

Entornos digitales y salud mental en jóvenes: desafíos y oportunidades


Límite de recepción de manuscritos: **30 / 06 / 2025**

Publicación del monográfico: **01 / 01 / 2026 (DOXA n.º 42)**

Coordinadores




Dra. Esther Martínez Pastor
Universidad Rey Juan Carlos
(España)

 0000-0002-2861-750X

Catedrática de Publicidad del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid (URJC). Doctora en Publicidad y Relaciones Públicas por la Universidad Complutense de Madrid (UCM) y Licenciada en Publicidad y Relaciones Públicas (UCM) y en Derecho (UNED, Universidad Nacional a Distancia). Entre sus líneas de investigación destacan en el ámbito de publicidad el estudio de menores y jóvenes, regulación jurídica, autolesiones, transparencia e inmigración. Actualmente, es IP del proyecto nacional "Representación mediática de las autolesiones de los menores en los medios de comunicación y Redes" y en el proyecto europeo Sic-Spain 3.0. Ha sido Investigadora de varios proyectos competitivos europeos y nacionales dentro de los planes Estatales de I+D+i. Coordinadora del grupo de investigación en Comunicación y menores (COMKIDS-URJC) y Coordinadora del Grupo de Innovación Docente «GIGAMAPS».




Dra. Marian Blanco-Ruiz
Universidad Rey Juan Carlos
(España)

 0000-0002-7920-5978

Profesora del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad Rey Juan Carlos (URJC). Doctora en Investigación en Medios de Comunicación por la Universidad Carlos III de Madrid (UC3M). Licenciada en Periodismo y Comunicación Audiovisual (UC3M) y Máster Universitario en Estudios Interdisciplinarios de Género (URJC). Sus líneas de investigación abordan la perspectiva de género en los medios, el impacto de las nuevas tecnologías en jóvenes y menores, y las violencias en redes sociales. Ha participado en proyectos competitivos de investigación regionales, nacionales e internacionales, siendo parte del Core Group de la COST Action VOICES (2021-2025). Es codirectora de la revista "Comunicación y Género" (UCM). Coordina y dirige el Congreso Anual Internacional de Jóvenes Investigadores/as con Perspectiva de Género desde su creación en 2016.




Dra. Anaëlle J. Gonzalez
KU Leuven
(Bélgica)

 0000-0002-6179-0750

Investigadora y asistente de docencia en el Media Psychology Lab del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Katholieke Universiteit te Leuven (KU Leuven). Graduada en Psicología por la Universidad de Tours (Francia), Máster en Political Psychology of International Relations por la Universidad de Birmingham (Reino Unido). Actualmente es PhD candidate en Social Sciences en la KU Leuven (2020-presente). Sus líneas de investigación incluyen los efectos de los medios en el desarrollo político y moral, el uso de los medios y el bienestar, la relación de la juventud con los medios, el entretenimiento mediático, influencers y celebridades, medios sociales y digitales, y la comunicación ambiental. Forma parte del proyecto europeo MIMic Project. Es editora de social media en el Journal of Children and Media. Es miembro del ICA, NeFCA, KU Leuven Digital Society Institute y KU Leuven Youth Institute.



Dra. Jasmina Rosič
KU Leuven
(Bélgica)

 0000-0002-1932-2806

Investigadora en el Media Psychology Lab del Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Katholieke Universiteit te Leuven (KU Leuven). PhD candidate en el Departamento de Ciencias de la Comunicación de la KU Leuven (2020-presente). Sus líneas de investigación, en el marco del proyecto MIMic financiado por el ERC, se centran en las experiencias subjetivas positivas de jóvenes en situación de desventaja con el uso de medios digitales, específicamente en el florecimiento y el bienestar digital percibido. Graduada y Máster en Trabajo Social por la Universidad de Ljubljana (Eslovenia). Anteriormente, trabajó como investigadora en políticas sociales y familiares en el Instituto de Protección Social de la República de Eslovenia y como asistente a tiempo parcial en la Facultad de Trabajo Social de la Universidad de Ljubljana. Es miembro del ICA, NeFCA, ECREA, KU Leuven Digital Society Institute y KU Leuven Youth Institute.

Descripción

Los entornos y plataformas digitales, como redes sociales y servicios de mensajería instantánea, han transformado la manera en que interactuamos y nos comunicamos, facilitando que los usuarios compartan, discutan e intercambien contenido a través de sus dispositivos. Estas plataformas se han convertido en una parte fundamental de la vida de jóvenes y adolescentes, brindándoles espacios para la construcción de su identidad, así como conectarse con sus pares y con audiencias más amplias (Kietzmann et al., 2011). Esta interacción entre socialización y entornos digitales es general, ya que más del 80% de los jóvenes europeos utilizan Internet a diario para participar en redes sociales (Eurostat, 2022).

El impacto del uso de redes sociales en la salud mental y el bienestar se hace, por tanto, especialmente evidente en menores y jóvenes. Durante la adolescencia, se producen una serie de cambios biológicos, psicológicos y sociales, entre los que destacan el desarrollo de comportamientos orientados a la autorregulación emocional, el control de impulsos y la construcción de una identidad propia (Zacarrés et al., 2009), entre otros. A su vez, se acentúa la relevancia del contexto social y la aceptación por parte sus pares, lo que hace que los adolescentes se preocupen más por cómo son percibidos por sus iguales y por la comunidad en general. Esta preocupación se amplifica con la exposición constante en redes sociales, lo que influye directamente en el proceso de formación de su identidad (Blakemore & Mills, 2014). Dichos cambios hacen que esta etapa sea especialmente vulnerable a ciertos riesgos relacionados con la presencia digital, incluidos los trastornos de salud mental.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) estima que uno de cada siete adolescentes, de entre 10 y 19 años (14%), padece algún trastorno mental a nivel global (OMS, 2022). Uno de los ejemplos más alarmantes del incremento de los problemas de salud mental en jóvenes, y su relación con las redes sociales, es el fenómeno de las autolesiones. La Asociación Española de Pediatría (2022) y la Fundación ANAR (2020 y 2023) alertan sobre el notable ascenso de las autolesiones entre los menores, especialmente después de las medidas adoptadas para frenar la COVID-19. Se calcula que un 18% de los menores se infligen autolesiones antes de los 18 años (Asociación Española de Pediatría, 2022) y con el regreso a las aulas tras el período de confinamiento, en 2020, las autolesiones en adolescentes se incrementaron un 246,2% respecto al año anterior (ANAR, 2020 y 2023).

Las autolesiones en adolescentes comienzan desde edades muy tempranas, alrededor de los 11 años, siendo más común entre los 14 y 17 años (American Psychiatric Association, 2023). Estas conductas de autolesión se utilizan como estrategias para regular emociones difíciles, como la ansiedad, angustia, estrés, frustración o ira, cuando no se dispone de otras herramientas para gestionarlas. Sin embargo, muchos de estos jóvenes acaban creando comunidades digitales en redes sociales dónde comparten su dolor físico y emocional (Martínez-Pastor et al., 2023, Martínez-Pastor y Gaete-Salgado, 2023, Martín Muñoz y Atauri Mezquida, 2024).

Además, las redes sociales han sido identificadas como un posible factor de riesgo para los problemas de salud mental en jóvenes, debido principalmente al tiempo excesivo que pasan en línea y a la exposición a determinados tipos de contenido (Huang, 2017; Dooley et al., 2019). No obstante, también se reconocen como una herramienta valiosa para mejorar la alfabetización en salud mental y fomentar conductas de búsqueda de ayuda (Naslund et al., 2020; Zabaleta et al., 2023). Además, si bien el uso de Internet puede servir inicialmente como un mecanismo de afrontamiento y regulación del estado de ánimo frente a síntomas depresivos preexistentes, con el tiempo puede derivar en un uso problemático (Gámez-Guadix, 2014).

Por tanto, la detección temprana y la prevención de problemas de salud mental resultan más efectivas cuando se enfocan en la población adolescente (Solmi et al., 2022) y emplean los soportes y lenguajes que ellos mismos utilizan. Dado el tiempo considerable que pasan conectados a las redes sociales, resulta esencial comprender tanto los riesgos como los beneficios que su uso puede conllevar. En este contexto, los medios digitales, como agentes de socialización en la sociedad actual, pueden influir significativamente en las conductas de los jóvenes y en la sociedad en general. Esta influencia mediática puede tener un efecto preventivo, conocido como el efecto papágeno, o bien ser perjudicial, produciendo un efecto contagio, también denominado efecto Werther (Niederkrötenhaler et al., 2010).

Se invita a presentar trabajos que empleen una variedad de metodologías, incluyendo encuestas a gran escala, análisis de contenido de las redes sociales, entrevistas en profundidad, grupos focales, estudios de caso, estudios longitudinales, análisis comparativos y diseños de métodos mixtos. Se valorarán especialmente aquellos estudios que combinen enfoques cuantitativos y cualitativos para ofrecer una visión integral del fenómeno. Asimismo, se anima a los autores a explorar nuevas metodologías que permitan profundizar en la comprensión de los mecanismos subyacentes a la relación entre el uso de las redes sociales y la salud mental en adolescentes.

Ejes temáticos

Este número especial tiene como objetivo explorar el vínculo entre el uso de las redes sociales, las comunidades digitales y el bienestar de la juventud, con especial énfasis en los riesgos y beneficios para la salud mental. Desde una perspectiva interdisciplinaria, invitamos a investigadores, grupos de investigación y académicos a presentar artículos originales que aborden alguno de los siguientes temas (sin limitarse a ellos):

- Impacto del uso de redes sociales en el bienestar psicológico y emocional de la juventud.
- Estrategias de comunicación para prevenir problemas de salud mental en entornos digitales.
- Comunidades digitales en torno a problemas de salud mental: autolesiones, trastornos de la conducta alimentaria, etc...
- El papel de la identidad digital en la adolescencia y su relación con la autoestima y la autopercepción.
- Ciberacoso y sus efectos en la salud mental.
- Adicciones digitales y salud mental.
- *Influencers* en redes sociales y su impacto en la autopercepción y salud mental de los adolescentes.
- Intimidad y privacidad en redes sociales y su relación con el bienestar emocional.
- Representación de los problemas de salud mental en los medios y redes sociales: mitos, realidades y consecuencias.
- Moderación de contenidos en redes sociales.
- Regulación y autorregulación de las redes sociales.

Palabras Clave:

Adolescencia y salud mental; salud emocional; riesgos digitales para jóvenes; regulación y autorregulación de las redes sociales; conductas de riesgo autolesiones; anorexia; bulimia; retos; desigualdad de género en salud mental.

Referencias bibliográficas



American Psychiatric Association. (2022). Diagnostic and statistical manual of mental disorders (DSM-5-TR). Washington, DC.

Asociación Española de Pediatría. (2022). Posicionamiento sobre el aumento de autolesiones y suicidio en niños y adolescentes. Comunicado de la Asociación Española de Pediatría (AEP). <https://bit.ly/3BWHEMz>

Blakemore, S. J., & Mills, K. L. (2014). Is adolescence a sensitive period for sociocultural processing? *Annual Review of Psychology*, 65(1), 187-207. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-010213-115202>

Dooley, B., O'Connor, C., Fitzgerald, A., & O'Reilly, A. (2019). The national study of youth mental health in Ireland. UCD School of Psychology, Jigsaw, & SB Energy for Generations Fund.

http://www.myworldsurvey.ie/content/docs/My_World_Survey_2.pdf

Eurostat. (2022). Young people in Europe: A statistical summary. <https://bit.ly/4ajj5G1>

Fundación ANAR. (2020). Informe Anual teléfono/chat ANAR en tiempos de Covid-19, año 2020.

<https://acortar.link/3MEyAS>

Gámez-Guadix, M. (2014). Depressive symptoms and problematic Internet use among adolescents: Analysis of the longitudinal relationships from the cognitive-behavioral model. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 17(11), 714-719. <https://doi.org/10.1089/cyber.2014.0226>

Huang, C. (2017). Time spent on social network sites and psychological well-being: A meta-analysis.

Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 20(6), 346-354. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0758>

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241-251.

<https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Martínez-Pastor, E., Atauri-Mezquida, D., Nicolás-Ojeda, M. Á., & Blanco-Ruiz, M. (2023). Visualización e interpretación de las interacciones en los mensajes de autolesiones no suicidas (ANS) en Twitter. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 34(2), 238-253. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.996>

Martínez-Pastor, E., & Gaete-Salgado, C. (2023). Jóvenes creadores de contenidos en torno a las autolesiones: identificación de metalenguajes en X (Twitter). *Revista Panamericana De Comunicación*, 5(2), 55-70.

<https://doi.org/10.21555/rpc.v5i2.2984>

Martín Muñoz, D., & Atauri Mezquida, D. (2024). Digital Community of Children's self-injuries in TikTok: Quantitative and qualitative methodological approach. *VISUAL REVIEW. International Visual Culture Review Revista Internacional De Cultura Visual*, 16(4), 61-74. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5292>

Naslund, J. A., Bondre, A., Torous, J., & Aschbrenner, K. A. (2020). Social Media and Mental Health: Benefits, Risks and Opportunities for Research and Practice. *Journal of technology in behavioral science*, 5(3), 245-257.

<https://doi.org/10.1007/s41347-020-00134-x>

Niederkrötenhaler, T., et. al. (2010). Papageno v Werther effect. *BMJ: British Medical Journal (Online)*, 341.
<https://doi.org/10.1136/bmj.c5841>

Organización Mundial de la Salud (OMS) (2022). *World mental health report: Transforming mental health for all*.
<https://www.who.int/publications/i/item/9789240049338>

Solmi, M., Radua, J., Olivola, M., Croce, E., Soardo, L., Salazar de Pablo, G., ... & Fusar-Poli, P. (2022). Age at onset of mental disorders worldwide: large-scale meta-analysis of 192 epidemiological studies. *Molecular psychiatry*, 27(1), 281-295. <https://doi.org/10.1038/s41380-021-01161-7>

Zabaleta González, R., Lezcano Barbero, F., & Perea Bartolomé, M.V. (2023). Alfabetización en Salud Mental Revisión Sistemática de la Literatura. *Psykhē*, 32(1), 00108. <https://dx.doi.org/10.7764/psykhe.2020.21787>

Zacarés, J., Iborra, A., Tomás, J., & Serra, E. (2009). El desarrollo de la identidad en la adolescencia y adultez emergente: una comparación global frente a la identidad en dominios específicos. *Anales de Psicología*, 25 (2)pp. 36-329. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=16712958014>

Normas estilísticas básicas



- Los manuscritos podrán tener un mínimo de 5.000 y un máximo de 10.000 palabras. Se enviarán en formato Word (.doc/.docx), letra Times New Roman, cuerpo 12, interlineado sencillo, márgenes estándar.
- Deberán contener, en español y en inglés, título, resumen (entre 150 y 200 palabras) y 5 palabras clave. Se deberá aportar por cada autor: nombre y apellidos, dirección de correo electrónico, código ORCID y un breve CV de unas 100 palabras.
- El contenido tendrá una estructura de artículo científico: introducción, metodología, resultados y conclusiones.
- Los epígrafes se enumerarán en arábigos siguiendo la estructura estándar 1., 1.1, 1.1.1, etc.
- Las tablas y/o figuras se enumerarán en arábigos del 1 al infinito, indicando la fuente y la autoría.
- Las citas se introducirán en el texto con formato Harvard (p. e.: Bauman, 2010: 126), no a pie de página.
- El apartado de referencias bibliográficas incluirá exclusivamente las obras citadas en el trabajo, que serán mayoritariamente actuales y se presentarán en formato APA con indicación del DOI cuando lo tengan.

Se recomienda consultar las normas completas de publicación en la web de la revista así como el último número publicado para visualizar el estilo y la maquetación final de los artículos:

 <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion>



Normas de envío y de publicación

Los textos se deben enviar a través de la plataforma OJS de la revista Doxa Comunicación:

 <https://revistascientificas.uspceu.com/doxacomunicacion/about/submissions>



Aviso importante a los autores

Los autores se asegurarán de que la versión de sus manuscritos está anonimizada (se recomienda borrar las huellas digitales de autoría que aparecen en las propiedades del documento).

La revista **Doxa Comunicación** publica todos los artículos y ensayos científicos en español y en inglés desde 2016. El autor se compromete a proporcionar una traducción consistente de su manuscrito en caso de que supere positivamente el proceso de revisión externa por doble ciego y sea aceptado para su publicación. La revista ha seleccionado a un grupo de traductores nativos con los que ha acordado un precio ventajoso para los autores que no puedan proporcionar por sus medios una traducción consistente. El coste de este servicio será asumido por el autor. La edición bilingüe supone un salto cualitativo para la revista y para los autores, al permitir la difusión de los artículos entre comunidades científicas más extensas e incrementar el número de lectores, y con ello, el potencial impacto de la investigación.



Publicación y difusión

Doxa Comunicación es una revista científica de acceso abierto y gratuito, Todos los contenidos son cargados en bases de datos y repositorios nacionales e internacionales de libre acceso. Se invita a los coordinadores de los monográficos y a los autores a que colaboren con la revista en la difusión del CfP a través de sus propias redes y contactos. Igualmente, pueden sugerir el nombre de instituciones, entidades y asociaciones relacionadas con el contenido del monográfico para que sean citadas en la cuenta de X (antes Twitter) de Doxa Comunicación (@DoxaCom) y se les compartan los contenidos publicados.