

**UNIVERSIDAD PERUANA UNIÓN**

ESCUELA DE POSGRADO

Unidad de Posgrado de Psicología



**Relación entre las redes sociales y autoconcepto en  
adolescentes: una revisión narrativa**

Trabajo Académico para obtener el Título de Segunda Especialidad Profesional  
en Psicología Clínica y de la Salud

**Autora:**

Vanessa Victoria Vásquez Vega

**Asesora:**

Mg. Sara Esther Richard Pérez

Lima, junio de 2026

## DECLARACIÓN JURADA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO ACADÉMICO

Yo Sara Esther Richard Pérez docente de la Unidad de Posgrado de Ciencias de la Salud, Escuela de Posgrado de la Universidad Peruana Unión.

DECLARO:

Que la presente investigación titulada: **“RELACIÓN ENTRE LAS REDES SOCIALES Y AUTOCONCEPTO EN ADOLESCENTES: UNA REVISIÓN NARRATIVA”** de la autora Vanessa Victoria Vásquez Vega tiene un índice de similitud de 15% verificable en el informe del programa Turnitin, y fue realizada en la Universidad Peruana Unión bajo mi dirección.

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponde ante cualquier falsedad u omisión de los documentos como de la información aportada, firmo la presente declaración en la ciudad de Lima, a los 02 días del mes de junio del año 2026.



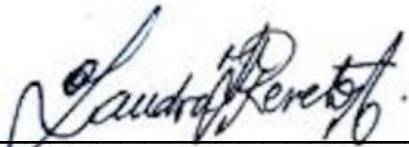
---

Mg. Sara Esther Richard Pérez  
Asesora

**Relación entre las redes sociales y autoconcepto en  
adolescentes: una revisión narrativa**

**TRABAJO DE ACADÉMICO**

Presentado para optar el Título de Segunda Especialidad  
Profesional en Psicología Clínica y de la Salud



---

Mg. Sandra Vanessa Revelo Aulestia  
Dictaminadora

Lima, 02 de junio de 2026

## Resumen

Las redes sociales han adquirido un papel central en la vida de los adolescentes, influyendo en la construcción y valoración de su autoconcepto. Este trabajo tuvo como objetivo identificar la relación entre redes sociales y autoconcepto en adolescentes mediante la síntesis de evidencia reciente sobre esta asociación en una etapa marcada por la búsqueda de identidad y la sensibilidad a la evaluación social. Se realizó una revisión narrativa en Scopus, PubMed y Web of Science de artículos publicados entre 2021 y 2025, utilizando búsquedas booleanas y filtros por título, resumen y palabras clave. Se incluyeron estudios originales de corte transversal, en español o inglés, con texto completo, centrados en adolescentes y en las variables de autoconcepto y uso de redes sociales, especialmente aquellos que abordaran su construcción o distorsión en esta población. Se excluyeron estudios duplicados, revisiones sistemáticas y aquellos no relacionados directamente con estas variables. La búsqueda identificó 97 estudios en Scopus, 25 en PubMed y 54 en Web of Science, de los cuales 15 fueron seleccionados para el análisis final.

Los hallazgos evidencian que el uso frecuente de redes sociales visuales, especialmente Instagram y TikTok, se relaciona con procesos de comparación social, búsqueda de validación externa y exposición a estándares estéticos idealizados, factores asociados con mayor insatisfacción corporal, menor autoestima y distorsión del autoconcepto. Asimismo, se identificó que el impacto de estas plataformas depende del tipo de interacción digital y del nivel de implicación emocional del adolescente. Del mismo modo, se encontraron factores protectores como la alfabetización mediática, la

autoaceptación corporal y la exposición a contenido body-positive, los cuales favorecen una percepción más saludable y estable de sí mismos.

Se concluye que las redes sociales constituyen un espacio dual que puede distorsionar o fortalecer el autoconcepto adolescente, dependiendo del uso que se haga de estas plataformas y de la capacidad crítica desarrollada frente a sus contenidos.

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

## **Abstract**

Social media has acquired a central role in the lives of adolescents, influencing the construction and evaluation of their self-concept. This study aimed to identify the relationship between social media and self-concept in adolescents by synthesizing recent evidence on this association during a stage marked by the search for identity and sensitivity to social evaluation. A narrative review was conducted in Scopus, PubMed, and Web of Science of articles published between 2021 and 2025, using Boolean searches and filters for title, abstract, and keywords. Original cross-sectional studies, in Spanish or English, with full text, focused on adolescents and the variables of self-concept and social media use were included, especially those addressing their construction or distortion in this population. Duplicate studies, systematic reviews, and those not directly related to these variables were excluded. The search identified 97 studies in Scopus, 25 in PubMed, and 54 in Web of Science, of which 15 were selected for the final analysis.

The findings show that frequent use of visual social media, especially Instagram and TikTok, is related to processes of social comparison, the search for external validation, and exposure to idealized aesthetic standards—factors associated with greater body dissatisfaction, lower self-esteem, and a distorted self-concept. Furthermore, the impact of these platforms was found to depend on the type of digital interaction and the adolescent's level of emotional involvement. Similarly, protective factors such as media literacy, body acceptance, and exposure to body-positive content were identified, all of which contribute to a healthier and more stable self-perception.

It is concluded that social media constitutes a dual space that can either distort or strengthen adolescent self-concept, depending on how these platforms are used and the critical thinking skills developed regarding their content.

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

## Introducción

La adolescencia constituye una etapa de transición entre la niñez y la adultez, caracterizada por importantes cambios físicos, cognitivos y psicosociales que inciden significativamente en el desarrollo integral del individuo. En esta etapa, los adolescentes experimentan una creciente capacidad de abstracción y reflexión sobre sí mismos, lo que favorece la construcción de una autopercepción más compleja y diferenciada. Asimismo, las relaciones con los pares y el contexto social adquieren especial relevancia, influyendo en la manera en que los jóvenes interpretan sus características personales y consolidan su identidad (Papalia & Martorell, 2017).

Desde la perspectiva del desarrollo psicosocial, este periodo representa una fase decisiva para la formación de la identidad personal, la cual se construye de manera dinámica en interacción con el contexto social, especialmente a través de las relaciones con los pares y la familia (Branje, 2022).

La progresiva capacidad de autorreflexión característica de esta etapa favorece la elaboración de representaciones más complejas acerca de la propia identidad. En este sentido, Santrock (2019) señala que el incremento de la autoconciencia, así como la creciente sensibilidad hacia la evaluación social, influyen significativamente en el desarrollo del autoconcepto. De este modo, las interacciones con el entorno social y la percepción de aceptación por parte de los pares ejercen una influencia significativa en la forma en que los adolescentes construyen y valoran su percepción personal.

Bajo este contexto, existen datos estadísticos que evidencian que el acceso a internet y a redes sociales entre adolescentes ha aumentado de forma sostenida.

A nivel global, según el Informe Regional de Salud del Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (UNICEF, 2025), los medios sociales desempeñan un papel importante en la construcción de la imagen corporal entre adolescentes; influencers y el marketing digital tienden a promover estándares poco realistas que contribuyen a la insatisfacción corporal, especialmente entre las chicas, y la presión social en torno a la apariencia física puede estar asociada con sentimientos de inseguridad, baja autoestima y ansiedad. Un informe internacional reciente reveló también que el uso problemático de redes sociales en adolescentes aumentó de 7% a 11% entre 2018 y 2022, evidenciando una tendencia creciente hacia conductas de dependencia y dificultades para regular el uso (WHO Europe, 2024).

En Perú, el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2025) reporta que la comunicación digital constituye la principal actividad de los usuarios de Internet, ya que el 91,0 % accede a la red para interactuar mediante correo electrónico, mensajería instantánea y redes sociales; asimismo, el Internet es ampliamente utilizado con fines recreativos (90,7 %) y para la búsqueda de información (80,8 %). Según la edad, el uso de telefonía móvil es más elevado en la población de 12 a 59 años, con coberturas superiores al 90 %, mientras que se observa un menor nivel de uso en niños de 6 a 11 años (67,5 %) y en adultos de 60 años a más (82,7 %). Paralelamente, el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones (OSIPTEL, 2023) indica que el 91,4 % de los usuarios de internet en el Perú utiliza redes sociales y mensajería instantánea como actividad principal. Este alto nivel de acceso a la tecnología digital podría estar influyendo en las dinámicas relacionales de los jóvenes,

umentando su exposición a contenidos visuales asociados con la apariencia, los estilos de vida y la construcción de la identidad digital.

A nivel nacional, diversas investigaciones peruanas han evidenciado asociaciones significativas entre el uso de redes sociales, la autoestima y la percepción de la propia identidad. No obstante, en el contexto peruano aún son limitados los estudios que integran mecanismos psicológicos mediadores, como la comparación social, la exposición a contenido digital idealizado y la búsqueda de validación externa en línea, elementos fundamentales para comprender integralmente esta relación. Montúfar-Calle et al. (2024) analizaron la exposición a la publicidad de influencers sobre cuerpo y dieta en redes sociales y las actitudes que esta genera, encontrando una alta presencia de este contenido y una percepción mayoritariamente favorable hacia los mensajes, los cuales influyen en la atención, la intención de interacción y en la percepción de ideales corporales. Diversas investigaciones han abordado la relación entre el uso problemático o la adicción a redes sociales y la autoestima en adolescentes. De manera consistente, estos estudios reportan una asociación significativa entre mayores niveles de dependencia a redes sociales y menores niveles de autoestima, sugiriendo que el uso excesivo de estas plataformas puede vincularse con mayor vulnerabilidad emocional y una autopercepción menos favorable (Bedoya, 2021; Bellido, 2023).

Estos datos estadísticos de la realidad actual del impacto de las redes sociales, en el autoconcepto de los adolescentes, deja visible una problemática que va en aumento, puesto que el impacto del contenido visual y la comparación social influye en la configuración del autoconcepto adolescente.

Finalmente, diversos estudios recientes han mostrado que el uso de redes sociales se relaciona con el bienestar emocional y el autoconcepto en adolescentes (Valkenburg et al., 2021; Steinsbekk et al., 2021; Wang et al., 2024; Fan et al., 2025). En particular, el uso pasivo de estas plataformas, centrado en la observación de contenido, se asocia con menor autoestima y mayor malestar emocional. Asimismo, la exposición a contenidos idealizados vinculados con la apariencia física se relaciona con la comparación social y la insatisfacción corporal. Estas relaciones pueden variar según el tipo de uso y características individuales, como el sexo (Steinsbekk et al., 2021).

En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo analizar a más profundidad la relación entre el uso de redes sociales y el autoconcepto en adolescentes, a partir de una revisión narrativa de la literatura científica reciente. Se busca identificar los principales hallazgos, tendencias y enfoques teóricos que expliquen cómo la interacción en entornos digitales influye en la construcción o distorsión del autoconcepto durante esta etapa del desarrollo.

## **Metodología**

La presente investigación adopta un diseño de revisión narrativa, que permite sintetizar y analizar críticamente la evidencia sobre la relación entre redes sociales y autoconcepto en adolescentes. Este enfoque facilita la integración de información teórica y empírica desde múltiples perspectivas, sin seguir criterios rígidos de búsqueda, y permite explorar la complejidad del tema, identificando patrones conceptuales y vacíos en la literatura (Baas & Johnson, 2022).

Asimismo, se eligió este enfoque dado que el autoconcepto en adolescentes es una construcción dinámica influenciada por múltiples factores, incluidos los entornos digitales. Las redes sociales, como espacios de interacción simbólica y exposición pública, impactan directamente en la forma en que los adolescentes construyen y perciben su identidad (Morán-Pallero & Felipe-Castaño, 2021). Para la búsqueda de fuentes de esta investigación, se consultaron tres bases de datos científicas como PubMed, Web of Science (WOS) y Scopus considerando estudios en inglés o español, publicados en los últimos cinco años.

Para realizar este estudio, se realizaron búsquedas de la literatura científica en julio del 2025, en las tres fuentes: PUBMED, WOS y SCOPUS, se empleó la herramienta PIO, haciendo uso de los términos y descriptores de las variables adolescentes, redes sociales y autoconcepto, tal como se muestra en el anexo A.

En PubMed se utilizaron ajustadores de campo para la búsqueda en todos los campos, en WOS en el título, resumen y palabras claves, en Scopus en los títulos, resumen y palabras clave, una vez revisada y aprobada la estrategia de búsqueda, se procedió a buscar la información en las bases de datos. Se usaron los operadores

booleanos (OR, AND y NOT) para conectar los descriptores y elaborar la estrategia de búsqueda (Anexo B). Los artículos fueron exportados al programa de Microsoft Excel, a partir de ello se realizó la revisión teniendo en cuenta para la elección de los estudios los criterios de inclusión: artículos en español e inglés, de acceso gratuito, 5 años de antigüedad, población adolescente de ambos sexos, teniendo en cuenta las áreas de Psicología y Psiquiatría y que contengan las variables de estudio como tema principal, se eliminaron los estudios duplicados, con más de 5 años y no contengan las variables de estudio.

Finalmente, hasta octubre del 2025 se identificaron 176 estudios: 97 en Scopus, 54 en WOS, y 25 en Pubmed. Tras aplicar los criterios de inclusión y exclusión, se seleccionaron 15 artículos, como se muestra en el diagrama de flujo (Figura 1).

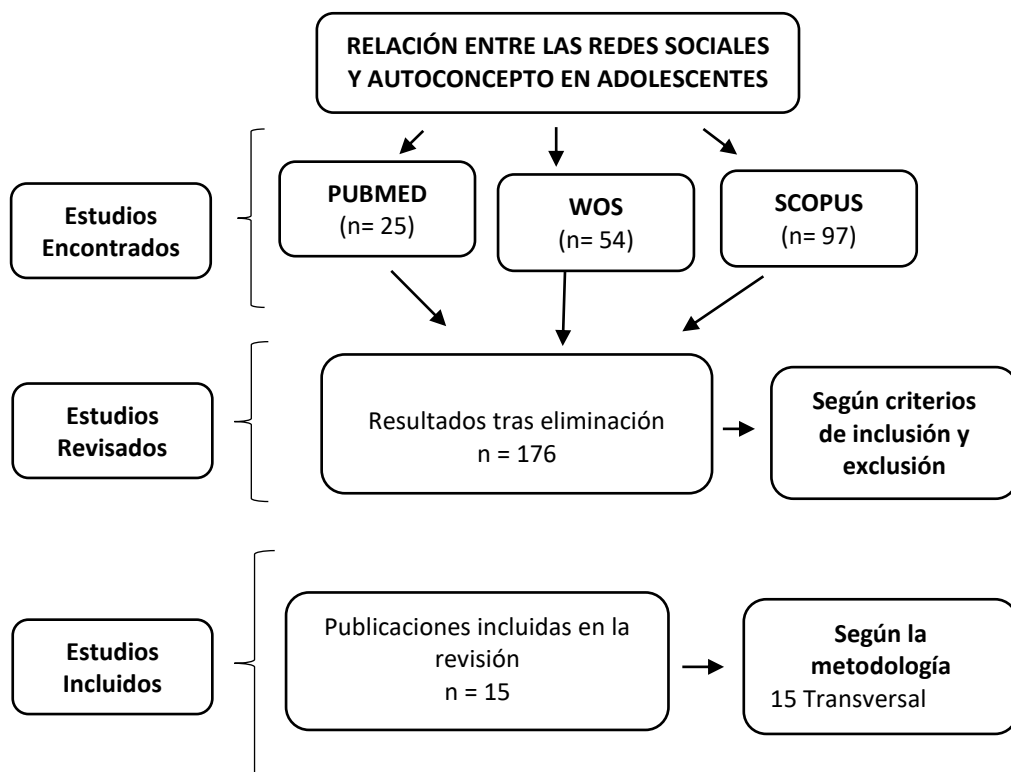


Figura 1. Diagrama de flujo del proceso de selección de estudio

## Resultados

**Tabla 1.**

*Características de los estudios incluidos*

<b>Autor y fecha</b>	<b>Objetivo</b>	<b>Diseño</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Población/ muestra</b>	<b>Resultados</b>
<b>Sauve, A. et al. (2024)</b>	Explorar la relación entre el perfil clínico de adolescentes con anorexia nervosa y sus patrones de uso de redes sociales: tiempo de uso, la intensidad, el carácter pasivo o activo del uso, las tendencias problemáticas (uso abusivo o adictivo) y el número de contactos en redes se asocian con la severidad de los síntomas clínicos de AN, la distorsión de imagen corporal, depresión, ansiedad y trastornos del sueño.	Correlacional Transversal	Preguntas autorreportadas sobre uso diario promedio de redes (últimas 4 semanas), contacto diario, plataformas usadas Escala Social Networking Activity Intensity Scale (SNAIS) Eating Disorder Inventory 2 (EDI 2) total y subescalas Body Shape Questionnaire (BSQ) versión francesa Children's Depression Inventory (CDI) versión francesa PMC Inventario de Ansiedad Estado Rasgo (STAI Y) Pittsburgh Sleep Quality Index (PSQI) Insomnia Severity Index (ISI)	131 adolescentes chicas con diagnóstico clínico de anorexia nervosa, de entre 11 y 18 años.	El estudio evidencia una relación significativa entre el uso excesivo, problemático y adictivo de las redes sociales y una mayor gravedad de los síntomas de anorexia nervosa en adolescentes. Incluso cuando el uso es pasivo, el tiempo dedicado a las redes sociales se asocia con el agravamiento del trastorno alimentario, una percepción negativa de la imagen corporal, el aumento de síntomas depresivos y el deterioro del sueño.
<b>Rodgers, R. et al. (2025)</b>	Examinar las reacciones al contenido positivo sobre el cuerpo y sus asociaciones con múltiples dimensiones de la imagen corporal entre mujeres jóvenes.	Transversal	Body Appreciation Scale – 2 Broad Conceptualization of Beauty Scale for women (Tylka & Lannantuono, 2016) Body and Appearance Self-Conscious Emotions Scale	17,336 adolescentes de 10 países. Italia, España, Bélgica, Dinamarca, China, EE.UU., Turquía, Canadá.	El contenido positivo sobre el cuerpo en redes sociales genera reacciones más positivas que negativas en el estado de ánimo y la imagen corporal de mujeres jóvenes, siendo más beneficioso cuando retrata

			- Authentic Appearance Pride subscale Body and Appearance Self-Conscious Emotions Scale - Authentic Appearance Pride subscale The Body Dissatisfaction subscale of the Eating Disorders Inventory 3 Eating Disorder Examination Questionnaire		cuerpos diversos y especialmente en quienes presentan una imagen corporal más positiva, lo que sugiere su utilidad como estrategia preventiva frente a la exposición a contenido idealizado.
<b>Wang, Y. et al. (2024)</b>	Determinar si la visualización de selfis estaría relacionada con la restricción alimentaria entre los adolescentes chinos.	Transversal	Selfie Viewing: Tres ítems adaptados. Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 Revised (SATAQ-4R). New Media Literacy Scale (NMLS) Dutch Eating Behavior Questionnaire (DEBQ).	1,481 adolescentes chinos, de 12 a 19 años	La visualización de selfis en redes sociales se asocia con la restricción alimentaria en adolescentes chinos, relación que se explica por la internalización del ideal de delgadez. Asimismo, la alfabetización mediática atenúa este vínculo, reduciendo el impacto negativo de la exposición a selfis, sin observarse diferencias significativas según el género.
<b>Gupta, M. et al. (2023)</b>	El estudio tiene como objetivo examinar las asociaciones entre tres facetas del uso de redes sociales (SMU) (frecuencia de plataformas basadas en imágenes, motivación y activa o pasiva) y relación entre el uso de redes sociales y los síntomas de dismorfia corporal en jóvenes, así como explorar si el perfeccionismo actúa como moderador en esta relación.	Transversal	Cuestionario de imagen corporal - versión para niños y adolescentes (BIQ-C) Escala Multidimensional de Uso de Facebook (adaptada por Thorisdottir, 2020 para incluir todos los tipos de redes sociales) Escala de motivaciones para el uso de redes sociales (MSMU) Escala revisada de ansiedad y depresión infantil (RCADS-11 versión	209 jóvenes de 16 a 18 años, de escuelas de Londres	Los resultados muestran que el uso más frecuente de plataformas de redes sociales basadas en imágenes, así como la motivación centrada en la apariencia para su uso, se asocian de manera significativa con mayores síntomas dismórficos corporales en jóvenes, lo cual es consistente con el enfoque estético característico del Trastorno Dismórfico Corporal clínico.

			infantil) Escala de perfeccionismo infantil-adolescente (CAPS-SF)			Asimismo, se encontró que el perfeccionismo orientado a uno mismo modera esta asociación, intensificando la relación entre el uso de redes sociales y los síntomas dismórficos corporales.
<b>Ferdousi, J. et al. (2023)</b>	Explorar cómo la exposición a modelos delgadas y curvilíneas en anuncios de Instagram influye en la disposición de las adolescentes tardías (17–19 años) a participar en prácticas para modificar su apariencia corporal.	Transversal	Online self-report questionnaires  Dentro de estos cuestionarios se incluyen medidas específicas sobre: Preference for thin and curvy bodies, Upward physical appearance comparison, Body dissatisfaction		284 adolescentes tardías, de 17–19 años.	Los resultados sugieren que, si bien la exposición a distintos tipos de cuerpo se asocia con diferentes conductas nocivas orientadas a la modificación corporal, los procesos psicológicos subyacentes a estos efectos son similares. Asimismo, la investigación evidencia posibles cambios culturales hacia ideales corporales más diversos y aporta información relevante para el diseño de intervenciones centradas en las preocupaciones corporales y en programas de alfabetización mediática.
<b>Vartanian, L. et al. (2023)</b>	Probar el modelo de Disrupción de la Identidad en adolescentes, explorando cómo las experiencias adversas en la infancia se asocian con una menor claridad del autoconcepto, lo que a su vez aumenta la vulnerabilidad a factores socioculturales relacionados con la apariencia y la insatisfacción corporal.	Transversal	Adverse Childhood Experiences Questionnaire  Self-Concept Clarity Scale  Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-4 (SATAQ-4)  Physical Appearance Comparison Scale (PACS)		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudio 1: 213 adolescentes</li> <li>• Estudio 2: 228 adolescentes</li> </ul>	En ambos estudios, la adversidad temprana se asoció con menor claridad del autoconcepto, la cual se relacionó con mayor internalización de ideales de apariencia y comparaciones de apariencia más frecuentes, vinculándose a su vez con mayor insatisfacción corporal.

			Body Dissatisfaction subscale of the Eating Disorder Inventory-3 (EDI-3)		
<b>Seekis, Veya &amp; Barker, Grace. (2022)</b>	Analizar, desde el modelo de influencia tripartita, la relación entre el compromiso con contenido de belleza en redes sociales y la consideración de cirugía estética en mujeres jóvenes.	Transversal correlacional	Beauty social media engagement Upward appearance comparison General attractiveness internalization Dysmorphic appearance concerns Consideration of cosmetic surgery	399 mujeres universitarias de 17 a 25 años	Se respaldó un modelo de mediación en serie en el que el compromiso con contenido de belleza en redes sociales se relacionó con mayor consideración de cirugía estética a través de comparaciones ascendentes, internalización del atractivo y preocupaciones dismórficas; sin embargo, estas últimas no actuaron como mediadores independientes.
<b>Becker, K. et al. (2025)</b>	Mejorar nuestra comprensión de la relación entre la interacción con el contenido de las redes sociales y la imagen corporal examinando dos mecanismos de mediación derivados del modelo de influencia tripartita y dos mecanismos de mediación del modelo de aceptación de la alimentación intuitiva.	Transversal	Versión modificada del Índice de actividad fotográfica de Instagram de Meier y Gray (2014) Escala de comparación de apariencia física en línea (PACS en línea) Subescala de Internalización de la Delgadez del Cuestionario de Actitudes Socioculturales hacia el Atractivo-4 (SATAQ-4) Escala de Aceptación Corporal por los Demás-2 (BAOS-2) Escala de conciencia corporal objetivada (OBCS) Cuestionario Multidimensional de Relaciones Cuerpo-	454 participantes mujeres	El estudio encontró que la interacción con contenido que promueve ideales de apariencia en Instagram se asocia indirectamente con mayor insatisfacción corporal y menor apreciación del propio cuerpo, a través de la internalización del ideal delgado, menor aceptación corporal percibida y menor orientación corporal interna. En cambio, el contenido body positive se relaciona con mayor apreciación corporal, aunque no reduce significativamente la insatisfacción ni estuvo mediado por los mecanismos evaluados.

			<p>Autoestima (MBSRQ)</p> <p>Escala de Apreciación Corporal-2 (BAS-2)</p> <p>Escala de Apreciación de la Funcionalidad (FAS)</p> <p>Cuestionario de Actitudes hacia los Medios (MAQ)</p> <p>Escala de Autocompasión-Formulario Abreviado (SCS-SF)</p> <p>Escala de Alimentación Intuitiva (IES-2)</p> <p>Cuestionario de Examen de Trastornos Alimentarios (EDE-Q 6.0)</p> <p>Escala de Autocompasión-Formulario Abreviado (SCS-SF)</p> <p>Escala de Alimentación Intuitiva (IES-2)</p> <p>Cuestionario de Examen de Trastornos Alimentarios (EDE-Q 6.0)</p>		
<b>An T. Vuong et al. (2021)</b>	Explorar las relaciones entre el uso de las redes sociales (Instagram y Snapchat), la internalización del ideal de delgadez, la internalización del ideal muscular y la insatisfacción corporal en adolescentes.	Transversal Correlacional	<p>Escala Frecuencia de uso de redes sociales. ATAQ 4 (Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire -4).</p> <p>BESAA (Body Esteem Scale for Adolescents and Adults).</p>	1153 adolescentes de ambos sexos	El estudio encontró que el uso de Instagram y Snapchat se asocia con mayor insatisfacción corporal, pero no la predice por sí solo; la internalización del ideal delgado sí fue un predictor significativo en ambos sexos. En los chicos, la internalización del ideal musculoso moderó la relación entre uso e insatisfacción, siendo significativa solo cuando esta era alta. Además, las chicas reportaron mayor uso, mayor internalización

					del ideal delgado y mayor insatisfacción corporal, mientras que los chicos mostraron mayor internalización del ideal musculoso.
<b>Charmaraman L. et al. (2021)</b>	Examinar los poderosos efectos socializadores de los medios en red en los primeros adolescentes, cuando el uso de las redes sociales, la conciencia corporal y las comparaciones sociales están en su apogeo.	Correlacional y Transversal	Social Anxiety Scale for Adolescents (SAS-A). Center for Epidemiologic Studies Depression Scale for Children (CES-DC) Insatisfacción corporal relacionada con redes sociales se evaluó con ítems creados específicamente para el estudio.	700 adolescentes entre 11 y 14 años	El 19% de los adolescentes reportó insatisfacción corporal, principalmente por no sentirse lo suficientemente delgados o atractivos. Quienes relacionaban esta insatisfacción con las redes sociales las usaban con mayor frecuencia y presentaban más síntomas depresivos, ansiedad social en línea, dificultades para hacer amigos y mayor aislamiento. Además, seguir a celebridades se asoció con mayor uso de redes y mayores niveles de depresión y ansiedad social en línea.
<b>Roberts, S. R. (2022)</b>	Evaluar una versión adaptada del modelo de influencia tripartita de la imagen corporal que incorpora la presión de las redes sociales y la internalización del ideal muscular, con el fin de comprender mejor la insatisfacción corporal en adolescentes.	Cuantitativo, Transversal	Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire – 4 (SATAQ-4). Body, Eating, and Exercise Comparison Orientation Measure (BEECOM). Body Esteem Scale for Adolescents and Adults (BESAA) – subescala de Apariencia.	543 adolescentes (de 13 a 18 años)	El modelo evidenció que todas las fuentes de presión sociocultural se relacionaron indirectamente con menor autoestima de apariencia mediante la internalización del ideal delgado. Solo la presión de redes sociales mostró además un efecto a través de la comparación corporal, destacando su papel particular en la insatisfacción corporal.
<b>Prieler M. et</b>	Examinar la relación entre la	Transversal	Self worth contingency on	981 chicas	El estudio halló que

<b>al. (2021)</b>	comparación social relacionada con la apariencia en los servicios de redes sociales (SRS) y la autoestima corporal en un contexto intercultural		others' approval Appearance comparisons on Facebook Body Esteem Scale Se controlaron uso de medios (TV y revistas) e índice de masa corporal (BMI).	adolescentes de 12 a 16 años.	de compararse físicamente en Facebook se asocia con menor estima corporal en adolescentes de Austria, Bélgica y España, pero no en Corea del Sur. Además, en todos los países, basar la autoestima en la aprobación de otros se relacionó con una menor estima corporal.
<b>Fan L. et al. (2025)</b>	Explorar los mecanismos y las condiciones asociadas con los efectos del uso de plataformas de videos cortos en la insatisfacción corporal entre adolescentes.	Transversal	Social Network Sites Engagement Questionnaire Body Image Comparison Scale for Social Networking Sites developed Body Part Satisfaction Scale	795 adolescentes, 451 eran chicas y 344 chicos.	El estudio mostró que el uso frecuente de plataformas de videos cortos se asocia significativamente con una mayor insatisfacción corporal en adolescentes. Esta relación se explica en parte porque dichas plataformas fomentan la comparación de la imagen corporal, la cual actúa como mediadora. Además, los resultados indicaron que el sexo modera este efecto, siendo la asociación más intensa en las chicas que en los chicos.
<b>Colak M. et al. (2023).</b>	Examinar la relación entre la autoestima y los niveles de adicción a las redes sociales en adolescentes y el papel mediador de la imagen corporal en la relación entre estas dos variables	Transversal	Rosenberg Self-Esteem Scale. (REES) Social Media Use Disorder Scale (SMD-9) Multidimensional Body-Self Relations Questionnaire (MBSRQ).	204 adolescentes (67 chicas, 137 chicos).	Este estudio halló que una mayor adicción a las redes sociales se relaciona significativamente con una menor autoestima y con una imagen corporal más negativa, mientras que una mejor imagen corporal se asocia con mayor autoestima. Además, el análisis mostró que la imagen corporal actúa como

---

un mediador parcial, ya que explica parte del efecto de la adicción a redes sociales sobre la disminución de la autoestima.

---

<b>Yurdagül, C. et al. (2022)</b>	Examinar los efectos directos e indirectos del uso problemático de Instagram sobre distintos resultados psicopatológicos (soledad, depresión, ansiedad general y ansiedad social) a través de la insatisfacción con la imagen corporal, e investigar si el género modera las relaciones entre estas variables.	Trasversal	Bergen	Facebook	491 adolescentes (203 participantes masculinos y 288 femeninos) de 14-19 años.	Se halló que el uso problemático de Instagram se asocia con mayores niveles de depresión, ansiedad, ansiedad social y, en varones, también soledad. La insatisfacción con la imagen corporal medió parcialmente estas relaciones, especialmente en mujeres, donde la ansiedad se explicó principalmente de forma indirecta a través de dicha insatisfacción. Además, el género moderó varios efectos, siendo más directos en varones y más mediados por la imagen corporal en mujeres.
-----------------------------------	--	------------	--------	----------	--	--

---

En cuanto a los resultados, hasta noviembre de 2025, se identificaron 176 estudios, de los cuales, tras aplicar los criterios de inclusión y exclusión, se incorporaron 15 investigaciones en la presente revisión. Los artículos seleccionados abarcan enfoques metodológicos principalmente transversales, lo que permitió un análisis amplio sobre la relación entre el uso de redes sociales y la construcción o distorsión del autoconcepto adolescente. Los hallazgos indican que la imagen corporal, la comparación social y la autoevaluación basada en la apariencia constituyen los ejes centrales de esta relación.

La evidencia revisada sugiere que las redes sociales visuales, como Instagram y TikTok, se han convertido en espacios donde los adolescentes construyen su identidad personal a través de la exposición, la validación social y la comparación. Este proceso puede tener consecuencias tanto positivas como negativas, dependiendo del tipo de uso y del grado de implicación emocional. Cuando el uso se centra en la apariencia o en la búsqueda de aprobación externa, se observa una tendencia a la distorsión del autoconcepto (Becker et al., 2025; Fan et al., 2025; Rodgers et al., 2025).

Los resultados más consistentes evidencian que un uso frecuente o pasivo de redes sociales se asocia con mayor insatisfacción corporal, menor autoestima y síntomas emocionales como ansiedad o depresión. La exposición continua a imágenes idealizadas y la participación en dinámicas de validación social como los “me gusta” o los comentarios sobre apariencia fortalecen la internalización de ideales estéticos y fomentan comparaciones ascendentes, llevando a muchos adolescentes a evaluar su

valor personal según la aprobación recibida en línea (Sauve et al., 2024; Wang et al., 2024; Vartanian et al., 2023; Vuong et al., 2021; Colak et al., 2023).

La comparación social aparece como un mecanismo mediador central en la relación entre el uso de redes sociales y la autopercepción. Los adolescentes que comparan su apariencia con la de otros tienden a mostrar una identidad más frágil y dependiente del reconocimiento externo, lo que incrementa sentimientos de inferioridad y desajuste entre la autoimagen real y la percibida (Prieler et al., 2021; Seekis & Barker, 2022; Ferdousi et al., 2023; Roberts, 2022). Además, se evidencia que el género actúa como un factor modulador: las adolescentes presentan mayor vulnerabilidad al impacto del contenido visual y a la insatisfacción corporal que los varones (Charmaraman et al., 2021; Wang et al., 2024; Yurdagül et al., 2022).

Por otro lado, varias investigaciones identifican factores protectores que pueden mitigar los efectos negativos del uso de redes sociales. La alfabetización mediática, la autoaceptación corporal y la exposición a contenido body-positive (BoPo) se asocian con una imagen corporal más saludable y un autoconcepto más estable. Estos entornos digitales promueven la diversidad, la autenticidad y la empatía, reforzando la valoración del propio cuerpo y reduciendo la internalización de estereotipos (Rodgers et al., 2025; Becker et al., 2025; Wang et al., 2024).

En síntesis, la evidencia revisada permite concluir que las redes sociales funcionan como un doble escenario en la adolescencia: por un lado, pueden convertirse en un espacio de distorsión del autoconcepto, cuando la identidad se construye en torno a la comparación y la validación externa; y, por otro, en una plataforma de construcción identitaria positiva, cuando su uso se orienta al pensamiento crítico, la

expresión auténtica y la aceptación personal. Así, las redes sociales influyen activamente en cómo los adolescentes se perciben a sí mismos, reflejando una interacción constante entre la tecnología, la cultura y el desarrollo psicológico (Becker et al., 2025; Rodgers et al., 2025; Wang et al., 2024; Vartanian et al., 2023; Prieler et al., 2021).

## Discusión

El presente estudio tuvo como propósito identificar la relación entre el uso de redes sociales y el autoconcepto en adolescentes, evidenciándose que plataformas visuales como Instagram y TikTok influyen significativamente en la forma en que los jóvenes construyen y perciben su identidad. Los hallazgos coinciden en que el uso frecuente o centrado en la apariencia se asocia con mayor insatisfacción corporal, baja autoestima y dependencia del reconocimiento externo, principalmente a través de la comparación social y la exposición a ideales estéticos inalcanzables (Becker et al., 2025; Wang et al., 2024; Prieler et al., 2021; Seekis & Barker, 2022). Sin embargo, también se identifican factores protectores como la alfabetización mediática, la autoaceptación corporal y la exposición a contenido body-positive, los cuales favorecen una percepción más saludable y estable de sí mismos (Rodgers et al., 2025; Becker et al., 2025).

Los hallazgos revisados evidencian que las redes sociales visuales, como Instagram y TikTok, se han convertido en espacios donde los adolescentes construyen su identidad a través de la exposición, la validación social y la comparación. Este proceso puede generar efectos tanto positivos como negativos, según el tipo de uso y la implicación emocional. Cuando la interacción se centra en la apariencia o la aprobación externa, se observa una distorsión del autoconcepto (Becker et al., 2025; Fan et al., 2025; Rodgers et al., 2025). De acuerdo con Valkenburg et al. (2022), las redes sociales funcionan como entornos socioemocionales que pueden afectar el bienestar y la autopercepción: el uso pasivo o comparativo incrementa el malestar, mientras que un uso activo y reflexivo favorece el desarrollo identitario. En conjunto,

ambas perspectivas coinciden en que las redes sociales son un espacio dual, capaz de distorsionar o fortalecer el autoconcepto adolescente dependiendo del tipo de interacción y del pensamiento crítico del usuario.

Diversos estudios coinciden en que un uso frecuente o pasivo de redes sociales se asocia con una mayor insatisfacción corporal, menor autoestima y síntomas emocionales como ansiedad y depresión en adolescentes. La exposición continua a imágenes idealizadas y la participación en dinámicas de validación social como los “me gusta” o los comentarios sobre la apariencia refuerzan la internalización de ideales estéticos y fomentan comparaciones ascendentes, lo que lleva a muchos jóvenes a valorar su autoestima en función de la aprobación recibida en línea (Sauve et al., 2024; Wang et al., 2024; Vartanian et al., 2023; Vuong et al., 2021; Colak et al., 2023). En línea con estos resultados, Kelly et al. (2018), a partir de datos del UK Millennium Cohort Study, identifican que un mayor tiempo de uso de redes sociales se relaciona con baja autoestima, insatisfacción corporal y síntomas depresivos, actuando estas variables como mediadoras entre la exposición a redes y el malestar psicológico. Este estudio refuerza la idea de que tanto el tipo como la frecuencia de uso determina el impacto sobre el bienestar emocional, y coincide con la evidencia que señala que la interacción basada en la apariencia y la búsqueda de validación social pueden distorsionar la autopercepción y contribuir al deterioro del autoconcepto adolescente. En conjunto, la evidencia sugiere que la sobreexposición a contenidos idealizados y la dependencia del reconocimiento digital incrementan la vulnerabilidad psicológica, subrayando la importancia de promover un uso crítico, consciente y autorregulado de las redes sociales entre los adolescentes.

Algunos autores refieren que la comparación social desempeña un papel mediador fundamental en la relación entre el uso de redes sociales y la autopercepción adolescente, al influir directamente en la forma en que los jóvenes evalúan su propio valor y apariencia. Esta tendencia a compararse con otros usuarios puede generar una identidad más frágil y dependiente del reconocimiento externo, incrementando sentimientos de inferioridad y discrepancias entre la autoimagen real y la ideal (Prieler et al., 2021; Seekis & Barker, 2022; Ferdousi et al., 2023; Roberts, 2022). De acuerdo con Aryal et al. (2025), el énfasis en la autopresentación y la comparación social dentro de las plataformas digitales se asocia con un menor bienestar psicológico, especialmente en las adolescentes, quienes presentan una mayor sensibilidad ante el contenido visual y las dinámicas de validación social. En este sentido, los hallazgos coinciden en que la exposición constante a estándares de belleza idealizados y la búsqueda de aprobación en línea refuerzan la dependencia del reconocimiento externo, contribuyendo a la distorsión del autoconcepto y afectando el equilibrio emocional. En conjunto, la evidencia sugiere que tanto la comparación social como el género son factores determinantes en la construcción del autoconcepto adolescente en entornos digitales, lo que resalta la necesidad de promover un uso reflexivo y crítico de las redes sociales.

Por otro lado, diversas investigaciones señalan la presencia de factores protectores que pueden mitigar los efectos negativos asociados al uso intensivo de redes sociales. La alfabetización mediática, la autoaceptación corporal y la exposición a contenido body-positive (BoPo) se han vinculado con una imagen corporal más saludable y un autoconcepto más estable, ya que promueven la diversidad, la

autenticidad y la empatía, favoreciendo la valoración del propio cuerpo y reduciendo la internalización de estereotipos de belleza (Rodgers et al., 2025; Becker et al., 2025; Wang et al., 2024). En consonancia con estos hallazgos, Jiménez-García et al. (2025) encontraron que la exposición a contenido body-positive en redes sociales se asocia con una mayor satisfacción corporal y una menor internalización de ideales estéticos irreales, especialmente cuando dicho contenido resalta la autoaceptación y la representación corporal diversa. Este estudio refuerza la noción de que los entornos digitales no solo actúan como espacios de comparación y validación, sino también como escenarios potencialmente saludables para el desarrollo identitario, siempre que se fomente la alfabetización mediática y el pensamiento crítico frente a los estándares de belleza dominantes. En conjunto, la evidencia sugiere que el impacto de las redes sociales sobre el autoconcepto adolescente no es unidireccional, sino que depende en gran medida del tipo de contenido y del nivel de conciencia crítica con que los usuarios interactúan con él.

Diversos estudios coinciden en que las redes sociales se han consolidado como un espacio ambivalente en el desarrollo del autoconcepto adolescente. Por un lado, pueden propiciar la distorsión identitaria cuando la autoimagen se construye en función de la comparación social y la búsqueda de validación externa; y, por otro, pueden transformarse en un entorno de crecimiento personal, cuando se emplean para la autoexpresión, la reflexión crítica y la aceptación del propio cuerpo. De este modo, las redes sociales influyen activamente en la forma en que los adolescentes se perciben a sí mismos, al articular la interacción entre tecnología, cultura y desarrollo psicológico (Becker et al., 2025; Rodgers et al., 2025; Wang et al., 2024; Vartanian et al., 2023;

Prieler et al., 2021). En sintonía con esta perspectiva, Avci, Baams y Kretschmer (2025) plantean que las redes sociales operan como un espacio dual de socialización simbólica, en el que los adolescentes exploran y negocian su identidad. Según los autores, el impacto del uso de redes no depende del tiempo de exposición, sino de la forma de interacción: un uso activo y reflexivo promueve la consolidación del autoconcepto y el bienestar emocional, mientras que un uso pasivo o centrado en la apariencia contribuye a la confusión identitaria. En conjunto, la evidencia reciente reafirma que las redes sociales son contextos dinámicos donde se configuran las experiencias identitarias de los adolescentes, moldeadas por la cultura digital, las normas sociales y las habilidades críticas individuales.

### **Limitaciones**

La investigación presenta una limitación significativa. Al tratarse de una revisión narrativa, no se llevaron a cabo procesos sistemáticos ni metaanálisis que permitieran cuantificar la magnitud de las asociaciones identificadas. Además, la mayor parte de los estudios incluidos emplea diseños transversales, lo que dificulta la determinación de relaciones causales y restringe la evaluación de efectos a largo plazo sobre el autoconcepto en la adolescencia. Esta característica metodológica implica que los hallazgos deben interpretarse con cautela, reconociendo la función exploratoria y descriptiva propia de este tipo de revisiones. No obstante, la síntesis cualitativa realizada facilita la identificación de patrones y lagunas de conocimiento, y orienta futuras investigaciones en el área.

## **Conclusiones**

Esta revisión narrativa evidencia que las redes sociales, con énfasis en plataformas visuales como Instagram y TikTok, ejercen una influencia significativa sobre la construcción y percepción del autoconcepto en la adolescencia. Se observa que un uso habitual centrado en la apariencia se asocia con mayor insatisfacción corporal, menor autoestima y una mayor dependencia de la validación externa, mediada principalmente por la comparación social y la exposición a estándares estéticos idealizados. Sin embargo, surgen factores protectores, tales como la alfabetización mediática, la aceptación del propio cuerpo y la exposición a contenidos body-positive, que favorecen una visión más saludable y estable de la identidad personal. En conjunto, las redes sociales configuran un espacio dual: pueden distorsionar o fortalecer el autoconcepto según el tipo de uso y la actitud crítica del usuario.

## **Recomendaciones**

Se recomienda implementar programas educativos para adolescentes que fortalezcan la alfabetización mediática y el pensamiento crítico frente a los contenidos de las redes sociales, con énfasis en aquellos relacionados con la imagen corporal. Además, se recomienda promover investigaciones longitudinales para aclarar la causalidad y los efectos a largo plazo del uso de redes sociales sobre el desarrollo del autoconcepto en la adolescencia, con el objetivo de diseñar intervenciones más efectivas que favorezcan el bienestar emocional y psicológico de esta población.

## Referencias

- Avci, H., Baams, L., & Kretschmer, T. (2025). A systematic review of social media use and adolescent identity development. *Emerging Adulthood*. <https://doi.org/10.1007/s40894-024-00251-1>
- Aryal, N., Keles, B., Eilertsen, M. E. B., Holte, A., & Hjetland, G. J. (2025). Online personas: Associations between focus on self-presentation and social comparison on social media and mental well-being in early adolescence. *International Journal of Public Health*, 70, 1608425. <https://doi.org/10.3389/ijph.2025.1608425>
- Baas, I., & Johnson, M. (2022). Narrative Reviews: Flexible, Rigorous, and Practical. *Journal of Scholarly Writing*, 5(2), 12–17. Recuperado de <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC9380636/>
- Becker, K., Alleva, J. M., Fleuren, B., & Verduyn, P. (2025). Does every body matter? The relationship between engagement with body-positive and appearance-ideal content on instagram and aspects of positive and negative body image. *Body image*, 54, 101906. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2025.101906>
- Bedoya Denegri, C. (2021). Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes [Trabajo de suficiencia profesional, Universidad de Lima]. Repositorio institucional de la Universidad de Lima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/13803>
- Bellido Quicaño, L. E. (2023). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de secundaria de una institución educativa de Ayacucho, 2022 [Tesis de licenciatura, Universidad Continental]. Repositorio institucional de la Universidad Continental. <https://hdl.handle.net/20.500.12394/13867>
- Branje, S. (2022). Adolescent identity development in context. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101286. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.11.006>
- Colak, M., Bingol, O. S., & Dayi, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian journal of psychiatry*, 65(5), 595–600. [https://doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry\\_306\\_22](https://doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_306_22)
- Charmaraman, L., Richer, A. M., Liu, C., Lynch, A. D., & Moreno, M. A. (2021). Early Adolescent Social Media-Related Body Dissatisfaction: Associations with Depressive Symptoms, Social Anxiety, Peers, and Celebrities. *Journal of developmental and behavioral pediatrics : JDBP*, 42(5), 401–407. <https://doi.org/10.1097/DBP.0000000000000911>

- Fan, L., Zuo, Y., & Yang, K. (2025). Short-video platform use and adolescent body dissatisfaction: The mediating role of body image comparison and the moderating role of sex. *Acta psychologica*, 255, 104953. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.104953>
- Ferdousi, J. S., Bradley, G. L., & Carlini, J. (2023). Through Thick and Thin: Exposure to Instagram Advertisements and Willingness to Engage in Appearance-Altering Practices. *The Journal of psychology*, 157(6), 367–388. <https://doi.org/10.1080/00223980.2023.2221014>
- Gupta, M., Jassi, A., & Krebs, G. (2023). The association between social media use and body dysmorphic symptoms in young people. *Frontiers in psychology*, 14, 1231801. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1231801>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2025). En el tercer trimestre de 2025, el 91,3 % de la población de 6 y más años de edad utilizó un teléfono celular. <https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/1342293-en-el-tercer-trimestre-de-2025-el-91-3-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-utilizo-un-telefono-celular>
- Jiménez-García, A. M., Arias, N., & Hontanaya, E. P. (2025). Impact of body-positive social media content on body image perception. *Journal of Eating Disorders*, 13(1), 1286. <https://doi.org/10.1186/s40337-025-01286-y>
- Kelly, Y., Zilanawala, A., Booker, C. y Sacker, A. (2018). Uso de redes sociales y salud mental adolescente: Hallazgos del estudio de cohorte del milenio del Reino Unido. *EClinicalMedicine*, 6, 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2018.12.005>
- Montúfar-Calle, A., Feijoo, B., Díaz-Campo, J., & Palomino-Moreno, H. (2024). *Actitud y comportamiento del adolescente frente al influencer advertising sobre cuerpo y dieta en Perú*. *Revista De Comunicación*, 23(2), 213–238. <https://doi.org/10.26441/RC23.2-2024-3605>
- Morán-Pallero, N., & Felipe-Castaño, E. (2021). Autoconcepto en las redes sociales y su relación con el afecto en adolescentes. *Psicología Conductual*, 29(3), 611–625. <https://doi.org/10.51668/bp.8321306n>
- Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones. (2024, 31 de octubre). *ERESTEL: los peruanos hacen mayor uso de internet para acceder a redes sociales y mensajería instantánea*. <https://www.gob.pe/institucion/osiptel/noticias/1049816-erestel-los-peruanos-hacen-mayor-uso-de-internet-para-acceder-a-redes-sociales-y-mensajeria-instantanea>

- Papalia, D. E., & Martorell, G. (2017). *Desarrollo humano* (13.<sup>a</sup> ed.). McGraw-Hill.
- Prieler, M., Choi, J., & Lee, H. E. (2021). The Relationships among Self-Worth Contingency on Others' Approval, Appearance Comparisons on Facebook, and Adolescent Girls' Body Esteem: A Cross-Cultural Study. *International journal of environmental research and public health*, 18(3), 901. <https://doi.org/10.3390/ijerph18030901>
- Roberts, S. R., Maheux, A. J., Hunt, R. A., Ladd, B. A., & Choukas-Bradley, S. (2022). Incorporating social media and muscular ideal internalization into the tripartite influence model of body image: Towards a modern understanding of adolescent girls' body dissatisfaction. *Body image*, 41, 239–247. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.002>
- Rodgers, R. F., Nowicki, G. P., Wertheim, E. H., & Paxton, S. (2025). Perceived effects of body positive social media content and correlations with trait body image. *Eating behaviors*, 57, 101987. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2025.101987>
- Santrock, J. W. (2019). *Adolescence* (17th ed.). McGraw-Hill Education.
- Sauve, A., Silva, C., Costa, D., Da Fonseca, D., Givaudan, M., Charvin, I., & Bat-Pitault, F. (2025). Adolescent Girls With Anorexia Nervosa Clinical Profiles in Relation to Their Social Networks Use. *European eating disorders review : the journal of the Eating Disorders Association*, 33(3), 503–510. <https://doi.org/10.1002/erv.3157>
- Seekis, V., & Barker, G. (2022). Does #beauty have a dark side? Testing mediating pathways between engagement with beauty content on social media and cosmetic surgery consideration. *Body image*, 42, 268–275. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.06.013>
- Steinsbekk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B. W., & Skalická, V. (2021). *The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence: A 3-wave community study*. *Computers in Human Behavior*, 114, 106528. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>
- UNICEF. (2025). *Protecting adolescent nutrition and mental health in Latin America and the Caribbean: Addressing obesogenic and sociocultural influences* (Policy Brief). [https://www.unicef.org/lac/media/52926/file/Policy%20Brief\\_Mental%20Health%20and%20Nutrition.pdf](https://www.unicef.org/lac/media/52926/file/Policy%20Brief_Mental%20Health%20and%20Nutrition.pdf)
- Valkenburg, P., Meier, A., & Beyens, I. (2021). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, 44, 58-68. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>

- Vartanian, L. R., Nicholls, K., & Fardouly, J. (2023). Testing the Identity Disruption Model among Adolescents: Pathways Connecting Adverse Childhood Experiences to Body Dissatisfaction. *Journal of youth and adolescence*, 52(1), 134–148. <https://doi.org/10.1007/s10964-022-01683-5>
- Vuong, A. T., Jarman, H. K., Doley, J. R., & McLean, S. A. (2021). Social Media Use and Body Dissatisfaction in Adolescents: The Moderating Role of Thin- and Muscular-Ideal Internalisation. *International journal of environmental research and public health*, 18(24), 13222. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413222>
- Wang, Y., Gu, X., Geng, J., Wei, X. y Lei, L. (2024). Relaciones entre la visualización de selfis en redes sociales, la internalización del ideal de delgadez y la alimentación restringida en adolescentes: El papel amortiguador de la alfabetización mediática. *Ciberpsicología: Revista de Investigación Psicosocial en el Ciberespacio*, 18 (1), Artículo 2. <https://doi.org/10.5817/CP2024-1-2>
- World Health Organization Regional Office for Europe. (2024, September 25). *Teens, screens and mental health*. <https://www.who.int/europe/news-room/25-09-2024-teens--screens-and-mental-health>
- Yurdagül, C., Kircaburun, K., Emirtekin, E., Wang, P., & Griffiths, M. D. (2022). Correction to: Psychopathological consequences related to problematic instagram use among adolescents: The mediating role of body image dissatisfaction and moderating role of gender. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 20(5), 3219–3220. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00154-6>

## Anexo A

### Tabla de descriptores

**Tabla 1.** *Lista de descriptores por cada componente de la pregunta de investigación*

<b>Adolescentes</b>	<b>Redes sociales</b>	<b>Autoconcepto</b>
<b>Adolescentes</b>	“Uso de redes sociales”	Autoconcepto
<b>Juventud</b>	Instagram	“Imagen corporal”
<b>Adolescente</b>	Tiktok	Autoestima
<b>Puber</b>	Facebook	“Identidad personal”
	“Interacción en línea”	Autoimagen
		“Imagen personal”
<b>Adolescents</b>	<b>“Social media”</b>	<b>“Body image”</b>
<b>Adolescence</b>	<b>“Social media use”</b>	<b>“Self- steem”</b>
<b>Youth</b>	<b>Instagram</b>	<b>“Personal identity”</b>
<b>Teenager</b>	<b>Tiktok</b>	<b>“Self- image”</b>
<b>Adolescent</b>	<b>“Online interaction”</b>	<b>“Personal image”</b>
<b>Pubescent</b>		

## Anexo B

### Estrategias de búsqueda de las tres bases de datos

BASE DE DATOS	ESTRATEGIA DE BÚSQUEDA	Nº DE ARTICULOS
PUBMED	<p>((Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent) AND ("Social media" OR "social media use" OR Instagram OR Tiktok OR "Online interaction")) AND ("Body image" OR "Self- steem" OR "Personal identity" OR "self- image" OR "personal image")) NOT ("University students" OR adults OR Child OR Stress OR cyberbullying)            Filters: in the last 5 years, Free full text, Humans, Adolescent: 13-18 years</p>	Resultado: 32 artículos
WEB OF SCIENCE	<p>1) (TI=(Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent) OR AB=(Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent) OR AK=(Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent))            2) (TI=("Social media" OR "social media use" OR Instagram OR Tiktok OR "Online interaction") OR AB=("Social media" OR "social media use" OR Instagram OR Tiktok OR "Online interaction") OR AK=("Social media" OR "social media use" OR Instagram OR Tiktok OR "Online interaction"))            3) (TI=("Body image" OR "Self- steem" OR "Personal identity" OR "self- image" OR "personal image") OR AB=("Body image" OR "Self- steem" OR "Personal identity" OR "self- image" OR "personal image") OR AK=("Body image" OR "Self- steem" OR "Personal identity" OR "self- image" OR "personal image"))</p> <p style="text-align: center;">#1 AND #2 AND #3</p>	Resultado: 60 artículos
SCOPUS	<p>TITLE-ABS-KEY            (adolescentS OR adolescence OR youth OR teenager OR adolescent OR p            ubescent ) AND TITLE-ABS-KEY ( "social media" OR "social media            use" OR Instagram OR tiktok OR "online interaction" ) AND TITLE-ABS-KEY            ( "body image" OR "self-steem" OR "personal identity" OR "self-            image" OR "personal image" ) AND PUBYEAR &gt; 2020 AND PUBYEAR            &lt; 2026 AND ( LIMIT-TO ( OA , "all" ) ) AND ( LIMIT-TO            ( SUBJAREA , "PSYC" ) )</p>	Resultado: 97 artículos
		Resultado: 176 artículos

# PUBMED

PubMed® Search: (((Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent)))

Advanced | Create alert | Create RSS | User Guide

Save | Email | Send to | Sort by: Best match | Display options

MY CUSTOM FILTERS: 32 results | Page 1 of 4

RESULTS BY YEAR: Bar chart showing results from 2020 to 2025. 2025 has the highest number of results.

PUBLICATION DATE:
 

- 1 year
- 5 years
- 10 years
- Custom Range

Filters applied: in the last 5 years, Free full text, Humans, Adolescent: 13-18 years. [Clear all](#)

1  **Social media influencers and adolescents' health: A scoping review of the research field.**  
 Engel E, Gell S, Heiss R, Karsay K.  
 Soc Sci Med. 2024 Jan;340:116387. doi: 10.1016/j.socscimed.2023.116387. Epub 2023 Nov 15.  
 PMID: 38039770 **Free article.**  
**Social media influencers (SMIs)** have become an important source of health information for **adolescents**. ...The reviewed studies identified stricter regulation and improved **social media** and health literacy as important avenues for policy action. L ...

2  **[Social media and cyberbullying in eating disorders].**  
 de Diego Díaz Plaza M, Novalbos Ruiz JP, Rodríguez Martín A, Santi Cano MJ, Belmonte Cortés S.  
 Nutr Hosp. 2022 Aug 26;39(Suppl No2):62-67. doi: 10.20960/nh.04180.

# WEB OF SCIENCE

#1 AND #2 AND #3

+ Add date range | Clear | Search

Query #1  
 (TI=(Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent) OR AB=(Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent) OR AK=(Adolescents OR Adolescence OR Youth OR Teenager OR Adolescent OR Pubescent))

Query #2  
 (TI=("Social media" OR "social media use" OR Instagram OR Tiktok OR "Online interaction") OR AB=("Social media" OR "social media use" OR Instagram OR Tiktok OR "Online interaction") OR AK=("Social media" OR "social media use" OR Instagram OR Tiktok OR "Online interaction"))

Query #3  
 (TI=("Body image" OR "Self- esteem" OR "Personal identity" OR "self- image" OR "personal image") OR AB=("Body image" OR "Self- esteem" OR "Personal identity" OR "self- image" OR "personal image") OR AK=("Body image" OR "Self- esteem" OR "Personal identity" OR "self- image" OR "personal image"))

60 results from Web of Science Core Collection for:

#1 AND #2 AND #3 | Copy query link

+ Add Keywords | Quick add keywords: + positive body image | + body image | + self-objectification | + social media addiction | + tiktok | + body dissatisfaction

Refined By: Open Access: All Open Access X | Research Areas: Psychology or Psychiatry X | Publication Years: 2022 or 2023 or 2024 or 2025 X | Clear all

60 Documents | You may also like... | Analyze Results | Citation Report | Create Alert

Refine results | Export Refine | Search within results... | Sort by: Relevance | 1 of 2

1  **Mitigating Harms of Social Media for Adolescent Body Image and Eating Disorders: A Review** | 9 Citations | 82

Mazurenko CF, Weinstein M-F, D'Arrigo K



Advanced query

```
TITLE-ABS-KEY ( adolescents OR adolescence OR youth OR teenager OR adolescent OR pubescent ) AND TITLE-ABS-KEY ( "social media" OR "social media use" OR Instagram OR tiktok OR "online interaction" ) AND TITLE-ABS-KEY ( "body image" OR "self-esteem" OR "personal identity" OR "self- image" OR "personal image" ) AND PUBYEAR > 2020 AND PUBYEAR < 2026 AND ( LIMIT-
```

- Save search
- Set search alert

Edit in advanced search

Documents **Beta** Preprints Secondary documents

97 documents found

Analyze results

Refine search

Search within results

Filters Clear all

Year

- Range
- Individual

All  Export  Download  Citation overview  More  Show all abstracts Sort by  Date (newest)

Document title	Authors	Source	Year	Citations
Article • Open access <b>Adolescents' reports of parental objectification of others' bodies are associated with their body image and eating behaviors</b>	<a href="#">Tanguay, C., Lavoie, C., Lavigne, G., Carbonneau, N.</a>	<a href="#">BMC Psychology</a> , 13(1), 827	2025	0
<a href="#">Show abstract</a> <a href="#">View at Publisher</a> <a href="#">Related documents</a>				

Article • Open access

Feedback