares, los vínculos afectivos y el reconocimiento social siguen cumpliendo un papel significativo en la afirmación del yo.

Al situar esta etapa dentro de la realidad digital actual, emergen las redes sociales como escenarios centrales. Loaiza y cols., (2024) sostienen que estas plataformas constituyen espacios híbridos de interacción, aprendizaje y construcción de identidad donde en particular, Instagram y TikTok han adquirido protagonismo entre los jóvenes por su inmediatez, su carácter visual y la posibilidad de generar visibilidad pública, siendo de las aplicaciones más utilizadas por universitarios, lo que evidencia la magnitud del fenómeno en Colombia (Trejos y cols., 2023)

Dentro de este entorno, cobra relevancia el concepto de autoconcepto, entendido como la percepción organizada y multidimensional que la persona tiene de sí misma (Shavelson, 1976). Este se compone de áreas específicas como la académica, social, física, emocional y familiar, desarrolladas en el instrumento AF5 (García y Musitu, 1999). Harter (2015) advierte que, en la adultez joven, el autoconcepto se hace más diferenciado y que las dimensiones académica, emocional, social y física adquieren especial relevancia debido al peso de la imagen corporal y las expectativas del entorno.

Conviene aclarar la diferencia entre autoconcepto y autoestima, términos que suelen confundirse. El primero hace referencia a la descripción cognitiva que el sujeto hace de sí mismo en distintos dominios, mientras que la autoestima corresponde a la valoración afectiva de esas

percepciones (Rosenberg, 1965). En este estudio se privilegia el análisis del autoconcepto, puesto que permite identificar cómo los jóvenes estructuran su autoimagen en áreas específicas, siendo la valoración afectiva (autoestima) un resultado posterior y no objeto directo de análisis.

La teoría de la comparación social, propuesta por Festinger (1957), explica este fenómeno al señalar que las personas tienden a evaluarse en relación con otros. En el caso de los universitarios, Valkenburg (2022) advierten que las plataformas digitales multiplican las oportunidades de comparación, especialmente en sentido ascendente, es decir, con figuras percibidas como más atractivas o exitosas. Este mecanismo tiene efectos directos en el autoconcepto físico y social, al potenciar sentimientos de inferioridad y dudas respecto al propio valor.

En este mismo sentido, surge el concepto de identidad digital, entendido como la representación de sí mismo en el espacio virtual, donde Marwick y Boyd (2014) plantean que los jóvenes utilizan las redes sociales para experimentar con diferentes versiones de su yo, mientras que Turkle (2011) advierte que esta discrepancia entre el yo real y el yo ideal proyectado puede generar tensiones emocionales y afectar la autopercepción, por lo tanto, surge la relevancia frente a comprender como la gestión de la identidad digital es clave para comprender cómo esta población se conciben a sí mismos en un entorno que implica la exposición constante.

No obstante, no todo uso de redes sociales es equivalente. Andreassen (2015) define el uso problemático como aquel que se caracteriza por patrones compulsivos que interfieren con la vida cotidiana y académica, por lo tanto, en Colombia, se evidencia que el uso excesivo de TikTok se asocia con síntomas de ansiedad y bajo rendimiento, lo cual confirma que no solo la frecuencia, sino la calidad del uso, condiciona sus efectos en la salud psicológica (Trejos y cols., 2023)

2.3 Marco Legal

En el marco jurídico y ético que orienta el ejercicio de la psicología en Colombia, sobretodo para la investigación, se destaca la Ley 1090 de 2006, que establece el Código Deontológico y Bioético del Psicólogo y las disposiciones generales para la práctica profesional.

En su artículo 2º, referido a los principios generales, se resalta el deber de confidencialidad, señalando que los psicólogos están obligados a resguardar la información suministrada por los participantes, y que solo podrá ser revelada con consentimiento expreso del implicado. Además, se precisa la responsabilidad ética en la aplicación e interpretación de técnicas psicológicas, garantizando el uso adecuado de los instrumentos y la correcta comunicación de los resultados, siempre en función del bienestar y los derechos de las personas evaluadas. Asimismo, dentro de este articulado se establece el principio de respeto a la dignidad humana en la investigación con participantes humanos, recordando que toda indagación debe desarrollarse bajo criterios de respeto y protección a los sujetos involucrados (Ley 1090, 2006).

De igual forma, el artículo 10º de la misma ley, relativo a los deberes y obligaciones del psicólogo, dispone la observancia de una reserva total sobre la información personal y confidencial de los usuarios. Este artículo subraya la obligación de actuar conforme a los principios éticos del ejercicio profesional, así como el compromiso de salvaguardar los derechos humanos y la integridad de los participantes en los procesos de evaluación, intervención o investigación (Ley 1090, 2006).

3. Método

3.1. Tipo de estudio/ diseño

El presente trabajo cumple con los criterios de un enfoque cuantitativo no experimental, dado que no se realiza manipulación intencionada de las variables, sino que se observa y analiza su comportamiento dentro del contexto natural en el que ocurren (Appelbaum y cols., 2018). En este sentido, la investigación busca explorar la posible relación entre el uso problemático de redes sociales, principalmente TikTok e Instagram y los niveles de autoconcepto en adultos jóvenes empleando instrumentos estandarizados y cuantificables que permiten obtener resultados objetivos y comparables. El diseño metodológico adoptado es transversal con alcance descriptivo-correlacional, ya que la recolección de datos se realizará en un solo momento temporal, describiendo las características del fenómeno sin establecer relaciones de causalidad entre las variables (Sánchez y cols., 2018).

3.2. Participantes

La población de estudio está conformada por adultos jóvenes universitarios en la Ciudad de Cúcuta, Norte de Santander, cuyas edades se encuentran entre los 20 a 25 años, siendo una etapa que se acompaña por una alta exposición a redes sociales digitales como TikTok e Instagram. El muestreo empleado fue no probabilístico por conveniencia, determinado por la accesibilidad institucional y la disposición voluntaria de los participantes para formar parte del estudio. Este tipo de muestreo resulta pertinente en investigaciones de carácter educativo y correlacional, donde la selección aleatoria no es viable y se busca trabajar con grupos naturales dentro del entorno académico (Otzen y Manterola, 2017).

La muestra estuvo conformada por aproximadamente 20 estudiantes de trabajo social (10 hombres, y 10 mujeres; media edad 22 años y $DE = 1.3$). Todos los participantes pertenecen a la

misma carrera universitaria (trabajo social) y cumplen con los siguientes criterios de inclusión:

(a) estar matriculados en la universidad durante el periodo lectivo vigente; (b) encontrarse dentro del rango de edad de 20 a 35 años; (c) utilizar de forma activa las redes sociales TikTok y/o Instagram; (d) poseer la capacidad de lectura y comprensión para responder de forma autónoma los instrumentos aplicados; y (e) contar con el consentimiento informado.

Como criterios de exclusión, se considerará: (a) la falta del consentimiento informado; (b) presentar dificultades cognitivas, visuales o auditivas que interfieran en la comprensión de los instrumentos; y (c) no haber utilizado redes sociales digitales en el último mes.

3.3. Unidades de análisis

Table 1. Descripción Conceptual y Operacional de las Unidades de Análisis

Unidades de análisis	Definición conceptual	Definición Operacional
Uso problemático de redes sociales (TikTok – Instagram)	Se define como un patrón de uso excesivo o compulsivo de plataformas digitales que interfiere en las actividades cotidianas, el bienestar psicológico y las relaciones interpersonales. Este comportamiento se caracteriza por la pérdida de control, la dependencia emocional y la necesidad de aprobación social (Kuss y Griffiths, 2017).	Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014), validada en población hispanohablante. Consta de 24 ítems tipo Likert distribuidos en tres dimensiones: Obsesión, Falta de Control y Uso Problemático.
Autoconcepto	Es la representación mental organizada que una persona tiene de sí misma, producto de la experiencia, la interacción social y la evaluación subjetiva de sus capacidades y atributos personales. Se estructura en cinco dimensiones: académica/laboral, social, emocional, familiar y física (García y Musitu, 1999).	Cuestionario de Autoconcepto Forma 5 (AF5) de García y Musitu (1999), adaptado y validado para población hispanohablante. Está compuesto por 30 ítems en la que el evaluado asigna a cada ítem un valor numérico entre 01 y 99, indicando con mayor precisión el grado de identificación con cada afirmación. Evalúa cinco dimensiones del autoconcepto:

		Académico/laboral, Social, Emocional, Familiar y Físico.
Autoconcepto académico	Se refiere a la percepción que el individuo tiene sobre su competencia, esfuerzo y rendimiento en actividades escolares o laborales. Está vinculado con la autoeficacia y la motivación hacia el aprendizaje (García y Musitu, 2014).	Subescala Académica/laboral del AF5, compuesta por 6 ítems. Mide la valoración personal del desempeño y la capacidad en contextos de aprendizaje.
Autoconcepto social	Dimensión relacionada con la percepción de competencia y aceptación en las relaciones interpersonales. Refiere a la capacidad para interactuar, ser valorado por los demás y establecer vínculos significativos (Cendales y cols., 2013).	Subescala Social del AF5, con 6 ítems. Evalúa la seguridad y aceptación percibida en la interacción con pares.
Autoconcepto emocional	Hace alusión a la percepción de control y manejo de los estados emocionales, así como a la capacidad de afrontamiento ante el estrés o la frustración (Jiménez y López, 2008).	Subescala Emocional del AF5, con 6 ítems. Evalúa la autopercepción de estabilidad emocional y control afectivo.
Autoconcepto familiar	Comprende la percepción que el individuo tiene del apoyo, aceptación y relaciones dentro del núcleo familiar. Está asociado con la cohesión, la comunicación y el sentido de pertenencia al grupo familiar (Cava y cols., 2006).	Subescala Familiar del AF5, con 6 ítems. Mide la calidad de las relaciones y el nivel de aceptación percibida dentro del contexto familiar.
Autoconcepto físico	Hace referencia a la autopercepción del cuerpo, la condición física y la apariencia. Influye directamente en la autoestima, la seguridad personal y el bienestar emocional (Esnaola y cols., 2016).	Subescala Física del AF5, compuesta por 6 ítems. Evalúa la percepción de la imagen corporal y la valoración estética personal.
Plataformas de interacción digital (TikTok e Instagram)	Son entornos virtuales de comunicación centrados en la difusión de contenido visual y audiovisual. Actúan como espacios de validación social donde los adolescentes desarrollan su identidad digital y comparan su autopercepción con estándares sociales y estéticos (Lau y cols., 2024)	Variable categórica medida por autoinforme: red social predominante (TikTok o Instagram) y tiempo promedio diario de uso (en minutos).

3.4. Instrumentos

Para la presente investigación se emplearon instrumentos psicométricos estandarizados y validados en población hispanohablante, seleccionados en función de su pertinencia teórica, sus propiedades psicométricas y su aplicabilidad. Los cuestionarios fueron administrados de forma colectiva durante la jornada académica, con una duración aproximada de 35 a 45 minutos, en un ambiente controlado y bajo supervisión del investigador principal.

Cuestionario de Autoconcepto Forma 5 (AF5), (García y Musitu, 1999).

Es una herramienta esencial que evalúa la percepción que el individuo tiene de sí mismo en diferentes ámbitos de su vida. Este cuestionario parte del modelo teórico propuesto por Shavelson y cols., (1976), que concibe el autoconcepto como una estructura multidimensional y jerárquica, en la cual las autopercepciones específicas conforman una visión global del yo. El AF5 está compuesto por treinta ítems donde los participantes expresan su grado de acuerdo o valoración mediante una escala numérica continua del 01 al 99, señalando que los valores más altos indican un mayor nivel de autoconcepto percibido.

Este instrumento ha demostrado una alta consistencia interna, con coeficientes alfa de Cronbach que oscilan entre .74 y .92 según la dimensión evaluada (García y Musitu, 2014). Su aplicación en contextos educativos hispanohablantes ha confirmado la estabilidad de su estructura factorial, por lo que resulta pertinente para la evaluación de la población seleccionada.

Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS) (Escurrea y Salas, 2014),

Esta prueba fue desarrollada para medir el nivel de uso problemático o adictivo de redes sociales digitales, por lo cual se basa en los criterios de adicción conductual de Griffiths (2005), teniendo en cuenta tres dimensiones fundamentales: 1. Obsesión, que refleja la preocupación constante por las redes sociales; 2. Uso excesivo, que mide la frecuencia y 3. pérdida de control del tiempo de conexión.

La ARS está conformada por 24 ítems con respuestas tipo Likert de cinco puntos (1 = nunca, 5 = siempre). Puntuaciones más elevadas indican un mayor nivel de adicción o dependencia conductual. En su validación original, la escala obtuvo una confiabilidad global de $\alpha = .88$, con alfas por dimensión entre .81 y .86, demostrando una consistencia interna óptima. Estudios recientes en población colombiana (Trejos y cols., 2023) han confirmado su validez y utilidad para evaluar el impacto del uso de plataformas como TikTok e Instagram en jóvenes.

3.5. Procedimiento

El desarrollo del presente estudio se estructurará en cinco fases para el proceso investigativo desde la formulación del proyecto hasta la obtención de resultados, garantizando rigurosidad metodológica y cumplimiento ético en todas las etapas.

Fase 1. Elaboración del proyecto y planteamiento del problema

Se realizó revisión bibliográfica de temas pertinentes en el campo de la psicología, comparando los resultados de distintas investigaciones internacionales y nacionales publicadas en los últimos diez años, lo que permitió delimitar las variables de estudio y seleccionar el modelo teórico de referencia. A partir de dicha revisión se definió el diseño metodológico de tipo cuantitativo, con un enfoque no experimental, transversal y de alcance correlacional.

Fase 2. Búsqueda de participantes

Se realizó contacto con las directrices de instituciones educativas, donde se expuso el problema y motivo de la investigación, estableciendo lo necesario a nivel del marco ético para la selección de la población. De tal forma, se presentó el formato de consentimiento, finalidad y criterios de inclusión/exclusión.

Fase 3. Identificación y selección de los participantes

Se aplicó un breve cuestionario sociodemográfico que permitió registrar datos básicos como edad, red social de mayor uso, tiempo promedio de conexión diaria y dispositivo de acceso principal. Se verificó que todos los participantes comprendieran las instrucciones y que se mantuviera un ambiente tranquilo y controlado durante la aplicación. Esta fase se desarrolló bajo las directrices de la Ley 1090 de 2006 y el Código Deontológico y Bioético del Psicólogo Colombiano, asegurando la protección del bienestar emocional de los jóvenes.

Fase 4. Recolección de datos y aplicación de instrumentos

La aplicación de los instrumentos se realizó en formato impreso y de manera colectiva dentro del aula de clases, bajo supervisión del equipo investigador. En primer lugar, se aplicó el Cuestionario de Autoconcepto Forma 5 (AF5) de García y Musitu (1999), en su versión de respuesta numérica continua de 01 a 99, que permite al participante indicar el grado de acuerdo con cada afirmación según su percepción personal. Posterior se administró la Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas (2014), compuesta por 24 ítems con escala tipo Likert de cinco puntos (1 = nunca; 5 = siempre). La duración promedio total de la sesión fue de 40 a 45 minutos. Durante la aplicación se resolvieron dudas del procedimiento sin influir en las respuestas y se controlaron factores ambientales para asegurar la homogeneidad de las condiciones.

Fase 5. Análisis de resultados y elaboración del documento

Se llevó a cabo los análisis estadísticos y descriptivos de las puntuaciones obtenidas por los participantes. Posteriormente, se escribieron los resultados, en conjunto con la discusión y planteamiento de conclusiones del estudio, obteniendo el documento final.

3.6. Plan de análisis

Una vez se completó la recolección de la información, se construyó una base de datos digital en Microsoft Excel, en la cual se registrarón las respuestas obtenidas por los participantes. Posteriormente, se elaborará un diccionario de variables que permitirá identificar con precisión los ítems correspondientes a cada instrumento y sus dimensiones. Esta base fue exportada al software estadístico JASP (versión 0.18), mediante el cual se llevarón a cabo los análisis descriptivos y correlacionales contemplados en el estudio.

En primera instancia, se calcularón los estadísticos descriptivos de tendencia central y dispersión para cada variable: media (M), desviación estándar (DE), mínimo (Min) y máximo (Max). Dichos cálculos permitieron caracterizar los puntajes globales y por dimensiones del Cuestionario de Autoconcepto Forma 5 (AF5) y de la Escala de Adicción a Redes Sociales (ARS) con lo cual se obtuvo un panorama general del comportamiento de las variables en la muestra evaluada.

En cuanto al análisis inferencial, se realizó una correlación bivariada entre las variables principales de uso problemático de redes sociales y autoconcepto, tanto en sus puntajes globales como en sus dimensiones específicas. Si los datos cumplían con los supuestos de normalidad, se empleará el coeficiente de correlación de Pearson (r); en caso contrario, se utilizará el coeficiente de Spearman (ρ). En ambos casos, se reportarón los niveles de significancia ($p < .05$) y los intervalos de confianza del 95 % (IC95%), con el fin de estimar la fuerza y dirección de las relaciones entre las variables.

4. Resultados

En esta sección se presentan los hallazgos relacionados con el uso problemático de redes sociales como TikTok e Instagram, y su posible impacto en el autoconcepto de adultos jóvenes. En la primera parte se presenta la descripción de cada nivel en toda la muestra, seguidamente, se expone correlación, señalando diferencias y/o similitudes a través de estadísticas descriptivas e inferenciales.

Descripción de los datos sociodemográficos en toda la muestra

En las siguientes tablas aparecen los estadísticos descriptivos relevantes respecto a la muestra evaluada y la frecuencia con relación a la edad, el sexo, uso de TikTok e Instagram y la red social que más usa.

Tabla 2.

Table 2. Frecuencia de Edad para la muestra

Edad	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20	3	15.0	15.0	15.0
21	6	30.0	30.0	45.0
22	4	20.0	20.0	65.0
23	4	20.0	20.0	85.0
24	3	15.0	15.0	100.0
Total	20	100.0		

La muestra estuvo compuesta por 20 adultos jóvenes con edades entre 20 y 24 años. El grupo con mayor representación correspondió a los participantes de 21 años (30%), seguido por quienes tenían 22 y 23 años (20% cada uno). Los extremos de edad, 20 y 24 años, presentaron una participación equivalente del 15% cada uno.

Tabla 3.

Table 3. Frecuencia de Sexo para la muestra

Sexo	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Femenino	10	50.0	50.0	50.0
Masculino	10	50.0	50.0	100.0
Total	20	100.0		

La muestra estuvo conformada por 20 adultos jóvenes, distribuidos equitativamente por sexo: 10 participantes femeninos (50%) y 10 masculinos (50%). Esta proporción balanceada permitió mantener la equidad de género en la composición de la muestra, evitando sesgos relacionados con el sexo en el análisis posterior de las variables estudiadas.

Table 4. Frecuencia para la pregunta ¿Usas TikTok? O ¿Usas Instagram?

¿Usas TikTok?	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	14	70.0	70.0	70.0
Sí	6	30.0	30.0	100.0
Total	20	100.0		

Frecuencia para la pregunta ¿Usas Instagram?

¿Usas Instagram?	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
No	3	15.0	15.0	15.0
Sí	17	85.0	85.0	100.0
Total	20	100.0		

Los resultados muestran que la mayoría de los participantes (70%) no utiliza TikTok, mientras que solo el 30% sí reporta hacerlo. En contraste, el uso de Instagram es significativamente mayor, con un 85% de los adultos jóvenes que afirmaron emplear esta plataforma frente a un 15% que no la usa. Estos datos indican una preferencia marcada por Instagram como red social principal dentro de la muestra, mientras que TikTok presenta una menor relevancia en este grupo etario.

Table 5. Frecuencia para la pregunta ¿Red social que más usa?

Red social que más usa	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Instagram	5	25.0	25.0	25.0
No uso ninguna	6	30.0	30.0	55.0
TikTok	8	40.0	40.0	95.0
Uso ambas por igual	1	5.0	5.0	100.0
Total	20	100.0		

Los resultados evidencian que TikTok es la red social más utilizada por los participantes, con un 40% que la señala como su plataforma principal. En segundo lugar, el 30% manifiesta no usar ninguna red social, mientras que el 25% prefiere Instagram y un 5% reporta usar ambas por igual. Estos hallazgos sugieren una diversidad en los hábitos digitales de los adultos jóvenes, donde, aunque TikTok predomina, una proporción considerable mantiene bajo o nulo uso de redes sociales, posiblemente reflejando diferencias en intereses, tiempo disponible o estrategias personales de gestión digital.

Resultados de Autoconcepto distribuidos por sexo

Table 6. Descripciones estadísticas de Sexo por dimensiones de Autoconcepto

	Académico		Social		Emocional		Familiar		Física	
	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M
Median	7.0	6.6	6.4	6.1	3.3	2.8	5.7	5.5	7.2	7.0
Std. Deviation	0.9	0.4	1.0	0.8	0.8	0.9	0.6	0.9	0.5	0.6
Minimum	5.2	6.0	4.9	5.0	2.0	2.3	4.7	4.0	6.4	6.4
Maximum	8.4	7.3	8.1	7.5	4.2	4.9	6.8	7.3	8.1	8.2

Al comparar las dimensiones del autoconcepto según el sexo, se observa que las mujeres presentan puntuaciones ligeramente más altas en casi todas las áreas. Destacan diferencias en el autoconcepto académico (7.0 vs. 6.6), social (6.4 vs. 6.1) y emocional (3.3 vs. 2.8), donde las mujeres muestran una mejor percepción de sí mismas. En las dimensiones familiar (5.7 vs. 5.5) y física (7.2 vs. 7.0), las diferencias son mínimas, reflejando niveles similares entre ambos sexos.

En general, los resultados sugieren una tendencia hacia un autoconcepto ligeramente más elevado en mujeres adultas jóvenes, sin diferencias marcadas por género.

Resultados de Adicción de Redes Sociales distribuidos por sexo

Table 7. Descripciones estadísticas de Sexo por dimensiones de Adicción a Redes Sociales

Descripciones estadísticas de Sexo por dimensiones de Adicción a Redes Sociales

	Obsesión		Falta Control		Uso Excesivo	
	F	M	F	M	F	M
Median	18.0	22.5	10.0	12.0	14.5	12.5
Std. Deviation	5.8	4.6	3.5	3.2	4.4	3.3
Minimum	6.0	12.0	3.0	6.0	6.0	8.0
Maximum	27.0	27.0	17.0	17.0	20.0	18.0

En relación con las dimensiones de adicción a redes sociales, los hombres presentan puntajes medianos ligeramente más altos en comparación con las mujeres. En obsesión (22.5 vs. 18.0), falta de control (12.0 vs. 10.0) y uso excesivo (12.5 vs. 14.5) se evidencia una mayor tendencia masculina hacia conductas asociadas al uso problemático, especialmente en la dimensión de obsesión, donde la diferencia es más notable. Sin embargo, las desviaciones estándar indican una variabilidad considerable dentro de ambos grupos, lo que sugiere que, aunque los hombres muestran puntajes más elevados, no existe una brecha amplia en la adicción a redes sociales por sexo dentro de la muestra analizada.

Correlación de las dimensiones de adicción de redes sociales y dimensiones de autoconcepto

Table 8. Correlación entre la Variable Autoconcepto y la Variable Redes Sociales

Dimensión	Obsesión		Falta Control		Uso Excesivo		Uso Problemático	
	r	p	r	p	r	p	r	p
Académico	-0.1	.6	-0.2	.3	0.05	.8	-0.4	.1
Social	0.3	.2	0.2	.4	-0.3	.3	0.2	.5
Emocional	0.05	.8	0.4	<.1	-0.2	.4	0.1	.6
Familiar	-0.4	<.1	-0.3	.2	0.1	.5	-0.4	.1
Física	-0.041	.9	0-2	.4	-0.09	.7	0.2	.5

En la dimensión académica, se identificó una relación inversa leve entre obsesión ($r = -0.1$, $p = .6$) y falta de control ($r = -0.2$, $p = .3$), lo que sugiere que a mayor grado de uso problemático, la autopercepción del rendimiento académico tiende a disminuir, aunque esta relación no alcanza significancia estadística. De forma similar, el uso problemático global ($r = -0.4$, $p = .1$) mantuvo una tendencia negativa moderada, indicando que un mayor involucramiento en redes podría asociarse con menor autoconcepto académico.

Respecto a la dimensión social, se encuentran correlaciones pequeñas (r entre -0.3 y 0.3), con una leve tendencia positiva entre obsesión ($r = 0.3$, $p = .2$) y el autoconcepto social, lo que podría indicar que, en ciertos casos, quienes interactúan con mayor frecuencia en redes pueden percibir una mejora en su capacidad de relacionarse; sin embargo, el efecto es marginal y no concluyente.

En el plano emocional, la correlación más destacada se presentó entre falta de control y autoconcepto emocional ($r = 0.4$, $p < .1$), evidenciando una relación positiva moderada. Esto sugiere que, en esta muestra, quienes presentan mayor dificultad para regular el uso de redes manifiestan simultáneamente una autopercepción emocional más activa o fluctuante, posiblemente relacionada con la exposición a estímulos constantes en el entorno digital.

La dimensión familiar mostró relaciones inversas moderadas tanto con la obsesión ($r = -0.4$, $p < .1$) como con el uso problemático total ($r = -0.4$, $p = .1$). Este patrón refleja que un uso más intenso y absorbente de redes tiende a asociarse con una menor valoración del entorno familiar o con un distanciamiento en la percepción de apoyo y cohesión dentro del núcleo familiar.

Para la dimensión física, las correlaciones fueron nulas (r entre -0.04 y 0.2), lo que indica que el uso problemático de redes sociales no guarda relación significativa con la percepción de la propia imagen o condición corporal dentro del grupo evaluado.

5. Discusión

Los resultados obtenidos en la presente investigación evidencian que, existen tendencias que permiten analizar de manera parcial la relación entre las redes sociales y el autoconcepto en adultos jóvenes, con un patrón general que muestra que el impacto de las redes sociales no se distribuye de manera uniforme entre las dimensiones del autoconcepto, sino que afecta de forma diferenciada el ámbito emocional y el familiar, donde la exposición prolongada a entornos

digitales parece vincularse con fluctuaciones en la regulación afectiva y la valoración de las relaciones cercanas.

La dimensión emocional del autoconcepto presentó una de las correlaciones más destacadas, particularmente con la falta de control en el uso problemático de las redes sociales, donde los adultos jóvenes que refieren mayores dificultades para limitar el tiempo de conexión o el uso consciente de las redes manifiestan, al mismo tiempo, una autopercepción emocional más activa e inestable, lo que coincide con lo señalado por Elhai y cols. (2021), quienes argumentaron que la exposición constante a contenidos digitales puede incrementar la reactividad emocional y reducir la capacidad de autorregulación, generando una posible dependencia emocional hacia los estímulos virtuales.

Es importante señalar que, la correlación positiva de estas dos dimensiones, indica que el uso impulsivo de redes no necesariamente se asocia con una percepción negativa de las propias emociones, sino con una mayor implicación afectiva, lo que podría reflejar tanto una búsqueda de expresión como de validación emocional dentro del entorno digital.

Para la dimensión familiar del autoconcepto se obtuvo correlaciones inversas moderadas con las dimensiones de obsesión y uso problemático total, lo que permite inferir que un nivel más alto de dependencia hacia las redes sociales se relaciona con una menor valoración del entorno familiar e incluso con un posible distanciamiento en la percepción de apoyo o comunicación en el núcleo más cercano, sustentando lo mencionado por Buelvas y Puerta (2021) quienes hablaron de las interferencias en las interacciones interpersonales, fenómeno que, en adultos jóvenes, podría verse potenciado por la independencia progresiva del hogar y la sustitución parcial del contacto físico por la comunicación virtual.

En cuanto a la dimensión académica, se observaron correlaciones inversas leves con la obsesión y la falta de control lo cual concuerda con el estudio de Trejos y cols., (2023) quienes encontraron que un uso excesivo de redes puede interferir en la autorregulación y concentración, afectando el rendimiento académico percibido. Aunque en esta investigación las asociaciones no alcanzaron significancia estadística, la dirección de los coeficientes sugiere que el tiempo de conexión y la distracción generada por las redes podrían vincularse con una autovaloración académica más baja, especialmente cuando las plataformas compiten con las demandas cognitivas y de organización propias de la vida universitaria.

Desde una perspectiva teórica, estos resultados apoyan los planteamientos de García y Musitu (1999) sobre el carácter multidimensional y dinámico del autoconcepto, que confirma que este constructo no se ve modificado fácilmente por un único factor contextual, como el uso de redes sociales, sino que resulta de la interacción continua entre factores personales, familiares, académicos y emocionales. Así, la influencia de las plataformas como TikTok e Instagram debe comprenderse como un elemento que se incluye dentro de una red de determinantes psicosociales, y no como un agente causal directo del bienestar o la autovaloración personal.

Frente a la frecuencia de uso y preferencia de plataformas, se evidenció que un 70% de los participantes no utiliza TikTok y un 85% sí usa Instagram, siendo esta última la red más predominante. Además, el 40% indicó usar TikTok como su principal plataforma, mientras que un 30% manifestó no usar ninguna con regularidad. Esta distribución sugiere que, aunque la exposición digital está presente, el uso no alcanza niveles generalizados de adicción, lo que puede explicar las correlaciones bajas observadas en las variables de autoconcepto. La preferencia por Instagram, orientada a la comunicación y presentación personal más que al consumo pasivo de videos, puede asociarse con un manejo más controlado del tiempo digital,

como también lo reportaron Conte y cols. (2024) al señalar diferencias significativas en la forma de interacción y sus consecuencias psicológicas según la plataforma empleada.

Las implicaciones de este estudio señalan la importancia de promover estrategias de alfabetización digital y regulación emocional en adultos jóvenes, orientadas a fortalecer la conciencia sobre el uso del tiempo, la validación interna y la gestión del bienestar emocional frente a las dinámicas del entorno virtual. Las leves correlaciones entre las dimensiones de uso problemático y el autoconcepto emocional sugieren que el impacto de las redes no es un fenómeno unidimensional, sino una experiencia psicológica y relacional que depende de la madurez emocional y los recursos personales de cada individuo.

6. Conclusiones

Se permite concluir que no se hallaron correlaciones significativas entre el uso problemático de redes sociales y las dimensiones del autoconcepto en adultos jóvenes universitarios, aunque sí se identificaron tendencias específicas de interés teórico. Entre ellas, destacó la relación positiva moderada entre la falta de control y la dimensión emocional del autoconcepto, lo que sugiere que la dificultad para regular el tiempo y la frecuencia de uso de redes puede acompañarse de una mayor implicación afectiva y reactividad emocional. De igual

modo, se evidenció una correlación inversa entre el uso problemático global y la dimensión familiar, indicando que el incremento en la dependencia hacia las redes tiende a asociarse con una menor valoración del entorno familiar o con un distanciamiento en los vínculos de apoyo y comunicación.

A partir de estos hallazgos, puede inferirse que las redes sociales no constituyen un factor único ni determinante en la autopercepción de los adultos jóvenes, sino un componente más dentro de un entramado de variables personales, contextuales y emocionales como se ha señalado previamente en investigaciones de Buelvas y cols., (2021).

Las dimensiones académica y física se mantuvieron estables, lo que sugiere que en esta etapa del ciclo vital los individuos poseen una autoimagen y una autovaloración más consolidadas que las de etapas previas, como la adolescencia, algo que es sustentado por Papalia y Mantorell (2021). Estos resultados coinciden con lo expuesto por García y Musitu (1999), al señalar que el autoconcepto presenta un carácter multidimensional que responde de forma diferenciada a las experiencias y contextos, y que no se ve modificado de manera uniforme ante los estímulos sociales o tecnológicos.

Sin embargo, es necesario reconocer que los resultados no pueden generalizarse debido a la limitación del tamaño muestral, compuesto por veinte participantes pertenecientes a una sola institución educativa, lo que impide establecer relaciones concluyentes y representativas para la población general de adultos jóvenes, por lo que se recomienda ampliar la muestra en futuras investigaciones, incluyendo participantes de diferentes contextos socioculturales y académicos, teniendo en cuenta a su vez, la influencia de variables como el tiempo de uso, la motivación para conectarse o las diferencias de género en la autopercepción personal y emocional.

En futuras investigaciones, se considera pertinente incorporar instrumentos complementarios que evalúen la regulación emocional, dada su posible función mediadora entre el uso problemático de redes y el autoconcepto. La inclusión de esta variable facilitaría comprender si las variaciones observadas en la dimensión emocional responden a dificultades en la gestión de las emociones o a patrones de búsqueda de validación externa.

Referencias

- Andreassen, C. S. (2015). Online social network site addiction: A comprehensive review. *Current addiction reports*, 2(2), 175-184.
- Appelbaum, M., Cooper, H., Kline, R., Mayo, E., Nezu, A., y Rao, S., (2018). Journal article reporting standards for quantitative research in psychology: The APA Publications and Communications Board task force report. *American Psychologist*, 73(1), 3.

- Arnett, J. J., (Ed.). (2015). *The Oxford handbook of emerging adulthood*. Oxford University Press.
- Bandura, A., y Hall, P. (2018). Albert bandura and social learning theory. *Learning theories for early years*, 78, 35-36.
- Barraza, D., Suarez, A y Florez, N., (2022). Salud Mental y Rendimiento Académico en Estudiantes Universitarios. *Rev Cienc Salud [Internet]*, 20, 1.
- Brand, V y García, L., (2023). Adicción o uso problemático de las redes sociales online en la población adolescente. Una revisión sistemática. *Psicoespacios*, 17(31), 1-22.
- Buelvas, V y Puerta, E., (2021). Relación entre regulación emocional y cyberbullying en adolescentes barranquilleros durante confinamiento por Covid-19.
- Cava, M., Musitu, G y Murgui., (2006). Familia y violencia escolar: el rol mediador de la autoestima y la actitud hacia la autoridad institucional. *Psicothema*, 18(3), 367-373.
- Cendales, B., Vargas-Trujillo, E. y Barbosa, C., (2013). Factores psicológicos asociados al desempeño académico en los cursos universitarios de estadística: diferencias por sexo y área de titulación. *Avances en Psicología Latinoamericana*, 31(2), 363-375.
- Chirinos de Jesus, R y Silva de Jesus Hernández, F., (2021). Emotional intelligence of the educational manager in times of pandemic. *Revista Científica UISRAEL*, 8(3), 11-26.
- Congreso de la República de Colombia. (2006, septiembre 6). *Ley 1090 de 2006, por la cual se reglamenta el ejercicio de la profesión de Psicología, se dicta el Código Deontológico y Bioético y otras disposiciones*. Diario Oficial No. 46.383.
- Conte, G., Iorio, G. D., Esposito, D., Romano, S., Panvino, F., Maggi, S., ... y Terrinoni, A. (2025). Scrolling through adolescence: a systematic review of the impact of TikTok on adolescent mental health. *European Child & Adolescent Psychiatry*, 34(5), 1511-1527.

Cuberos, E., (2017). Análisis del uso de las redes sociales en los estudiantes universitarios de San José de Cúcuta-Colombia. *Mundo Fesc*, 7(13), 106-114.

Díaz, A., Bonilla, I y Chamarro, A., (2023). Comparación social negativa: La influencia de la ansiedad, la regulación emocional y el uso problemático de redes sociales. *Ansiedad y estrés*, 29(3), 181-186.

Gállego, C. P. (1982). ERIKSON, Erik H.: Identidad. Juventud y crisis (Book Review). *Arbor*, 111(433), 135.

García, F., y Musitu, G. (1999). *Autoconcepto forma 5*. Madrid: Tea.

García, D., Rincón, B y Urdaneta B., (2022). Autopercepción de adultez emergente y sus relaciones con gratitud, ansiedad y bienestar.

González, B. J., Puerta, D y Ramírez, N., (2021). Relación entre el uso problemático de Facebook y la evitación experiencial en jóvenes colombianos. *Psicología desde el Caribe*, 38(3), 393-407.

Grimaldi, D y Velarde, C. (2018). Autoestima y motivación en el uso de Facebook en adultos de 18 a 37 años de Lima Metropolitana.

Elhai, J. D., Yang, H y Levine, J. C. (2021). Applying fairness in labeling various types of internet use disorders: commentary on how to overcome taxonomical problems in the study of internet use disorders and what to do with “smartphone addiction”?. *Journal of Behavioral Addictions*, 9(4), 924-927.

Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and crisis*. Norton.

Escurra, M y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit*, 20(1), 73-91.

- Esnaola, I., Goñi, A y Revuelta, L., (2016). Relaciones entre el autoconcepto físico y la actividad físico-deportiva adolescente. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte/International Journal of Medicine and Science of Physical Activity and Sport*, 16(63), 561-581.
- Espinosa, V., (2024). Relación entre el uso de redes sociales y la autoestima. *Ethos Scientific Journal*, 2(1), 4-16.
- Festinger, L. (1957). Social comparison theory. *Selective Exposure Theory*, 16(401), 3.
- Harter, S. (2015). *The construction of the self: Developmental and sociocultural foundations*. Guilford Publications.
- Henao, J., Ballesteros, A., Arango, J., Mejía, A., Arteaga, K., Orozco, B., ... y Porras, D., (2022). Diseño y validación de una escala psicométrica que mida la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios. *Revista Científica Signos Fónicos*, 8(2), 52-74.
- Iannattone, S., Mezzalira, S., Bottesi, G., Gatta, M y Miscioscia, M. (2024). Emotion dysregulation and psychopathological symptoms in non-clinical adolescents: The mediating role of boredom and social media use. *Child and Adolescent Psychiatry and Mental Health*, 18(1), 5.
- Iguaran, J. (2023). Autoestima corporal uso de las redes sociales y prácticas de sexting en jóvenes universitarios de pregrado de 18 a 24 años de la ciudad de Barranquilla.
- Jiménez, M y López, E., (2008). El autoconcepto emocional como factor de riesgo emocional en estudiantes universitarios. Diferencias de género y edad. *Boletín de psicología*, 93(1), 21-39.

- Klimenko, O., Cataño, Y., Otálvaro, I y Úsuga, S., (2021). Riesgo de adicción a redes sociales e Internet y su relación con habilidades para la vida y socioemocionales en una muestra de estudiantes de bachillerato del municipio de Envigado. *Psicogente*, 24(46), 123-155.
- Kuss, D y Griffiths, M., (2017). Social networking sites and addiction: Ten lessons learned. *International journal of environmental research and public health*, 14(3), 311.
- Lagla, G., Chisag, J., Moreano, J., Pico, O y Pulloquina, R., (2017). La influencia de las redes sociales en los estudiantes universitarios. *Boletín Redipe*, 6(4), 56-65.
- Lau, N., Srinakaran, K., Aalfs, H., Zhao, X y Palermo, T., (2025). TikTok and teen mental health: an analysis of user-generated content and engagement. *Journal of pediatric psychology*, 50(1), 63-75.
- Loaiza, R. P. F., Belduma, K. D. L., Pesantez, Z. M. O y Ayala, C. R. C. (2024). La influencia del uso de Instagram y TikTok en los estudiantes universitarios. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE. ISSN: 2600-6030*, 7(15), 68-81.
- Mann, M., Blom, N y Rees, C. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency, self-presentation, social comparison, and self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 192, 111593.
- Marwick, A. E., y Boyd, D. (2014). Networked privacy: How teenagers negotiate context in social media. *New media & society*, 16(7), 1051-1067.
- Méndez, J., Quiñones, D y Quintero, L., (2022). Sinopsis sobre el desarrollo socioafectivo en la adultez joven: Retos para la investigación en el contexto colombiano. *Enfoques*, 3(2), 118-142.
- Merlos, E., y Rivera, N. (2021). Los jóvenes y las redes sociales. Red Interinstitucional para el Desarrollo Territorial; Fundación Nacional para el Desarrollo; Hanns Seidel Stiftung.

- Murthy, V. (2023). *Social Media and Youth Mental Health: The US Surgeon General's Advisory*; 2023.
- Otzen, T., y Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio. *International journal of morphology*, 35(1), 227-232.
- Papalia, D., y Martorell, G., (2021). *Desarrollo Humano-14*. McGraw Hill Brasil.
- Papalia, D., y Martorell, G., (2017). *Experiencia humana: Desarrollo de la vida*. McGraw Hill.
- Peña, G., y Almazán, O., (2019). Ansiedad y autoestima: su relación con el uso de redes.
- Piccerillo, L., y Digennaro, S. (2025). Adolescent social media use and emotional intelligence: a systematic review. *Adolescent Research Review*, 10(2), 201-218.
- Quintero, J., (2018) Estudio de riesgos en usuarios de las redes sociales y la Internet aplicado a jóvenes universitarios de la ciudad de san José de Cúcuta.
- Rosenberg, M. (1965). Rosenberg self-esteem scale (RSE). *Acceptance and commitment therapy. Measures package*, 61(52), 18.
- Sánchez, H., Reyes, C., y Mejía, K. (2018). Manual de términos en investigación científica, tecnológica y humanística.
- Steinberg, J., (2018). *Percepciones del uso de redes sociales y sus efectos en las relaciones interpersonales de estudiantes de pregrado de una Universidad privada de Medellín* (Bachelor's thesis, Psicología).
- Shavelson, R., Hubner, J y Stanton, G., (1976). Self-concept: Validation of construct interpretations. *Review of educational research*, 46(3), 407-441.
- Solano, A., y Parada, C., (2024). El papel de las redes sociales virtuales en el desarrollo de las competencias socioemocionales de estudiantes del colegio Nuestra Señora de Belén de Cúcuta.

- Trejos, C., Tordecilla, C., y Mena, D., (2024). Adicción a la red social Tik Tok en jóvenes universitarios. *Revista de Comunicación y Salud, 14*, 1-18.
- Trinidad, A. (2024). Asociación entre el uso de las redes sociales y la autoestima en los jóvenes: una revisión teórica sistemática. Biblioteca Digital Universidad De Alcalá.
- Turkle, S. (2011). *Life on the Screen*. Simon and Schuster
- Valkenburg, P., (2022). Theoretical foundations of social media uses and effects. *Handbook of adolescent digital media use and mental health*, 39-60.
- Varaona, A., Alvarez, M., Serrano, I., Díaz, M., Looi, C., y Molina, R., (2024). Exploring the relationship between Instagram use and self-criticism, self-compassion, and body dissatisfaction in the Spanish population: observational study. *Journal of medical internet research, 26*, e51957.
- Wegmann, E., Schiebener, J., y Brand, M. (2023). Social-networks use as adaptive or maladaptive strategy for coping with stress. *Scientific Reports, 13*(1), 11895.