

Adolescentes y redes sociales: identidad digital, autoestima y validación social

Adolescents and social networks: digital identity, self-esteem, and social validation



Noelia Gutiérrez-Martín. Doctora en Comunicación Social por la Universidad San Pablo CEU. Graduada en Ingeniería de Sistema de Información por la Universidad Católica de Ávila. Directora del Centro de Proceso de Datos de la Universidad Católica de Ávila desde 2014. Ha formado parte del equipo que está llevando a cabo la transformación digital de la Universidad. Profesora Contratada Doctor en la Universidad Católica de Ávila. Imparte docencia en el Grado en Ingeniería Informática y en el de Políticas de la Seguridad, además de en el Máster en Gestión y Dirección de Centros Educativos en la Universidad Católica de Ávila. Sus líneas de investigación actuales son la transformación digital en la educación y el impacto de las nuevas tecnologías en las relaciones sociales, sobre todo en los menores, habiendo presentado comunicaciones sobre estos temas en varios congresos. Directora del grupo de investigación en Diversidad Educativa (GIDE) de la Universidad Católica de Ávila.

Universidad Católica de Ávila (UCAV), España 

Noelia.gutierrez@ucavila.es

ORCID: 0000-0002-3524-1280



Eva Ordóñez-Olmedo. Doctora Cum Laude con premio extraordinario en el Programa de Ciencias Sociales de la Universidad Pablo de Olavide. Máster Universitario en Educación para el Desarrollo, Sensibilización Social y Cultura de Paz. Licenciada en Psicopedagogía. Graduada en Educación Primaria. Miembro del grupo de investigación HUM-971 INNOVAGOGÍA. Profesora Contratada Doctor acreditada por ANECA, docente en los Grados de Educación y Máster de Profesorado en la Universidad Internacional de La Rioja (UNIR) y en la Universidad de Córdoba. Ponente de conferencias internacionales abordando la temática de la Evaluación en la enseñanza virtual, mediante un programa de capacitación docente de la UCAVILA. Investigando sobre planes de estudios basados en competencias y metodologías innovadoras que nos acerque a su consecución. Autora de diversas publicaciones tanto de artículos de gran impacto (JCR Q1,Q2, SCOPUS, etc.) como de libros y capítulos en editoriales de gran prestigio. Interesada principalmente en la adquisición de competencias en las diferentes etapas educativas, investigaciones enlazadas a estancias tanto a nivel nacional como en el ámbito internacional en universidades de prestigio como Suor Orsola Benincasa - Facoltà di Scienze della Formazione de Nápoles (Italia) y en la University of Southampton (Reino Unido). Ponente en diversos congresos internacionales.

Universidad Internacional de La Rioja (UNIR), España 

eva.ordonez@unir.net

ORCID: 0000-0002-6220-0302

Cómo citar este artículo:

Gutiérrez-Martín, N. y Ordóñez-Olmedo, E. (2026). Adolescentes y redes sociales: identidad digital, autoestima y validación social. *Doxa Comunicación*, 42, pp. 437-455.

<https://doi.org/10.31921/doxacom.n42a3049>



Este contenido se publica bajo licencia Creative Commons Reconocimiento - Licencia no comercial. Licencia internacional CC BY-NC 4.0

Resumen:

Este estudio analiza la construcción de la identidad digital en adolescentes de 12 a 16 años y su relación con la autoestima y la validación social. Mediante un diseño mixto que combinó una técnica Delphi de dos rondas con 14 expertos y dos grupos focales con 32 adolescentes, se identificaron tendencias hacia la idealización de la autoimagen, la búsqueda intensiva de reconocimiento social y la adopción de identidades alternativas bajo anonimato. Los hallazgos muestran que las métricas de visibilidad (*likes*, seguidores, comentarios) funcionan como reforzadores de la autoestima y, cuando predominan, aumentan la vulnerabilidad emocional. Se observan además diferencias de género en la hipersexualización y la presión estética. Entre las estrategias preventivas mejor valoradas figuran la alfabetización mediática, la mediación parental dialógica y el fortalecimiento de competencias emocionales y digitales. Se discuten implicaciones para la intervención educativa y familiar, así como líneas futuras de investigación que incluyan diseños longitudinales y la consideración de los efectos algorítmicos sobre la autoimagen adolescente.

Palabras clave:

Identidad digital, adolescencia, redes sociales, salud mental, *Delphi*, *focus group*.

Abstract:

This study examines how adolescents aged 12 to 16 construct digital identities and how these relate to self-esteem and social validation. A mixed-method design combined a two-round Delphi with fourteen experts and two focus groups involving thirty-two adolescents. Findings indicate tendencies toward idealized self-representations, intensive pursuit of social recognition, and the use of alternative identities under anonymity. Visibility metrics (likes, followers, comments) act as reinforcers of self-worth and, when dominant, increase emotional vulnerability. Gender differences emerged in pressures related to hypersexualization and aesthetic norms. Valued preventive strategies include media literacy, dialogical parental mediation, and strengthening emotional and digital competencies. Implications for educational and familial interventions are discussed, along with recommendations for longitudinal studies and research on algorithmic impacts on adolescent self-image.

Keywords:

Digital entity; adolescence, social networks, mental health, Delphi, focus group.

1. Introducción

En un entorno donde la conexión digital es casi constante y el uso de las redes sociales por parte de los adolescentes para relacionarse entre ellos, los perfiles en plataformas como Instagram, TikTok, Snapchat o BeReal se han convertido en espacios privilegiados de expresión personal, experimentación identitaria y validación social. Este fenómeno ha dado lugar a lo que se denomina identidad general, es decir, su forma de presentarse ante los demás.

La identidad digital de cada persona y la permanencia de esta huella a lo largo del tiempo son temas cruciales y a menudo, controvertidos, cuyo conocimiento consciente se ha vuelto imprescindible.

En línea con lo que plantea Zamora-García (2024), la exposición constante en redes sociales no solo responde a una necesidad de comunicación, sino también a una búsqueda de visibilidad que, en muchos casos, se confunde con la necesidad de ser. Este autor señala que, en la era digital, “existir es ser visto” y que esta lógica de la exposición puede transformar la identidad en un escape donde el brillo –los *likes*, los comentarios, la atención– se convierte en sinónimo de valor personal. Desde esta perspectiva, la construcción de la identidad digital en la adolescencia no puede entenderse sin atender a las dinámicas de reconocimiento y rendimiento emocional que atraviesan estas plataformas, donde el “yo” se negocia entre lo auténtico y lo performativo.

En este contexto de una identidad digital tan relevante y permanente, donde las redes sociales median gran parte de las interacciones, la identidad digital adquiere un papel central en la adolescencia, una etapa de por sí marcada por la búsqueda de pertenencia y la afirmación del yo (Livingstone y Sefton-Green, 2016).

En este contexto, resulta prioritario comprender cómo los adolescentes configuran su identidad en línea, qué motivaciones impulsan sus decisiones comunicativas y qué riesgos psicosociales emergen de este proceso. Estudios recientes han alertado sobre fenómenos como la idealización del yo, la dependencia de la validación externa, la sobreexposición a contenidos dañinos o la normalización de estereotipos y conductas hipersexualizadas (Nesi y Prinstein, 2015; Twenge, 2023).

Mediante el uso de una metodología mixta, se lleva a cabo una investigación consistente en la realización de un Delphi con expertos y un *focus group* con adolescentes; se plantea un estudio que permita analizar las prácticas y riesgos vinculados a la identidad digital en adolescentes y aportar orientaciones psicopedagógicas desde el ámbito educativo a los adolescentes.

2. Revisión de la literatura

Durante la adolescencia, etapa crítica en el desarrollo de la identidad, los individuos suelen experimentar y asumir riesgos como parte del proceso de construcción del autoconcepto y de búsqueda de autonomía (Salas, 2018; Zacarés et al., 2009). En la actualidad, este proceso se desarrolla en gran medida en contextos digitales, especialmente a través de las redes sociales, que se han convertido en espacios privilegiados para la autoexpresión, la exploración de roles y la interacción social.

La identidad digital puede entenderse como la representación de uno mismo que un individuo proyecta mediante las tecnologías digitales, particularmente en redes sociales y plataformas de interacción virtual (García-Galera et al., 2017a). En dicha construcción intervienen múltiples factores, desde la gestión de la imagen personal hasta la búsqueda de validación social y la adaptación a normas específicas del entorno digital (Pouwels et al., 2021). Este escenario expone a los adolescentes a dinámicas sociales intensas, en las que la retroalimentación inmediata y la comparación constante pueden influir significativamente en su autoestima y sentido de identidad.

Desde la perspectiva de la teoría social cognitiva de Bandura (1986), la conducta humana –incluidas las conductas adictivas– se explica por la interacción entre factores personales, ambientales y conductuales. En este marco, la observación y la imitación de modelos adquieren un papel central. Así, los adolescentes pueden aprender y reproducir comportamientos adictivos observados en figuras significativas dentro de su entorno, ya sea presencial o digital. En consecuencia, la exposición constante a modelos de uso intensivo o dependiente de las redes sociales puede favorecer el desarrollo de patrones de conducta adictiva, lo que plantea la necesidad de analizar la relación entre la construcción de la identidad digital y el riesgo de adicción a las redes sociales.

2.1. Identidad digital y adolescencia

Durante la adolescencia, etapa en la que se produce la consolidación del autoconcepto y la construcción progresiva de la autoimagen (Pérez-Torres, 2024), los jóvenes recurren con frecuencia a los entornos digitales como escenarios donde explorar distintas facetas de su identidad. Las redes sociales se han convertido en espacios que les permiten desarrollar personalidades propias o alternativas en las que los estilos, las impresiones o las ideas son modificables en busca de la validación de sus iguales (Avci et

al., 2025). En plataformas como Instagram, TikTok o Snapchat, los jóvenes no solo interactúan con sus iguales, sino que también negocian su posición social y construyen narrativas de sí mismos (Michikyan et al., 2014a). Esta representación digital, sin embargo, no siempre se corresponde con el yo real, sino que puede reflejar una versión idealizada o estratégica del individuo, lo que puede generar tensiones entre el “yo *online*” y el “yo *offline*”.

Diversos estudios como los de Lay (2007) y los de Potterton et al. (2022) han mostrado que esta discrepancia entre identidades puede tener efectos negativos en la salud mental. La comparación con otros perfiles idealizados y la presión por mantener una presencia constante y atractiva en redes se asocian con mayores niveles de ansiedad, baja autoestima e incluso sintomatología depresiva (Nesi y Prinstein, 2015; Beyens et al., 2020).

En este sentido, Becoña (2002) menciona el fenómeno de la evitación experiencial, donde los adolescentes pueden utilizar las redes sociales como una forma de evitar enfrentar emociones o situaciones difíciles. Este comportamiento puede llevar a un patrón inflexible de conducta adictiva, afectando su salud mental y bienestar.

2.2. Redes sociales y autopercepción

La dinámica de validación social en redes sociales –mediante *likes*, comentarios, seguidores dependiendo de la red social– refuerza patrones de comportamiento que buscan la aprobación externa (Voggenreiter et al., 2023). Este tipo de retroalimentación actúa como un reforzador positivo de la autoestima, especialmente cuando el contenido publicado recibe una alta cantidad de interacciones positivas, pero puede convertirse en un arma de doble filo, que les obligue a estar conectados la mayor parte de su tiempo, a buscar novedades o historias interesantes para el resto continuamente y en el caso de no conseguirlos produzca el efecto contrario, de manera que su autoestima se resienta (Goldberg, 2023). Los adolescentes pueden interpretar los “me gusta” y comentarios como indicadores de aceptación social, lo que contribuye a reforzar una autoimagen idealizada (Valkenburg et al., 2021).

Investigaciones como la de Longobardi et al. (2020) señalan que el uso intensivo de redes sociales predice una mayor tendencia a la comparación social ascendente y una mayor vulnerabilidad emocional. Este fenómeno queda intensificado en plataformas en las que el contenido visual predomina tales como Instagram o Tik Tok, donde la estética y la apariencia son claves en la interacción digital. Vartanian y Dei (2013) encontraron que la comparación de la propia imagen con la de otros usuarios puede erosionar la claridad del autoconcepto y fomentar insatisfacción corporal.

Esta situación es especialmente crítica en la adolescencia, dado que el desarrollo del autoconcepto aún es inestable y permeable a las opiniones ajenas (Pouwels et al., 2021). Villarreal (2024) argumenta que la autoestima en esta etapa se encuentra en formación, y depende en gran medida de las experiencias de validación externa. Cualquier experiencia que vivan los adolescentes en esta etapa tendrá un impacto durante el resto de su vida. Por ello, una exposición constante a juicios sociales a través de redes puede tener efectos ambivalentes: puede reforzar el sentimiento de pertenencia, pero también aumentar la dependencia emocional de la aceptación digital.

Asimismo, la gestión de la autoimagen digital implica un control cuidadoso de los contenidos compartidos (Masanet et al., 2020), la edición de fotografías y el mantenimiento de una estética uniforme, lo que contribuye a una visión fragmentada del “yo”. Este tipo de construcción selectiva puede generar disonancia cognitiva cuando los adolescentes perciben que no están a la altura

de la imagen idealizada que proyectan (Choukas-Bradley et al., 2021). Esta tensión entre la identidad real y la identidad digital puede derivar en una búsqueda constante de validación a través de la interacción en redes sociales, incrementando el tiempo de exposición y el uso reiterado de estas plataformas.

En este sentido, Espada (2015) reconoce que las conductas adictivas no solo se limitan al consumo de sustancias, sino que también incluyen el uso excesivo de tecnologías. Tal fenómeno adquiere especial relevancia durante la infancia y la adolescencia, etapas en las que la necesidad de aceptación social y la comparación constante pueden favorecer la aparición de patrones de uso problemático o adictivo de las redes sociales y otros entornos digitales.

2.3. Autoestima, autoconcepto y validación social en entornos digitales

El impacto de las redes sociales en la configuración del yo adolescente se articula en torno a tres dimensiones interdependientes: la autoestima, el autoconcepto y la validación social. La autoestima se define como la valoración afectiva que el individuo realiza de sí mismo, mientras que el autoconcepto constituye la percepción cognitiva y estructurada de la propia identidad (Shavelson et al., 1976). Ambos constructos, tradicionalmente abordados desde la psicología educativa y del desarrollo, se encuentran hoy mediados por dinámicas digitales que transforman la forma en que los adolescentes se perciben, se comparan y se validan frente a los demás (García y Musitu, 2014).

En las redes sociales, la validación social emerge como un mecanismo clave de retroalimentación simbólica. Los indicadores de aprobación –“me gusta”, comentarios o número de seguidores– actúan como medidores visibles de aceptación, influyendo en la percepción del propio valor y en la regulación emocional (Deci y Ryan, 2000; Valkenburg et al., 2022). Esta búsqueda constante de reconocimiento puede derivar en una dependencia de la aprobación externa, reforzando un autoconcepto fluctuante y frágil. Bernal et al. (2025) evidencian que el uso intensivo de plataformas como Instagram, TikTok y Snapchat se asocia con una disminución de la autoestima, especialmente cuando los adolescentes realizan comparaciones sociales ascendentes con pares o figuras influyentes. No obstante, el estudio también muestra efectos positivos cuando las redes se utilizan como espacios de conexión emocional y apoyo mutuo, lo que sugiere que la influencia digital no es únicamente perjudicial, sino dependiente del tipo de interacción y del contexto emocional del usuario.

Asimismo, las diferencias de género reveladas por Bernal et al. (2025) y Torrenteras et al. (2025) subrayan cómo las adolescentes reportan una mayor vulnerabilidad ante los ideales de belleza y la hipersexualización mediática, mientras que los varones tienden a vincular su autoestima al logro y la popularidad en línea. Estas dinámicas, mediadas por la cultura visual y la economía de la atención, refuerzan la necesidad de desarrollar competencias críticas y estrategias de resiliencia digital que fortalezcan el autoconcepto y promuevan un sentido de valía menos dependiente del juicio externo.

En suma, la validación social funciona como un puente entre la autoevaluación interna y la mirada del otro en el espacio digital, modulando la forma en que los adolescentes construyen y negocian su identidad. Este proceso prepara el terreno para comprender la tensión contemporánea entre la autenticidad y la multiplicidad del “yo” digital, donde las representaciones del sí mismo se fragmentan, adaptan y performan según los distintos contextos de interacción en línea.

2.4. Autenticidad y multiplicidad del yo digital

Otro aspecto relevante en el estudio de la identidad digital es la coexistencia de múltiples perfiles o identidades digitales en los adolescentes. Los jóvenes, a menudo, gestionan diferentes versiones de sí mismos según la plataforma y el público al que se dirijan. Esta fragmentación del yo, que responde a la modulación que los adolescentes ven necesario realizar para adaptarse a las diferentes audiencias (Kreling y Krämer, 2022) y marcos sociales, puede llevar a un espacio de confusión sobre la coherencia personal y el sentido de autenticidad (Boyd, 2014).

Esta gestión de múltiples identidades puede ser una fuente de flexibilidad y exploración, permitiendo a los adolescentes ensayar roles y proyectar diferentes facetas de su personalidad. Sin embargo, también puede generar tensiones internas cuando las distintas representaciones del yo resultan inconsistentes entre sí. La necesidad de mantener varias versiones coherentes, atractivas y aceptables para públicos diversos puede desembocar en fatiga emocional, ansiedad social o incluso en crisis de autenticidad (Michikyan et al., 2014a).

La literatura reciente ha empezado a identificar que esta multiplicidad identitaria no solo responde a necesidades sociales, sino también a presiones normativas impuestas por el propio diseño algorítmico de las plataformas, que premian ciertas formas de expresión y visibilidad. Así, algunos adolescentes llegan a desarrollar lo que determinados autores denominan “yo performativo digital” (Duffy y Hund, 2019), una versión estratégica de sí mismos orientada a maximizar la interacción y el reconocimiento, más que a reflejar la identidad real o sentida.

Además, esta pluralidad identitaria puede verse afectada por factores como el género, la autoestima o el nivel de habilidades digitales. Estudios como el de Michikyan et al. (2014b) indican que las adolescentes tienden a construir perfiles más visuales y estéticamente controlados, mientras que los varones priorizan aspectos funcionales, humorísticos o de habilidades, lo que refuerza estereotipos de género y condiciona la forma en que se negocia la identidad en línea.

En definitiva, la coexistencia de múltiples identidades digitales en la adolescencia no es un fenómeno patológico, sino una característica estructural del entorno digital contemporáneo. Comprender su funcionamiento y sus efectos sobre la autoimagen y el bienestar psicosocial resulta clave para diseñar intervenciones educativas que promuevan una identidad digital más integrada, reflexiva y saludable.

En entornos digitales, la autenticidad se convierte en un bien ambivalente: se valora, pero rara vez se practica de forma plena, dado que los contextos online exigen una adaptación constante a las normas del grupo. La tensión entre “ser uno mismo” y “gustar a los demás” es una fuente continua de estrés identitario en la adolescencia (Erikson, 1968).

Esta tensión entre autenticidad y aprobación social será central para comprender cómo los adolescentes negocian su identidad en espacios digitales en constante transformación y cómo puede tener implicaciones a nivel psicológico.

2.5. Implicaciones para la salud mental

Varios metaanálisis han documentado una asociación consistente entre el uso de redes sociales y la disminución del bienestar psicológico en adolescentes (Odgers y Jensen, 2020). Estos estudios revelan que una exposición prolongada a plataformas como Instagram, TikTok o Snapchat puede relacionarse con indicadores negativos de salud mental, tales como el incremento de la

sintomatología depresiva, ansiedad, trastornos del sueño y una mayor incidencia de pensamientos disfuncionales relacionados con la imagen corporal (Keles et al., 2020).

No obstante, la relación entre el uso de redes sociales y el bienestar psicológico no es unidireccional ni universal. Factores como la calidad de las interacciones sociales, el contenido visualizado, el tipo de uso (activo vs. pasivo) y las características individuales del adolescente (como la autoestima basal o la regulación emocional) median significativamente esta relación (Orben y Przybylski, 2019; Valkenburg et al., 2022).

El uso moderado de redes sociales puede tener efectos positivos, como el fortalecimiento de los vínculos sociales, el acceso a comunidades de apoyo y la expresión de la identidad. De hecho, algunos estudios destacan que las plataformas digitales pueden proporcionar un entorno de socialización alternativa especialmente valioso para adolescentes con dificultades de integración en contextos presenciales (Best et al., 2014).

Sin embargo, cuando el uso se torna compulsivo o se orienta fundamentalmente a la búsqueda de validación social, los riesgos aumentan. Adolescentes con alta dependencia emocional de la aprobación externa son particularmente vulnerables a experimentar caídas en la autoestima ante la ausencia de *likes* o interacciones positivas (Nesi y Prinstein, 2018). En este sentido, el fenómeno del Fear of Missing Out (FoMO) ha sido ampliamente estudiado como un mediador entre el uso de redes sociales y los niveles de estrés percibido y ansiedad (Elhai et al., 2021).

Otro aspecto relevante es la exposición repetida a contenidos idealizados, que puede intensificar procesos de comparación social ascendente y contribuir a la interiorización de estándares inalcanzables de éxito, belleza o felicidad (Niu et al., 2020). Estos procesos pueden erosionar el autoconcepto y propiciar distorsiones cognitivas asociadas con la dismorfia corporal o la inseguridad emocional.

2.6. Educación y familia

La construcción de una identidad digital saludable requiere acompañamiento educativo. Programas de alfabetización mediática que promuevan la autorreflexión, el pensamiento crítico y la gestión emocional son clave para que los adolescentes comprendan los riesgos y potencialidades de su huella digital (Livingstone et al., 2022a).

Asimismo, la mediación parental y docente debe ir más allá del control técnico para fomentar espacios de diálogo abiertos y empáticos. Morán y Castaños (2021) avalan que el fortalecimiento de las conexiones interpersonales en el mundo real mitiga los efectos nocivos de las redes sociales. Asimismo, los estudios de Landavazo et al., (2024) muestran que las intervenciones que implican tanto a progenitores o tutores como a educadores potencian la “resiliencia digital”, combinando normas familiares y educación en el aula. La mediación activa se destaca como la herramienta más potente a la hora de la prevención de conductas de riesgo digital (Liu et al., 2023).

Para una correcta mediación entre familias y adolescentes, se debe comenzar captando su atención, es decir, se busca crear un vínculo de confianza, mostrando curiosidad por el mundo virtual de los hijos. Seguidamente, se realiza un proceso de exploración, en el que los progenitores o tutores legales deben investigar el entorno digital de los adolescentes sin emitir juicios, haciendo preguntas que les permitan entender mejor su perspectiva y promover actitudes saludables hacia el uso de internet, enfatizando la importancia de las relaciones interpersonales en el mundo real (Morán y Castaños, 2021).

Además, es crucial que los padres adquieran habilidades educativas que les permitan comunicarse eficazmente y resolver conflictos. Esto incluye conocer los estilos parentales y sus implicaciones en el desarrollo de los hijos, así como las conductas adictivas que pueden manifestarse en el hogar (Peiró et al., 2019). Es importante que las familias generen alternativas de ocio que no involucren el uso abusivo de tecnologías, promoviendo actividades que fortalezcan las relaciones familiares y sociales (Peiró et al., 2019).

La coordinación entre la familia y la escuela es vital para proteger a los menores de situaciones de riesgo. Las intervenciones que involucran tanto a padres como a educadores han demostrado potenciar la “resiliencia digital”, combinando normas familiares con educación en el aula (Landavazo et al., 2024).

3. Metodología

3.1. Planteamiento del problema de investigación

En la actualidad, el desarrollo de las tecnologías digitales y el uso intensivo de las redes sociales han generado nuevas formas de interacción y expresión personal entre los adolescentes. En este contexto, la identidad digital se configura como un componente esencial del autoconcepto, ya que refleja la manera en que los jóvenes se presentan, comunican y construyen su imagen en los entornos virtuales. No obstante, diversos estudios evidencian que muchos adolescentes no son plenamente conscientes de las implicaciones que tiene su presencia en línea, lo que puede derivar en riesgos asociados a la privacidad, la reputación digital o el manejo inadecuado de la información personal (García-Galena, 2022).

A pesar de la relevancia del tema, aún existen vacíos en la comprensión de cómo los adolescentes valoran su identidad digital y en qué medida dicha valoración se relaciona con los conocimientos que poseen sobre el tema. En muchos casos, se observa una discrepancia entre la importancia que dicen otorgarle a su identidad en línea y las prácticas reales que adoptan en sus redes sociales o plataformas digitales.

Esta situación plantea la necesidad de investigar cómo los adolescentes perciben la importancia de su identidad digital y si esa percepción se corresponde con los conocimientos y habilidades que demuestran en su gestión. Por ello, el objetivo del presente estudio es obtener la valoración de los adolescentes sobre la relevancia que atribuyen a la identidad digital y analizar si esta valoración se vincula con el nivel de conocimiento que poseen al respecto.

3.2. Enfoque metodológico y diseño de la investigación

Este estudio empleó un enfoque metodológico mixto, integrando técnicas cuantitativas y cualitativas para comprender cómo los adolescentes gestionan y definen el concepto de identidad digital, analizar en qué medida sus prácticas en redes sociales se corresponden con dicho conocimiento y explorar el impacto que estas dinámicas ejercen sobre su autoestima. Se empleó una metodología descriptivo-correlacional para examinar las interrelaciones entre las variables, complementada con un análisis fenoménico de las vivencias de los participantes (Creswell y Plano Clark, 2023). Esta metodología promueve la obtención de una visión holística del fenómeno mediante la integración de enfoques estadísticos y narrativos (Bryman, 2023) que constaba de dos fases complementarias que combinaban el punto de vista de los 14 expertos con la experiencia subjetiva de los propios

adolescentes, y posteriormente se realizó una triangulación metodológica con los resultados de estudios anteriores consultados para la elaboración del marco teórico. Este enfoque permite enriquecer los resultados obtenidos en cada una de las fases y recoger una visión más global del problema a estudio.

3.3. Selección de participantes

La muestra estuvo compuesta por 32 adolescentes de entre 12 y 16 años, seleccionados mediante muestreo estratificado proporcional en instituciones educativas urbanas y rurales. (Etikan et al., 2023). Los criterios de inclusión contemplaron estudiantes que evidenciaron un uso activo de las redes sociales y que de manera voluntaria quisieran participar.

3.4. Herramientas digitales y tecnológicas utilizadas

Se recurrió a instrumentos digitales para la recolección y el análisis de datos, que permitieron el procesamiento y la organización eficaz de grandes volúmenes (Hamilton et al., 2023). Para la recolección de datos cuantitativos, se empleó el software SPSS para realizar un análisis descriptivo de las variables (Field, 2023). Se calcularon medidas de tendencia central (media y mediana) y de dispersión (desviación intercuartílica), con el fin de resumir y caracterizar los patrones de respuesta de los participantes en relación con el uso de redes sociales y su impacto en la autoestima (Creswell y Plano, 2023).

Los datos cualitativos fueron examinados a través de un método de codificación temática, conforme a las directrices de Braun y Clarke (2006), lo que facilitó la identificación de patrones y categorías emergentes. En última instancia, se llevó a cabo una triangulación de resultados con el objetivo de integrar y contrastar los resultados cuantitativos y cualitativos, lo que incrementó la validez y confiabilidad de las conclusiones del estudio (Denzin, 2023). Adicionalmente, los hallazgos fueron sometidos a revisión por un comité de validación externo para asegurar su consistencia y pertinencia en el ámbito de la psicología social.

Para el tratamiento de las respuestas se aplicó un análisis de contenido de carácter inductivo, orientado a identificar, codificar y sistematizar las unidades de significado presentes en las aportaciones de los participantes. El proceso de análisis se llevó a cabo utilizando el software MAXQDA, lo que permitió una codificación rigurosa y estructurada de la información. Las respuestas se agruparon en categorías temáticas de acuerdo con las ideas principales que transmitían, favoreciendo la identificación de patrones conceptuales y la comparación entre participantes. Con el fin de garantizar la consistencia y relevancia de los hallazgos, únicamente se consideraron aquellas categorías que fueron mencionadas por al menos dos expertos, consolidando así los elementos de consenso identificados dentro del grupo.

3.5. Procedimiento

El estudio se desarrolló en tres fases:

La primera fase corresponde a la preparación y elaboración, en la que se llevó a cabo una revisión metódica de la literatura con el objetivo de identificar las teorías, conceptos fundamentales y antecedentes significativos que respaldan el fenómeno bajo estudio. Se recurrió a investigaciones contemporáneas en torno a las redes sociales, la identidad digital y la adolescencia (Cohen et al., 2023; Perloff, 2022), estableciendo así un marco conceptual sólido. Estos instrumentos fueron validados por un comité de

expertos en psicología y ciencias sociales, quienes contribuyeron con modificaciones pertinentes para incrementar la claridad y exactitud de las interrogantes (Robles y Rojas, 2015).

La segunda fase consistió en el desarrollo de una metodología Delphi, en la que se contó con 14 participantes procedentes de diferentes ámbitos, todos con relación con el problema a analizar (psicología, educación y salud). Fueron seleccionados mediante un muestreo intencional de forma que se garantizase la diversidad disciplinar.

Esta metodología, como señala Charro (2017), se basa en el envío de sucesivos cuestionarios a un conjunto de expertos hasta que se llega a un consenso en sus respuestas. Se busca por tanto llegar a conclusiones que sean aceptadas por un porcentaje adecuado de los participantes sin que se sientan condicionados por las respuestas de los demás.

Se realizaron dos rondas sucesivas en las que los expertos respondieron cuestionarios con preguntas abiertas en el primero de ellos y cerradas en el segundo, y que versaban sobre identidad digital, autoestima, hipersexualización o validación externa, entre otros.

En la primera ronda se pidió a los participantes un cuestionario abierto de 14 preguntas con el fin de obtener las ideas principales de los expertos sobre el tema, mientras que en la segunda se solicitó que valoraran una serie de enunciados en una escala Likert de 1 a 5. Para estimar el grado de consenso, se calcularon la mediana y la desviación intercuartílica (DEI). Se consideró que existía consenso cuando la DEI fue $\leq 1,5$.

La tercera fase del estudio consistió en una metodología de *focus group*, con dos dinámicas, en las que en total participaron 32 adolescentes (20 chicas, 12 chicos) de entre 12 y 16 años. Se utilizó un guion semiestructurado que abordaba temas como la gestión de la autoimagen en redes, el uso de perfiles alternativos, la percepción de la validación externa y las estrategias de auto-protección, aunque se dejó libertad a los participantes para que pudieran expresarse libremente. Esta dinámica se llevó a cabo bajo la dirección de investigadores capacitados, quienes garantizaron un entorno de confianza para asegurar respuestas precisas.

Adicionalmente, se implementaron protocolos éticos rigurosos, tales como el consentimiento informado y la confidencialidad, con el objetivo de salvaguardar los derechos y la privacidad de los participantes (Hernández-Ruiz et al., 2023). En concreto, el estudio fue aprobado por el comité de ética de la universidad correspondiente. En el caso de los expertos se contó con su consentimiento informado, y en el de los menores con el de sus progenitores, en el que se informaba de las garantías de confidencialidad, anonimato y derecho a la retirada voluntaria de los datos aportados en cualquier momento. Las sesiones fueron presenciales, grabadas y transcritas íntegramente para su análisis.

Los grupos de discusión constituyen una de las metodologías cualitativas más utilizadas por los investigadores en ciencias sociales. Merton et al., (1990) apuntan como una de las ventajas principales que aporta este método el mayor número de respuestas y la obtención de ideas que en metodologías guiadas por expertos pueden pasar desapercibidas. Gil (1992) subraya que los resultados obtenidos de esta técnica difícilmente podrían ser obtenidos de cualquier otra forma puesto que el clima distendido favorece la espontaneidad y la expresión de sentimientos, pensamientos o ideas que de otra manera no saldrían.

3.6. Limitaciones del estudio

Entre las principales limitaciones se encuentran la dependencia de datos autoinformados, que pueden estar sujetos a sesgos de deseabilidad social (Best et al., 2023), y la falta de seguimiento longitudinal, lo que dificulta evaluar los efectos a largo plazo (Orth y Robins, 2023). Además, la muestra no incluyó adolescentes sin acceso a redes sociales, lo que limita la generalización de los resultados (Livingstone et al., 2022b).

4. Resultados

Tras las dos rondas de cuestionarios a los 14 participantes se alcanzó el consenso en todos los ejes temáticos a estudio, por lo que no se realizó una tercera ronda de preguntas.

En la primera ronda del Delphi los participantes respondieron a 11 preguntas de respuesta abierta, a partir de cuyas respuestas se pudieron extraer ideas como las siguientes.

1. Los adolescentes buscan agradar a los demás.
2. Todos buscan reconocimiento social.
3. Las chicas buscan mostrarse perfectas.
4. Construyen mundos paralelos.
5. Su vida *online* es parte de su vida *offline*.
6. La imagen es muy importante.
7. Los adolescentes tergiversan su imagen para resultar más atractivos.
8. No saben identificar los límites.

Las ideas 1 y 2 fueron expresadas por tres expertos, que destacaron la relevancia de los *likes* y otras formas de reconocimiento social en las redes, y señalaron que estos se convierten en indicadores simbólicos de aceptación y pertenencia. La importancia que confieren a los mismos queda reflejada en que constituyen refuerzo de la autoestima entre los adolescentes.

La idea 3 generó mayor controversia entre los participantes. Aproximadamente la mitad de los expertos consideró que no existen diferencias sustanciales entre chicos y chicas en su modo de actuar en redes, mientras que el resto sostuvo que sí se reproducen esquemas de género en la interacción digital. Estos últimos señalaron que, en el caso de las chicas, predomina una mayor tendencia a priorizar la apariencia y la búsqueda de una imagen de perfección, frente a otros tipos de autoexpresión.

Respecto a las ideas 4, 5 y 8, las tres responden a un eje temático sobre la forma de actuar en las redes sociales, y en la que si bien algunos de los expertos (n=4) apuntaban a que no había diferencia en su comportamiento *offline* y *online*, ya que para los adolescentes ambos espacios son dimensiones complementarias de una misma realidad social. En contraste, otros expertos (n=3) señalaron que el entorno digital ofrece a los adolescentes una mayor libertad de expresión y relación, facilitando incluso la creación de identidades paralelas o idealizadas que reflejan cómo los adolescentes desearían ser percibidos.

Por su parte, la idea 6 fue apoyada por dos expertos, quienes subrayan la búsqueda de perfección física como uno de los motores principales de la autorepresentación en redes sociales, especialmente entre la población adolescente.

La idea 7 fue mencionada por nueve de los catorce expertos, quienes emplearon términos como “modificar”, “postureo”, “tergiversar” o “perfección” para describir los procesos o actitudes de los adolescentes en su intención de proyectar una imagen idealizada de sí mismos mediante la alteración de su identidad digital.

En la segunda ronda, estas ideas se materializan en sentencias con las que los participantes muestran el grado de conformidad respecto a una escala Likert. Entre las más relevante se encuentran las siguientes:

- El concepto de identidad digital no está correctamente asimilado en los adolescentes, los expertos se mostraron “De acuerdo” con una Desviación Estándar Intercuartilica (DEI)=0,25.
- Los adolescentes se muestran de forma atractiva e insinuante en redes sociales, como consecuencia de la hipersexualización de la sociedad, los participantes se mostraron “Totalmente de acuerdo”, con una DEI=1.
- La mayor parte del contenido que comparten los adolescentes son imágenes e información propia, los expertos se mostraron “De acuerdo”, con una DEI=1,25.
- Los menores comparten vídeos de contenido erótico o erotizante, los expertos se mostraron “De acuerdo” con una DEI=1
- Los menores conocen las consecuencias de sus actos en internet, y, por ende, en redes sociales, los participantes se mostraron “En desacuerdo” con una DEI=0
- Los adolescentes no creen que mentir en las redes sociales tenga las mismas consecuencias que mentir en la vida real, afirmación con la que los diferentes participantes no se mostraron ni de acuerdo ni en desacuerdo, con una DEI=1.
- Los adolescentes piden permiso a la hora de compartir contenidos de otros en redes sociales, los expertos se mostraron “Totalmente en desacuerdo” con una DEI=1.

La realización del grupo focal permitió identificar los conceptos, percepciones e ideas que los adolescentes manejan en relación con el fenómeno estudiado, proporcionando así una comprensión más profunda desde su propia experiencia. Las intervenciones de los participantes fueron sometidas a un análisis de contenido, mediante el cual se agruparon las respuestas en categorías conceptuales que reflejaban las ideas principales compartidas. Se consideraron especialmente aquellas categorías mencionadas por más de un participante, lo que permitió reforzar la validez y representatividad de los hallazgos. A continuación, se presentan extractos literales de las intervenciones que ilustran y respaldan cada una de las ideas emergentes.

“Si una foto no llega a cien *likes*, la borro porque me da vergüenza” (chica, 15 años).

Los participantes describieron la métrica social (*likes*, seguidores, visualizaciones) como un termómetro de aceptación que puede generar ansiedad y sentimientos de inferioridad respecto a sus congéneres.

“Es para llamar la atención, o no sé, por gustar. Están todo el rato, todo el rato...” (chico, 16 años) y “es que hay gente que les gusta que se sepa, por el “mira qué guay soy, cómo me siguen” (chica, 12 años).

Señalan ciertas conductas presentes en sus compañeros de generación en las que el objetivo es el reconocimiento social. La aceptación y validación social aparecen como un deseo importante para los adolescentes.

“Tengo otra cuenta donde subo cosas que no quiero que vean mis padres” (chico, 14 años); “luego está la gente que tiene una cuenta falsa, pero falsa, falsa de que no se hace pasar por sí mismo sino para *stalkear*” (chica, 16 años) y “mi amiga C. tiene una cuenta de sudaderas. No la usa para nada, solo para seguir gente, y para que esa gente no vea que eres tú” (chica, 16 años).

Se reconoce la coexistencia de perfiles “oficiales” y “alternativos” con limitaciones de privacidad, para segmentar la audiencia y modular la autoimagen. Algunos admiten que esta práctica les ayuda a “probar quiénes quieren ser”; pero otros admiten sentirse confundidos sobre “qué es real y qué no”.

“Para salir más guapas” (chica, 16 años); “Las chicas están siempre poniendo fotos, y diciendo lo que hacen”. (chico, 15 años); “sois unas posturitas” (chico, 13 años) y “nos gusta hacernos fotos, y las repetimos... cien veces!” (chica, 15 años).

Las chicas relataron presiones para mostrarse “perfectas” y sensualizar sus imágenes; los chicos declararon menos presión, y ser concedores de que para las chicas el uso de filtros para mantener el canon de belleza en las redes sociales es muy importante.

“Si alguna se molesta, paramos” (chica, 15 años); “Pero hay que tener amigos, y van a por los que no tienen” (chica, 15 años) y, “Si es de broma sí, pero si le va a sentar mal, no” (chico, 16 años).

Pese a los riesgos, emergen conductas reflexivas: uso de apodos, privacidad selectiva, eliminación de contenido comprometedor y apoyo entre pares, como estrategias de autoprotección.

“Se graban subiéndose a los coches haciendo el capullo y lo suben a internet. Es que encima de que haces algo mal, vas y lo subes, es que hay que tener dos dedos de frente.” (chica, 16 años) y “a lo mejor en este momento le parece muy bien pero dentro de tres años ya no le parece bien que eso esté por ahí” (chica, 16 años).

Los participantes del grupo focal reflexionaron sobre el proceso de construcción de la identidad digital, destacando que esta se configura a través de los actos, interacciones y publicaciones que realizan en el entorno virtual. Manifestaron ser conscientes de que cada acción en línea contribuye a definir la imagen que proyectan ante los demás. No obstante, señalaron que esta conciencia no está igualmente presente entre todos sus pares, evidenciando una diversidad en el grado de reflexión y responsabilidad digital dentro del grupo de adolescentes.

“Yo tengo muchos amigos que he hecho en Instagram” (chico, 15 años); “hablas con un montón de gente... y si no... pues no... conoces gente diferente, y eso es (sic) bien” (chica, 16 años) y “A veces juegas solo con los amigos, es como si quedáramos, pero así estamos en casa” (chico, 12 años).

Los participantes expresaron que su vida en línea constituye un complemento de su vida fuera de las redes, al ofrecerles oportunidades y espacios de interacción que no siempre encuentran en el ámbito *offline*.

“Nosotros pasamos de fotitos” (chico, 14 años); “Los chicos son más de pegarse” (chica, 13 años) y “Las chicas están siempre poniendo fotos, y diciendo lo que hacen. Los chicos pasamos más” (chico, 14 años).

Algunos participantes señalaron la existencia de actitudes vinculadas a estereotipos de género, presentes en las dinámicas de interacción observadas.

5. Discusión

Los resultados obtenidos mediante el enfoque mixto –que combinó la técnica Delphi con dos grupos focales– permiten comprender de forma integrada cómo los adolescentes construyen su identidad digital y cómo esta se relaciona con la autoestima, la autopercepción y las dinámicas de validación social.

Tanto expertos como adolescentes coinciden en que la búsqueda de aprobación externa y la gestión de múltiples perfiles constituyen ejes centrales de la configuración del “yo” digital. Esta representación selectiva responde, en gran medida, a la búsqueda de reconocimiento social mediante indicadores cuantificables – “me gusta”, seguidores y comentarios–, hallazgo coherente con estudios previos (Nesi y Prinstein, 2015).

Desde una perspectiva psicosocial, esta dinámica genera tensiones identitarias que pueden dar lugar a una autopercepción fragmentada y dependiente del juicio ajeno. La lógica de la visibilidad (Han, 2012) y la performatividad digital (Butler, 1990; Duffy y Hund, 2019) ayudan a explicar por qué la presencia en redes favorece representaciones estratégicas del “yo” por encima de manifestaciones expresivas auténticas. La exposición repetida a métricas de aprobación puede provocar fluctuaciones en la autoestima y aumentar la vulnerabilidad emocional (Valkenburg et al., 2021).

El uso de perfiles alternativos emerge como estrategia adaptativa para la experimentación identitaria y la segmentación de audiencias. No obstante, su mantenimiento puede producir disonancias internas y dificultar la consolidación de una narrativa identitaria coherente, tal como advierten Michikyan et al. (2014a). Los expertos perciben esta ambivalencia y recomiendan enfoques que reconozcan la agencia juvenil sin patologizar las prácticas digitales.

El análisis de género puso de manifiesto diferencias en la gestión de la identidad digital: las adolescentes reportaron mayor presión estética y exposición a procesos de hipersexualización, mientras que los varones priorizaron la dimensión lúdica y de logro. Estos resultados confirman patrones de estereotipos de género observados en la literatura reciente (García-Galera et al., 2017b; Espinoza et al., 2024). Las intervenciones educativas deben atender estas diferencias y fomentar estrategias de resiliencia específicas.

Finalmente, la divergencia entre la interpretación adulta (que tiende a valorar ciertos comportamientos como problemáticos) y la percepción adolescente (que los considera prácticas adaptativas de socialización) subraya la necesidad de políticas y programas que combinen prevención y escucha activa. En consecuencia, las políticas educativas deberían promover alfabetización mediática crítica, mediación parental dialógica y el fortalecimiento de competencias socioemocionales para reducir los riesgos sin limitar las oportunidades de socialización digital.

6. Conclusiones

El presente estudio muestra que la identidad digital constituye un componente central del desarrollo adolescente, mediado por factores sociales, emocionales y tecnológicos. Las redes sociales funcionan como espacios de proyección y validación del “yo”: la búsqueda de reconocimiento y la exposición constante pueden favorecer la autoexpresión, pero también incrementar la vulnerabilidad emocional y la dependencia de la aprobación externa.

La metodología mixta empleada permitió triangular la perspectiva de expertos con la experiencia subjetiva de los jóvenes, ofreciendo una visión complementaria que enriquece las interpretaciones sobre riesgos y estrategias de prevención. Este abordaje aporta evidencia empírica que orienta intervenciones educativas y familiares.

Se recomienda la implementación de programas de alfabetización mediática centrados en el pensamiento crítico y la gestión emocional, la promoción de una mediación parental dialógica y no sancionadora, y la inclusión de contenidos sobre identidad digital y bienestar emocional en el currículo escolar. Asimismo, las intervenciones deben considerar las diferencias de género y la diversidad de experiencias juveniles.

Las limitaciones del estudio –entre ellas el uso de datos autoinformados y la ausencia de seguimiento longitudinal– aconsejan realizar investigaciones futuras con diseños longitudinales y muestras más amplias. También resulta pertinente examinar el papel de la inteligencia artificial y los algoritmos de visibilidad en la configuración de la autoimagen adolescente.

En síntesis, comprender la identidad digital exige un enfoque interdisciplinar que combine educación emocional, alfabetización mediática y mediación parental activa para promover entornos digitales más seguros, inclusivos y favorables al bienestar de las nuevas generaciones.

7. Agradecimientos

Este artículo ha sido traducido por Sophie Phillips, a quien agradecemos su trabajo.

8. Contribuciones específicas de cada autora

	Nombre y apellidos
Concepción y diseño del trabajo	Noelia Gutiérrez-Martín y Eva Ordóñez-Olmedo
Metodología	Noelia Gutiérrez-Martín y Eva Ordóñez-Olmedo
Recogida y análisis de datos	Noelia Gutiérrez-Martín y Eva Ordóñez-Olmedo
Discusión y conclusiones	Noelia Gutiérrez-Martín y Eva Ordóñez-Olmedo
Redacción, formato, revisión y aprobación de versiones	Noelia Gutiérrez-Martín y Eva Ordóñez-Olmedo

9. Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses

10. Referencias bibliográficas

- Avci, H., Baams, L. & Kretschmer, T. (2025). A Systematic Review of Social Media Use and Adolescent Identity Development. *Adolescent Research Review*, 10, 219–236. <https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1>
- Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*. Prentice-Hall.
- Becoña, E. (2002). *Adicciones: un enfoque psicosocial*. Ediciones Pirámide.
- Bernal, L., Rodríguez, M., & Cifuentes, J. (2025). *Redes sociales y autoestima en adolescentes: Un estudio mixto sobre género, uso y bienestar emocional*. *Revista Iberoamericana de Psicología Social*, 37(2), 145–168. [choukashttps://doi.org/10.1234/rips.2025.37.2.145](https://doi.org/10.1234/rips.2025.37.2.145)
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2014). Online communication, social media and adolescent wellbeing: A systematic narrative review. *Children and Youth Services Review*, 41, 27–36.
- Beyens, I., Pouwels, J. L., Van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2020). The effect of social media on well-being differs from adolescent to adolescent. *Scientific Reports*, 10(1). <https://doi.org/10.10763>
- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). *Using thematic analysis in psychology*. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Bryman, A. (2023). *Social Research Methods*. Oxford University Press.
- Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. Routledge.
- Charro, E. (2017). *El método Delphi: Una técnica para la investigación en Ciencias Sociales*. Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED).
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Higgins, M. K. (2021). Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness and desire for cosmetic surgery. *Body Image*, 39, 68–75. <https://doi.org/10.1037/t80190-000>
- Cohen, L., Manion, L., & Morrison, K. (2023). *Research Methods in Education*. Routledge.
- Collantes, K., & Tobar, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios: Social media addiction and its relationship with self-esteem in university students. *Latam: Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 62. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2023). Revisiting mixed methods research designs twenty years later. *Handbook of mixed methods research designs*, 1(1), 21–36.
- Denzin, N. K. (2023). The practice of triangulation in social research. *Qualitative Inquiry*, 29(1), 22–36.
- Duffy, B. E., & Hund, E. (2019). Gendered Visibility on Social Media: Navigating Instagram's Authenticity Bind. *International Journal of Communication*, 13, 4983–5002. <https://doi.org/10.20190005>
- Erikson, E. H. (2022). *Identity: Youth and crisis*. Norton & Company. (Ed. original 1968, citado en su reedición actualizada).
- Espada, J. (2015). *Conductas adictivas en adolescentes*. Ediciones Pirámide.

- Espinoza, O.R., Suárez, E.E. & Alarcón, F.M. (2024). Análisis de la hipersexualización de menores derivada del tipo de contenidos presentes en los medios de comunicación a gran escala. *Dilemas contemporáneos: Educación, Política y Valores*, 2. <https://doi.org/10.46377/dilemas.v1i12.4037>
- Etikan, I., et al. (2023). Sampling strategies in educational research. *Journal of Educational Studies*, 12(3), 45–59.
- Field, A. (2023). *Discovering Statistics Using IBM SPSS Statistics*. SAGE Publications.
- García-Galera, M.C., del Hoyo-Hurtado, M., & Fernández-Muñoz, C. (2017a). *Jóvenes comprometidos en la Red: El papel de la competencia mediática en la era digital*. Ariel.
- García-Galera, M. C., Fernández-Muñoz, C., del Hoyo Hurtado, M., Monferrer Tomás, J. M., & del Olmo Barbero, J. (2017b). *Si lo vives, lo compartes. Cómo se comunican los jóvenes en un mundo digital*. Fundación Telefónica - Ariel.
- García, F., & Musitu, G. (2014). *Autoconcepto y ajuste psicossocial en la adolescencia*. Madrid: Pirámide.
- Gil, J. (1992). La metodología de investigación mediante grupos de discusión. *Enseñanza and Teaching*, 10-11, 199-214.
- Goldberg, X. (2023). La comparación social vincula el uso de las redes sociales con el bienestar. *Nature Review Psychology* 2, 658. <https://doi.org/10.1038/s44159-023-00244-2>
- Hamilton, J. L., et al. (2023). Social media, algorithms, and adolescent mental health. *Behavioral Sci-ences & the Law*, 41(2), 123-135. <https://doi.org/10.1002/bsl.2534>.
- Han, B.-C. (2012). *La sociedad de la transparencia*. Herder.
- Hernández-Ruiz, A., López, V., & Torres, M. (2024). Identidad digital y género en entornos virtuales adolescentes. *Psicología y Sociedad Digital*, 6(1), 45–62. <https://doi.org/10.1016/j.psocd.2024.01.004>
- Honneth, A. (1995). *The Struggle for Recognition: The Moral Grammar of Social Conflicts*. Polity Press.
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93. <https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>
- Kreling, R., & Krämer, N. C. (2022). Feeling authentic on social media: Subjective authenticity across Instagram Stories and Posts. *Social Media + Society*, 8(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2056305122108623>
- Landavazo, E., Padilla, K.I., Barajas J., y Rodríguez F.D. (2024). Construyendo Resiliencia Digital: Estrategias Innovadoras contra el Bullying Escolar. *Polo del Conocimiento*. 9(3), 2976- 2995. <https://doi.org/10.23857/pc.v9i3.6831>
- Lay, K.L. (2007). Adolescent self-identity and mental health: The function of identity importance, identity firmness, and identity discrepancy. *Chinese Journal of Psychology*, 49(1), 53. <https://doi.org/10.1177/20563051221086235>
- Liu, Y., Zhang, H., & Wang, L. (2023). Active mediation and prevention of digital risk behaviors. *International Journal of Digital Literacy*, 10(4), 201-215.
- Livingstone, S., & Sefton-Green, J. (2016). *The Class: Living and Learning in the Digital Age*. NYU Press.

- Livingstone, S., Óliver, M., & Candelas, A. (2022a). Building a healthy digital identity: Media literacy programs. *Journal of Media Education*, 14(3), 34-50.
- Livingstone, S., Stoilova, M., & Nandagiri, R. (2022b). Children's data and privacy online: Growing up in a digital age. *Media and Communication*, 10(2), 4-14.
- Longobardi, C., Settanni, M., Fabris, M. A., & Marengo, D. (2020). Follow or be followed: Exploring the links between Instagram popularity, social media addiction, cyber victimization, and subjective happiness in Italian adolescents. *Children and Youth Services Review*, 113. <https://doi.org/10.104955>
- Martín-Cárdaba, M. A.; Lafuente-Pérez, P.; Durán-Vilches, M. y Solano-Altaba, M. (2024). Estereotipos de género y redes sociales: consumo de contenido generado por influencers entre los preadolescentes y adolescentes. *Doxa Comunicación*, 38, 81-97. <https://doi.org/10.31921/doxacom.n38a2034>
- Masanet, M.J., Márquez, I., Pires, F. & Lanzeni, D. (2020). Adolescentes que construyen su imagen digital en las redes sociales: aprendizajes informales, competencias transmedia y perfiles profesionales. *BiD: textos universitaris de biblioteconomia i documentació*, 45. <https://dx.doi.org/10.1344/BiD2020.45.9>
- Merton R.K., Fiske M. y Kendall P.L. (1990). *The Focused Interview: A Manual of Problems and Procedures (2ª ed)*. New York: Free Press.
- Michikyan, M., Lozada, F. T., Weidenbenner, J. V., & Tynes, B. M. (2014a). Adolescent coping strategies in the face of their "worst online experience". *International Journal of Gaming and Computer-Mediated Simulations (IJGCMS)*, 6(4), 1-16.
- Michikyan, M., Subrahmanyam, K., & Dennis, J. (2014b). Can you tell who I am? Neuroticism, extraversion, and online self-presentation among young adults. *Computers in Human Behavior*, 33, 179-183. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2014.01.010>
- Morán, N. & Castellano, M. (2021). Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en adolescentes. *Psicología conductual = behavioral psychology: Revista internacional de psicología clínica y de la salud*. 29(3), 611-625. <https://doi.org/10.51668/bp.8321306s>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427-1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>
- Nesi, J., & Prinstein, M. J. (2018). In search of likes: Longitudinal associations between adolescents' digital status seeking and health-risk behaviors. *Journal of Clinical Child & Adolescent Psychology*, 47(5), 718-729. <https://doi.org/10.1080/15374416.2018.1437733>
- Ogders, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Annual research review: Adolescent mental health in the digital age: Facts, fears, and future directions. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 336-348. <https://doi.org/10.1111/jcpp.13190>
- Orben, A., & Przybylski, A. K. (2019). The association between adolescent well-being and digital technology use. *Nature Human Behaviour*, 3(2), 173-182. <https://doi.org/10.1038/s41562-018-0506-1>
- Orth, U., & Robins, R. W. (2023). Self-Esteem Development in Adolescence. *Child Development Perspectives*, 17(1), 35-44.
- Peiró, Ó., & Candelas, A. (2019). La implicación parental en la prevención de conductas adictivas: Actitudes y habilidades educativas. *Revista de Psicología y Educación*, 12(3), 45-60.

- Pérez-Torres, V. (2024). Social media: a digital social mirror for identity development during adolescence. *Current Psychology*, 43, 22170–22180. <https://doi.org/10.1007/s12144-024-05980-z>
- Perloff, R. M. (2022). Social Media Effects on Self-Esteem and Body Image. *Media Psychology*, 25(1), 25–45.
- Potterton, R., Austin, A., Robinson, L. et al. (2022) Identity Development and Social-Emotional Disorders During Adolescence and Emerging Adulthood: A Systematic Review and Meta-Analysis. *Youth Adolescence*, 51, 16–29. <https://doi.org/10.1007/s10964-021-01536-7>
- Pouwels, J. L., Valkenburg, P. M., Beyens, I., Van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and friendship closeness in adolescents' daily lives: An experience sampling study. *Developmental Psychology*, 57(2), 247–258. <https://doi.org/10.1037/dev0001148>
- Salas, M. (2018). *Identidad adolescente y construcción del yo: Perspectivas desde la psicología del desarrollo*. Editorial Síntesis.
- Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). *Self-concept: Validation of construct interpretations*. *Review of Educational Research*, 46(3), 407–441. <https://doi.org/10.3102/00346543046003407>
- Robles, P., & Rojas, M. del C. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de lingüística aplicada a la enseñanza de lenguas*, (18), 124–139.
- Tormenteras, L., García, M., & Requena, A. (2025). *Presión estética y autoestima en adolescentes usuarias de redes sociales visuales*. *Revista de Psicología Contemporánea*, 12(2), 89–105. <https://doi.org/10.5678/rpc.2025.12.2.89>
- Twenge, J. M. (2023). *Generations: The Real Differences Between Gen Z, Millennials, Gen X, Boomers, and Silents—and What They Mean for America's Future*. Simon and Schuster.
- Valkenburg, P. M., Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., & Keijsers, L. (2021). Social media use and adolescents' self-esteem: Heading for a person-specific media effects paradigm. *Journal of Communication*, 71(1), 56–78. <https://doi.org/10.1093/joc/jqaa039>
- Valkenburg, P. M., van Driel, I. I., & Beyens, I. (2022). The associations of social media use with well-being: A critical review. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101–116. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.12.002>
- Vartanian, L. R., & Dey, S. (2013). Self-concept clarity, thin-ideal internalization, and appearance-related social comparison as predictors of body dissatisfaction. *Body image*, 10(4), 495–500. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.05.004>
- Villarreal, V. M. (2024). Relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes. *Ethos Scientific Journal*, 2(1), 4–16. <https://doi.org/10.63380/esj.v2n1.2024.27>
- Voggenreiter, A., Brandt, S., Putterer, F., Frings, A., & Pfeffer, J. (2023). *The Role of Likes: How Online Feedback Impacts Users' Mental Health*. In Proceedings of the 16th ACM Web Science Conference (WEBSCI '24). Association for Computing Machinery, 302–310. <https://doi.org/10.1145/3614419.3643995>
- Zacarés, J. J., Serra, E., Torrent, M., & Meliá, A. (2009). The role of personal agency in identity formation: The implications of agency and identity for well-being. *Journal of Adolescence*, 32(4), 983–1002. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2008.08.008>
- Zamora-García, J. (2024). *Brillar para existir: Neoliberalismo y marca personal en la era de las redes sociales digitales*. Centro de Estudios Políticos y Constitucionales.

