

**TRABAJO FINAL DE GRADO**

Modalidad: Proyecto de investigación

**Influencia de las redes sociales en la autoestima de los  
adolescentes**

Estudiante: Valentina Romina Millán Landaco C.I 5.090.507-0

Tutor: Prof. Adj. Dr. Pablo López Gómez

Revisor: Prof. Adj. Mag. Carolina Farias

Montevideo, Uruguay 2024

## **Resumen**

Esta investigación busca generar conocimiento sobre la posible influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes que viven en Montevideo. Las redes sociales se han convertido en una parte fundamental, formando parte de la vida cotidiana, utilizada tanto como para socializar como para el entretenimiento. En particular, los adolescentes han crecido inmersos en estas plataformas y considerando que la autoestima se encuentra en proceso de construcción y consolidación durante esta etapa, es pertinente analizar como el uso de estas plataformas podría influenciar en su desarrollo.

Para la consecución de los objetivos se utilizará un diseño metodológico de tipo cualitativo, priorizando las experiencias de los y las adolescentes montevideanos entrevistados. El proceso de recolección y análisis de datos se realizará basándose en el método de la teoría fundamentada. Se espera conocer de qué manera el uso de redes sociales influye en la autoestima de los adolescentes de Montevideo, analizando si el consumo de contenido que presenta estándares difíciles de alcanzar puede afectar en la valoración que cada adolescente hace de sí mismo, así como también los diferentes estilos y modos de uso que los adolescentes emplean en las redes sociales, con el propósito de identificar si existe una diferencia entre el estilo de uso y los niveles de autoestima que los adolescentes presentan. Además, se espera saber si la retroalimentación que se genera en redes tiene impacto en la construcción y consolidación de su autovaloración.

***Palabras Clave:*** Adolescencia, Redes sociales online, Autoestima.

## **Abstract**

The present research project seeks to generate knowledge about the possible influence of the use of social networks on the self-esteem of Montevideo adolescents. Social networks have become a fundamental part of everyday life, used both for socializing and for entertainment. In particular, adolescents have grown up immersed in these platforms and considering that self-esteem is in the process of construction and consolidation during this time, it is pertinent to analyze how the use of these platforms could influence their development.

To achieve the objectives, a qualitative methodological design will be used, prioritizing the experiences of the Montevideo adolescents interviewed. The data collection and analysis process will be carried out based on the Grounded Theory method. It is expected to know how the use of social networks influences the self-esteem of Montevideo adolescents. Focusing on whether the consumption of content that presents standards that are difficult to achieve can affect the assessment that each adolescent makes of themselves. Analyzing the different styles of use that adolescents employ in social networks, with the purpose of identifying if there is a difference between the style of use and the levels of self-esteem that adolescents present. In addition, it is expected to know if the feedback generated in networks has an impact on the construction and consolidation of their self-esteem

***Keywords:*** Self-esteem, Adolescence, Social networks/media.

## Índice

Fundamentación y antecedentes .....	1
El uso de redes sociales en el mundo actual.....	1
Impacto de las redes sociales en la autoestima .....	3
Era digital: La nueva realidad para los adolescentes.....	7
Marco conceptual.....	10
Miradas sobre adolescencia.....	10
Autoestima en la adolescencia .....	11
El rol de las redes en la actualidad. ....	12
Problema de investigación .....	14
Preguntas de investigación.....	14
Objetivos de investigación.....	15
Objetivo general: .....	15
Objetivos específicos: .....	15
Diseño metodológico .....	16
Cronograma de ejecución .....	18
Consideraciones éticas .....	19
Resultados esperados. ....	20
Referencias bibliográficas.....	21

## **Fundamentación y antecedentes**

Para la selección de los antecedentes se utilizaron las siguientes palabras claves en español; redes sociales online, autoestima, adolescencia, influencia/impacto y sus equivalentes en inglés: self-esteem, social media, social networks, adolescence/adolescents, influence. Además, se incluyeron frases como “Influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes”. Se consultaron las bases de datos de los siguientes buscadores: Scielo, Scopus, Redalyc, Google Scholar, Timbó, PubMed, APA PsycNet y ResearchGate.

Como criterios de inclusión se tomaron en cuenta los artículos y estudios con no más de ocho años considerando que se trata de un tema actual, que evoluciona constantemente. Siendo seleccionados en primer lugar aproximadamente 40 artículos y estudios. A nivel general la mayoría de los artículos presentan variables adicionales a la autoestima, como la depresión, ansiedad, trastornos alimenticios, entre otros. por lo que se utilizaron aquellos que se enfocarán de una manera más directa en la influencia de las redes sociales sobre la autoestima general de los adolescentes, descartando aquellos que, no resultaban pertinentes para el tema del presente proyecto. Por lo que, de los seleccionados en primera instancia, finalmente se utilizaron 17 para el presente apartado.

### **El uso de redes sociales en el mundo actual.**

En 2024 se estima que hay aproximadamente 5.000 millones de usuarios activos en redes sociales, provenientes principalmente de Europa, Asia y América (Fernández, 2024). De acuerdo datos brindados por las Naciones Unidas en el presente año, la población mundial asciende a aproximadamente 8.200 millones de personas, por lo que más del 60% de la población mundial utiliza redes sociales. Los dispositivos digitales se han transformado en uno de los principales medios seleccionado por los adolescentes para una de las actividades clave en esta etapa de

desarrollo: la socialización (Unicef, 2020). Con el surgimiento de internet y, en particular, la popularización de los smartphones, el acceso a la red se amplió significativamente entre los jóvenes, facilitando la creación de vínculos a través de los entornos digitales (López & Ramos, 2022). Por esta razón, las redes sociales se han consolidado como uno de los entornos más frecuentados para interactuar socialmente.

Específicamente en Uruguay, según la Encuesta de Usos de Tecnologías de la Información y la Comunicación (2022), el 91% de la población tiene acceso a internet, a su vez el 90% de las personas mayores de 14 años son usuarias de internet, y el 83% lo utiliza diariamente. Uno de los usos más frecuentes de internet es la comunicación a través de redes sociales, siendo WhatsApp la plataforma más utilizada, seguida de Facebook e Instagram donde 9 de cada 10 usuarios son menores de 35 años, por lo que la población que más utiliza este tipo de aplicaciones son jóvenes.

De acuerdo con el informe de UNICEF realizado en conjunto con Plan Ceibal, la Universidad Católica, UNESCO y Agesic titulado "Kids online Uruguay" realizado en 2022, con niños, niñas y adolescentes de 9 a 17 años, el 100% de los encuestados utilizó internet ese mismo día y alguna forma de red social. Dentro de los resultados obtenidos, se pudo observar que la red social más utilizada por niñas, niños y adolescentes es YouTube, con una tasa de uso que alcanza el 95%. Le sigue WhatsApp, utilizada por el 87% de este grupo etario, considerándose como una herramienta esencial para la comunicación hoy en día. En tercer lugar, se encuentra TikTok con un 77% de encuestados que indicaron hacer uso de la plataforma. En cuarto lugar, se encontró CREA, la plataforma que consiste en un espacio virtual creado para que docentes y alumnos tengan comunicación, con el fin de gestionar y compartir contenidos educativos, siendo utilizada por un 72% de niños, niñas y adolescentes. Luego se encuentra Instagram, con un 66% de usuarios pertenecientes a este grupo. Resulta importante comentar que el informe de Unicef menciona la

relevancia de promover competencias digitales para reducir las brechas y desigualdades, con el fin de asegurar que los adolescentes puedan ejercer plenamente sus derechos en el contexto de la era digital.

Se observa que el uso predominante de internet por parte de los adolescentes se centra en las redes sociales, especialmente aquellas cuyo contenido principal es de naturaleza visual, como YouTube, TikTok, Instagram. Estas plataformas se han convertido en espacios de interacción social que atraen la atención de los jóvenes debido a la posibilidad de compartir y consumir imágenes, videos y otros contenidos audiovisuales de manera continua e inmediata. En este contexto, resulta pertinente cuestionarse y analizar no solo la frecuencia y el tipo de contenido que los adolescentes consumen en estas redes sociales, sino también el impacto que dichas interacciones pueden tener en su desarrollo.

El aumento en las interacciones digitales también ha generado ciertas problemáticas como lo es la necesidad de estar siempre conectado, implicando que aquellos que no tienen acceso a estas tecnologías o que eligen desconectarse pueden ser percibidos como ausentes o incluso invisibles en el contexto de la virtualidad (Balaguer, 2017). Esto puede llevar a los adolescentes a experimentar una presión constante por mantenerse presente incluso a la distancia. Por lo que es crucial preguntarnos si este fenómeno al que los adolescentes se encuentran expuestos constantemente tiene algún impacto o influencia en su autoestima.

### **Impacto de las redes sociales en la autoestima**

Con el fin de observar la influencia que las redes sociales han tenido sobre la autoestima de los adolescentes se mencionan a continuación estudios e investigaciones, en donde se han identificado diversos efectos del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes.

Siguiendo la revisión sistemática realizada por Trinidad Fuentes (2024) a nivel internacional se obtuvieron resultados positivos, negativos, mixtos y nulos del uso de redes sociales en la autoestima de los adolescentes, en primer lugar, las investigaciones de Zhang et al. (2023) a través de un diseño transversal, de tipo descriptivo-correlacional sugieren que un mayor uso de las plataformas de redes sociales puede estar asociado con un bienestar psicológico y subjetivo mejorado. Los autores mencionan que la integración de las redes sociales en la vida cotidiana de los estudiantes universitarios, junto con su participación activa en estas plataformas, puede tener un impacto positivo debido a que se observó que estas plataformas les brindan acceso a diversas formas de apoyo social en línea, el cual puede provenir tanto de amigos cercanos como de comunidades más amplias. Este apoyo actúa como un refuerzo positivo, con el potencial de mejorar significativamente su bienestar general.

De manera similar, en su estudio de tipo transversal, Cipolletta et al. (2020) sugieren que las necesidades de pertenencia y autoestima podrían ser satisfechas a través de las interacciones en las redes sociales. Estos resultados indican que no es simplemente el uso de las redes sociales lo que promueve un aumento en la autoestima, sino la retroalimentación positiva que se obtiene de dichas interacciones. Al igual que el estudio anterior comentan que interactuar en línea, ya sea con amigos o personas desconocidas, y recibir apoyo social está relacionado con una mayor autoestima.

Por otra parte, también se encontró una relación negativa entre el uso de redes sociales y la autoestima. Colak et al. (2023) realizaron en Beykent una investigación multidimensional de tipo correlacional donde analizaron la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes, examinando cómo la imagen corporal influye en esta conexión. El estudio encontró una relación negativa entre el uso de redes sociales y la autoestima, mediada por la



imagen corporal. Los autores mencionan que los adolescentes expuestos a "selfies" y fotos retocadas mediante aplicaciones o filtros tienden a desarrollar una percepción insatisfecha de sí mismos, lo que aumenta el descontento con su imagen y afecta su autoestima. Resulta importante mencionar que, aunque la adicción a las redes sociales no está formalmente reconocida en el Manual diagnóstico y estadístico de trastornos mentales (DSM) numerosos autores, entre ellos Colak et al. (2023) la describen como un uso excesivo e incontrolable de estas plataformas digitales. Este concepto se refiere a la dificultad para regular el tiempo y la frecuencia de uso, lo que puede generar consecuencias negativas en diversas áreas de la vida. Actualmente, sigue siendo objeto de estudio y debate, explorando su impacto en la salud mental.

Por su parte Woods y Scott (2016) en su estudio destacan que el uso excesivo de redes sociales está relacionado con problemas como ansiedad, depresión y mala calidad del sueño, los cuales impactan negativamente en la autoestima de los adolescentes. Su investigación de tipo correlacional, realizada en el Reino Unido, tuvo como resultado que el uso intensivo de estas plataformas se asocia significativamente con una disminución de la autoestima, peor calidad del sueño y un aumento en la ansiedad y depresión. Los autores subrayan la importancia de desarrollar intervenciones para contrarrestar estos efectos adversos, derivados de la exposición constante a imágenes idealizadas y la presión de estar permanentemente conectado. En relación con esto Barthorpe et al. (2020) en su estudio de revisión narrativa, en el Reino Unido, examinó la relación entre el tiempo dedicado a las redes sociales y la salud mental de los adolescentes. Los resultados mostraron que un mayor tiempo en redes se asocia con síntomas depresivos, autolesiones y una disminución en la autoestima, especialmente en niñas de entre 13 y 15 años.

Por su parte Farooq et al. (2023), investigaron a través de un estudio correlacional no experimental en Turquía cómo las redes sociales afectan la autoestima de los adolescentes,

centrándose específicamente las plataformas de Instagram y Facebook. Los resultados mostraron que la exposición a representaciones idealizadas de la vida en estas plataformas tiende a conducir a comparaciones negativas, disminuyendo la autoestima de los adolescentes que no se sienten capaces de cumplir con esos estándares. Además, se observó que el uso excesivo de las redes intensifica la presión social y la necesidad de validación a través de "me gusta" y comentarios, exacerbando los efectos negativos en la autoestima. No obstante, los investigadores también señalaron que, si se usan conscientemente, las redes sociales pueden ofrecer oportunidades positivas, como la autoexpresión creativa y la conexión con comunidades de apoyo.

En Latinoamérica también se realizaron estudios con el objetivo de analizar de qué manera las redes sociales influyen en la autoestima de los adolescentes. Un estudio en Argentina realizado por Alcántara y Martín (2021) investigó la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes mediante un enfoque no experimental, transversal y descriptivo. En los resultados de la investigación los autores comentan que las redes sociales funcionan como un espacio donde se refuerzan conceptos de belleza y estatus, logrando que se generen comparaciones constantes. Alcántara y Martín (2021) mencionan que estas plataformas virtuales tienen un impacto significativo en la formación de la identidad y el bienestar emocional de los jóvenes, las cuales pueden impactar en la autoestima de los jóvenes. Elementos como los "me gusta", visualizaciones y comentarios, también denominados interacciones, que se realizan en redes sociales mostraron jugar un papel crucial en cómo los adolescentes perciben su valor personal y autoestima, lo que destaca la importancia de comprender el efecto psicológico de las redes sociales en esta población.

En Lima Aguilar Mont et al (2021) en su estudio mediante un diseño transversal, de tipo descriptivo-correlacional investigaron y también hallaron una relación negativa entre la adicción

a redes sociales y la autoestima. En su estudio llegaron a la conclusión de que a medida que aumenta la adicción en redes, disminuye la autoestima en los adolescentes, y viceversa.

Otros estudios mostraron efectos mixtos dependiendo el uso que cada adolescente le dé a las redes sociales, por ejemplo, Steinsbekk (2021) realizó una investigación longitudinal de 4 años, donde obtuvo como resultado que la participación activa en las redes sociales, como comentar y dar "me gusta", puede tener un impacto positivo en la autoestima de los adolescentes al contribuir a una idealización de su apariencia. Sin embargo, aquellos que no reciben comentarios o señales de visualización pueden experimentar lo contrario, validando negativamente su imagen. Esto puede generar una falta de reconocimiento social y, como resultado, contribuir a una baja autoestima en los adolescentes.

Finalmente, estudios como los de Clemente, R. G., et al (2019) y Ma, C. M. (2022), pertenecientes a la revisión sistemática realizada por Trinidad Fuentes (2024), concluyeron que el uso general de internet y las distintas actividades en línea no mostraron una relación significativa con la autoestima. Así como también Sahagún, M. N., et al (2015) en su estudio epidemiológico de asociación de tipo transversal descriptivo, observaron problemas de autoestima en el 62.7% de los adolescentes encuestados, pero según los autores no se encontró una asociación directa con el uso de redes sociales.

### **Era digital: La nueva realidad para los adolescentes**

La OMS publicó un informe en 2022 en el que se encuestó aproximadamente a 280.000 jóvenes de 11, 13 y 15 años en 44 países y regiones de Europa, Asia Central y Canadá en 2022 con el objetivo de ofrecer una visión general sobre el uso de pantallas y su impacto en la salud mental de los adolescentes. Los resultados revelaron que el 11% de los adolescentes presenta signos de un comportamiento problemático en redes sociales, manifestando dificultades para

controlar su uso y experimentando efectos negativos como consecuencia. Asimismo, los usuarios que presentan este tipo de comportamiento problemático en redes sociales resultaron presentar un menor salud y bienestar mental impactando también en el ámbito social y su autoestima. (OMS, 2022).

Los autores del informe definen el comportamiento problemático como un patrón caracterizado por síntomas que son similares a los de la adicción, en donde los jóvenes presentan cada vez más dificultades para desconectarse de las redes. En este sentido Balaguer (2017), expresa que la conexión a redes sociales y plataformas digitales se ha convertido en un sinónimo de presencia en el mundo contemporáneo. Esta nueva dinámica sugiere que la capacidad de interactuar y participar en el espacio digital es fundamental para ser considerado parte de la sociedad actual. En consecuencia, el no estar conectado puede llevar a una sensación de aislamiento en un mundo donde la interacción digital se encuentra en constante crecimiento, generando que los adolescentes tengan la necesidad de estar constantemente conectados.

En Uruguay, aunque no se cuenta con estudios específicos que analicen de manera directa el impacto de las redes sociales en la autoestima, se puede observar que la salud mental en adolescentes es un tema en constante observación. El Instituto Nacional de la Juventud (INJU) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) publicaron un informe sobre la salud mental y el bienestar psicosocial de los adolescentes en 2022, donde compararon los resultados actuales con informes previos realizados en 2013 y 2018, la pregunta que utilizaron para medir el parámetro de salud mental fue “Durante los últimos 12 meses, ¿alguna vez te sentiste tan triste o desesperado 2 semanas seguidas, o más tiempo, que dejaste de hacer tus actividades habituales?” Se pudo observar que los jóvenes sienten más tristeza y desesperación en la “ola” más reciente, la perteneciente al 2022 (23,4%), comparado a los resultados obtenidos en 2018 (15,1%) y 2013

(10,8%), lo que significa que la salud mental en adolescentes específicamente entre 16 y 19 años ha ido descendiendo entre 2013 y 2022 (Inju-Unicef, 2022).

Teniendo en cuenta la creciente y extendida utilización de internet y de diversas redes sociales entre los jóvenes, resulta importante cuestionarse si el uso de estas plataformas tiene algún impacto o influencia en la salud mental, así como también en la construcción de la autoestima de los adolescentes.

Siguiendo el concepto de Rosenberg (1965), la autoestima se define como la valoración que una persona hace de sí misma, considerando tanto aspectos positivos como negativos y se desarrolla en gran parte a partir de las valoraciones que reciben de su entorno social y familiar de manera diaria, siendo la infancia y la adolescencia momentos críticos para su configuración en diversas áreas, como el rendimiento académico, la imagen física y las interacciones dentro de los ámbitos sociales (Ruiz, P. O., & Vallejos, R. M., 1999).

Mann y Blumberg (2022) mencionan que en la adolescencia suelen darle mucha importancia a buscar aceptación y validación en sus grupos de pares, así como también se da una mayor comparación con los otros. Por lo que, teniendo esto en cuenta y observando los antecedentes previamente mencionados donde Alcántara y Martín (2021) mencionan que las redes sociales se han convertido en una especie de “vitrina” en el que se generan comparaciones constantemente y donde se promueve un entorno en el que los jóvenes se ven continuamente influenciados por ciertos ideales y expectativas sociales difíciles de alcanzar. Se observa que el uso de estas plataformas podría intensificar estas cuestiones esperables en la adolescencia, tanto de comparación como de búsqueda de validación, ocasionando un impacto en su autoestima.

## **Marco conceptual**

El presente apartado tiene como objetivo presentar un marco teórico que permita una mejor comprensión de los aspectos que se abordarán en el proyecto. En este sentido, se expondrán definiciones relacionadas con el concepto de adolescencia y la autoestima durante esta etapa del desarrollo, con el fin de establecer una relación con las redes sociales y analizar cómo esto se traslada en la actualidad a dichas plataformas.

### **Miradas sobre adolescencia**

A lo largo de la historia, el término "adolescencia" ha recibido múltiples definiciones e interpretaciones, La Organización Mundial de la Salud (2019) define a la adolescencia como la etapa de la vida entre la niñez y la edad adulta que las personas transitan desde los 10 años hasta los 19 años. En cuanto a esto, Da Silva (2003) aporta que la adolescencia no puede describirse como un trayecto lineal que se delimita entre la infancia y la adultez, sino más bien, como un periodo de transición que se encuentra caracterizado por las, transformaciones, los conflictos y confusión. Sumado a que no hay un acuerdo unánime respecto al rango de edad que define la adolescencia.

Stanley Hall, quien fue uno de los primeros en introducir el concepto de adolescencia en 1904, indicó que, la adolescencia es el periodo de tiempo donde se efectúa una ruptura significativa con la infancia y mencionó que este periodo se caracteriza por ser especialmente dramático y tormentoso, marcado por múltiples tensiones, donde predominan momentos de inestabilidad, entusiasmo y pasión, en donde el adolescente puede encontrarse en situaciones con tendencias opuestas que lo van moldeando. Siguiendo estos aportes, la adolescencia fue denominada por Erikson (1950) como la etapa del desarrollo en que se manifiestan los problemas de "identidad".

Estas definiciones abordan de manera general cuestiones y aspectos que suceden durante la adolescencia, pero es importante resaltar que cada experiencia es única y subjetiva, y la misma se encuentra influenciada por el momento histórico y social donde se desarrolla. Ramos (2015) sostiene que cada adolescente se caracteriza por un conjunto de rasgos propios, los cuales se van moldeando a través de la interacción entre lo individual y lo social, e interactúan de manera dinámica las categorías de sexo, género, orientación sexual, etnia, edad, nivel económico y cultural, así como también el lugar de origen y la residencia (Ramos, 2015).

Los adolescentes también se encuentran atravesando por un acelerado crecimiento físico, cognoscitivo y psicosocial y este proceso influye en sus sentimientos, pensamientos y en las interacciones que tienen con su entorno (OMS, 2019). Todo esto sucede mientras van definiendo su identidad, generando que no sea una etapa fácil de transitar para los sujetos. A su vez siguiendo los aportes de Ruiz y Vallejos (2019) este proceso de autodefinición se encuentra en gran medida determinado por su autoestima, afectando la forma en la que los adolescentes piensan, sienten, se expresan y también actúan. Por lo que es común que en esta etapa los adolescentes se evalúen constantemente, reflexionen sobre sí mismos y desarrollen su percepción de valor personal (Ruiz y Vallejos, 1999).

### **Autoestima en la adolescencia**

Al hablar de autoestima, resulta relevante incorporar la definición de Rosenberg (1965), quien fue el creador de la escala para medir la autoestima, en donde expresa que la misma se refiere a la percepción que cada persona tiene de su propio valor, tomando en cuenta tanto sus cualidades como sus defectos. Rosenberg (1986) distinguió a su vez entre dos tipos de autoestima, la estable y la fluctuante, la primera refiere a una percepción consistente y duradera del valor personal que cada uno tiene de sí mismo. Las personas con autoestima estable alta pueden enfrentar días

difíciles, pero su valoración general de sí mismas permanece, en líneas generales, positiva y quienes tienen una autoestima estable baja, incluso en situaciones positivas, mantendrán una percepción negativa de sí mismos. En cambio, la autoestima fluctuante, es caracterizada por cambios constantes en la autovaloración de cada sujeto en respuesta a experiencias e interacciones que suceden diariamente. El autor destaca que durante la adolescencia estas fluctuaciones en la autoestima son particularmente intensas haciendo de esta etapa un momento crítico para el desarrollo y consolidación de la autovaloración.

Según Harter (2006) estas fluctuaciones en la autoestima se relacionan también con las experiencias personales que en la adolescencia tienden a tener más valor, entre ellas, dificultades en el ámbito académico, la comparación social, los cambios que se encuentran vinculados a la imagen corporal y los vínculos con sus pares, entre otros. Durante esta etapa de la vida, los jóvenes suelen preocuparse en gran medida por cómo son percibidos por sus pares, especialmente en lo que respecta a su aspecto físico, así como también por ser aceptados dentro de su grupo. Esta búsqueda de validación externa en los adolescentes puede llevar a que se sientan presionados, generando un impacto en su autoestima.

### **El rol de las redes en la actualidad.**

En la actualidad, estas cuestiones se han trasladado al ámbito digital, donde las redes sociales juegan un rol crucial y los adolescentes ya no solo buscan aprobación en su entorno presencial o físico, sino que ahora también en el espacio virtual. En términos generales, el entorno digital refiere al conjunto de plataformas y aplicaciones que permiten la interacción entre individuos y organizaciones a través de medios virtuales. La acelerada evolución tecnológica, junto con el acceso masivo a internet, ha producido transformaciones, generando nuevas dinámicas de comunicación y de conexión (Grupo de Trabajo de Ciudadanía Digital, 2023)



Según Balaguer (2017) la nueva era digital está cambiando ciertos conceptos, como el de presencialidad, intimidad, amistad, y más importante, el de identidad.

Dentro del contexto de las redes sociales, cada individuo tiene la oportunidad de mostrar una imagen seleccionada de sí mismo, e incluso podría mostrar una versión que no se corresponde con la realidad, debido a que las redes sociales permiten crear y moldear identidades. En cuanto a esto Marra e Rosa et al. (2016) expresan que:

Cada usuario, con base en la prerrogativa como quiero que me vean, tiende a exponer rasgos y características de su identidad que considera positivos, utilizando los recursos y dispositivos presentes en las redes para estetizar de esta manera su autopresentación. Consecuentemente, los aspectos negativos tienden a ser ocultados o disimulados cuando se trata de interactuar y de participar en el ambiente online. (p. 315-316).

Estas nuevas dinámicas forman parte de la cotidianidad de los adolescentes, que se encuentran expuestos y haciendo uso de las redes constantemente, resultando pertinente cuestionarse si genera algún efecto o impacto en la valoración que hace cada uno de sí mismo.

## **Problema de investigación**

En la actualidad se observa que las redes sociales han adquirido una gran relevancia en la vida de los adolescentes, y su influencia se encuentra en constante crecimiento, generando un impacto significativo en diversos aspectos del desarrollo de los adolescentes, entre ellos, la autoestima. El constante consumo de contenido que, muchas veces, presenta una versión perfeccionada, idealizada y poco realista de la vida, junto con la búsqueda de validación a través de interacciones sociales virtuales, genera interrogantes sobre cómo esta nueva realidad influye en la construcción y consolidación de la autoestima en los adolescentes, así como en su bienestar general.

Específicamente en Uruguay no se cuenta con estudios que indaguen sobre como el uso de redes sociales impacta en la autoestima de los adolescentes, sin embargo, según encuestas que se han realizado, un número en constante crecimiento de adolescentes y jóvenes uruguayos no experimenta un nivel adecuado de salud mental. Esta situación ha ido empeorando de manera notable en los últimos años, lo que refleja una creciente preocupación (INJU-UNICEF, 2022). Esto sumado al crecimiento del uso de la tecnología, acompañado del acceso generalizado que hay hoy en día a los teléfonos móviles, generan la necesidad de explorar como estas nuevas dinámicas tecnológicas influyen en la valoración que los adolescentes hacen sobre si mismos, logrando de esta forma poder ampliar el campo de investigación en el país.

## **Preguntas de investigación**

El presente proyecto tiene como objetivo intentar dar respuesta a las preguntas que se plantean a continuación, con el fin de conocer la influencia del uso de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes montevideanos. Por lo que la pregunta central de investigación será:

- ¿Cómo se relaciona el uso de las redes sociales con la autoestima de los adolescentes pertenecientes a Montevideo?

Para poder formular una respuesta a esta pregunta, es necesario considerar las siguientes preguntas secundarias que ayudaran a profundizar sobre el tema:

- ¿El contenido visual perfeccionado e idealizado en redes sociales impacta en la forma de verse de cada adolescente? ¿De qué manera?
- ¿Las distintas formas de uso en las redes sociales afectan sobre la autoestima de los adolescentes de manera diferente?
- ¿Juega un rol la retroalimentación y las interacciones dentro de las redes sociales en la construcción/consolidación de la autoestima adolescente?

### **Objetivos de investigación**

#### **Objetivo general:**

- Analizar cómo se relaciona el uso de redes sociales con la autoestima de los adolescentes montevideanos.

#### **Objetivos específicos:**

- Examinar si el contenido visual perfeccionado e idealizado que se observa en redes sociales impacta en la manera en que los adolescentes se perciben a sí mismos.
- Analizar si los diferentes usos que cada adolescente emplea en las redes sociales influyen de manera distinta en su autoestima.
- Evaluar si la retroalimentación y las interacciones en redes sociales, juegan un rol en la construcción y consolidación de la autoestima en adolescentes.

## **Diseño metodológico**

La presente investigación tendrá un enfoque cualitativo, facilitando el acceso a las narrativas y vivencias personales de los sujetos, con el fin de que todas las voces tengan igual relevancia en el estudio (Taylor y Bogdan 1987). Este enfoque resulta pertinente para estudiar como los adolescentes comprenden y experimentan la influencia de las redes sociales en su autoestima, resultando importante para la investigación comprender las experiencias y las subjetividades de cada adolescente, considerando que cada individuo tiene su propia perspectiva. Como expresa Vasilachis de Gialdino (2016):

la investigación cualitativa se interesa, en especial, por la forma en la que el mundo es comprendido, experimentado, producido; por el contexto y por los procesos; por la perspectiva de los participantes, por sus sentidos, por sus significados, por su experiencia, por su conocimiento, por sus relatos (p. 4).

La investigación se realizará mediante la teoría fundamentada, que tiene como objetivo generar una teoría emergente a partir de los datos recolectados en el campo. Este enfoque combina la recolección y el análisis de datos a través de métodos sistemáticos, aplicados de manera rigurosa, para desarrollar una teoría inductiva sobre el área de estudio (De la torre 2016).

Se invitará a adolescentes de 15 a 19 años que residan en Montevideo y utilicen redes sociales a participar en este estudio. La convocatoria se difundirá mediante un formulario compartido en redes sociales, para asegurar que los participantes sean usuarios activos de estas plataformas, donde también se mencionará que en caso de ser seleccionados se los convocara para la realización de una entrevista semiestructurada en profundidad.

Con el objetivo de mantener una muestra heterogénea y poder captar una amplia variedad de perspectivas sobre la relación entre el uso de redes sociales y su impacto en la autoestima se

realizarán preguntas sociodemográficas básicas, incluyendo género, edad y nivel educativo, donde se irán seleccionando estratégicamente hasta completar la saturación teórica.

La recolección de datos se llevará a cabo mediante las entrevistas semiestructuradas en profundidad y los datos serán analizados conforme se vayan obteniendo, lo que permitirá ajustar la recolección y profundizar en las áreas que resulte pertinente. En las entrevistas, el dialogo generado entre preguntas y respuestas, establecerá una comunicación que posibilitará el intercambio de ideas, así como también la creación conjunta de significados sobre el tema abordado (Janesick, 1998). A su vez, en las entrevistas semiestructuradas el entrevistador puede agregar preguntas adicionales con el fin de aclarar conceptos o recopilar más información sobre los temas de interés, según considere necesario (Sampieri et al, 2006)

El análisis de datos se realizará en las tres etapas: codificación abierta, axial y selectiva (Sampieri et al, 2006) continuando las entrevistas y el análisis de estas hasta que se produzca la saturación teórica (De la Torre, 2016) donde finalmente se integrarán los resultados para desarrollar una teoría, basada en la experiencia de los adolescentes, que explique de qué manera las redes sociales influyen en su autoestima.

## Cronograma de ejecución

ACTIVIDADES	MES 1-2	MES 3-4	MES 5-6	MES 7-8	MES 9-10	MES 11-12	MES 13-14	MES 15-16	MES 17-18
Profundización de la lectura conceptual y marco teórico.									
Elaboración de la pauta de entrevistas, hoja de información y consentimiento informado									
Captación de los adolescentes que cumplan con los requisitos preestablecidos.									
Realización de entrevistas en profundidad a los adolescentes.									
Transcripción de las entrevistas en profundidad									
Categorización y posterior análisis de la información.									
Elaboración de informe final con las conclusiones de acuerdo con los resultados obtenidos.									
Devolución a los participantes.									
Difusión de los resultados									

## **Consideraciones éticas**

La presente investigación se llevará a cabo teniendo en cuenta el decreto N°158/019, que establece las normas para la realización de actividades de investigación con seres humanos en Uruguay. Este marco legal tiene como objetivo principal garantizar, en todo momento, la preservación de los derechos humanos de todas las personas involucradas en la investigación, contemplando de igual forma en todo momento la Ley N°18331 de “Protección de Datos Personales y Acción de Habeas Data” garantizando la protección de los datos personales y el anonimato de todos los participantes. El cumplimiento de estas pautas busca asegurar que los participantes sean tratados con respeto, protegiendo su bienestar y asegurando que se respeten sus derechos durante todas las etapas del proyecto (IMPO, 2019).

Asimismo, la presente investigación se guiará por el Código de Ética del Psicólogo (2001), el cual establece dentro del artículo N°62, que los psicólogos, al planificar, llevar a cabo y divulgar sus investigaciones, deben garantizar el respeto a los principios éticos y la dignidad, con el propósito de proteger el bienestar y los derechos de todos los participantes. Por lo que se trabajará tomando en cuenta los principios de, autonomía, brindando previamente el consentimiento informado, por lo que participaran de manera voluntaria, aclarando que, si en algún momento quisieran retirarse, lo pueden hacer sin consecuencias. De igual forma se tendrá en cuenta los principios de beneficencia y no maleficencia, buscando minimizar cualquier posible daño, preparando con antelación mecanismos de respuesta rápidos en caso de que algún participante experimente una situación imprevista. De igual forma se analizarán previamente los riesgos y beneficios que el proyecto puede generar, con el fin de que los beneficios superen ampliamente los riesgos. Por último, se velará en todo momento por el respeto de las personas que participen, respetando sus derechos y bienestar.

## **Resultados esperados.**

Se espera con el presente proyecto conocer de qué manera el uso de redes sociales influye en la autoestima de los adolescentes de Montevideo. En particular se quiere conocer cómo el consumo de contenido que presenta estándares difíciles de alcanzar puede afectar en la valoración que cada adolescente hace de sí mismo. Así como también investigar los diferentes estilos y modos de uso que los adolescentes emplean en las redes sociales, con el propósito de identificar si existe una diferencia entre el estilo de uso y los niveles de autoestima que los adolescentes presentan. Además, se espera saber si la retroalimentación que se genera en redes tiene impacto en la construcción y consolidación de la valoración que cada joven hace de sí mismo.

A través del cumplimiento de los objetivos y las preguntas planteadas en el proyecto se espera poder contribuir a la psicología generando nuevo conocimiento para futuras investigaciones que se quieran enfocar en la influencia que las redes sociales tienen sobre la autoestima de los adolescentes. De igual forma se espera generar insumos para la toma de decisiones de políticas públicas que se interesen por el presente tema.



## Referencias bibliográficas

- Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento. (2022). *Encuesta de usos de tecnologías de la información y la comunicación*. <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/datos-y-estadisticas/estadisticas/encuesta-uso-tecnologias-informacion-comunicacion-2022>
- Aguilar Mont, A. A., Cabrera Taquire, E. R., & Requejo Acosta, K. A. (2021). *Adicción a las redes sociales y autoestima en estudiantes de trece a diecisiete años de edad de una institución educativa de Lima Este* (Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). Repositorio Institucional UPC. <http://hdl.handle.net/10757/670199>
- Alcántara, M. R., & Juan, F. M. (2020). *El uso de las redes sociales y su incidencia en la autoestima de los adolescentes* (Tesis de licenciatura, Universidad de Córdoba). Repositorio Institucional de la Universidad de Córdoba. <http://hdl.handle.net/11086/18169>
- Balaguer, R. (2017). *Vivir en la nube: Adolescencias en tiempos digitales*. Penguin Random House.
- Barthorpe, A., Winstone, L., Mars, B., & Moran, P. (2020). Is social media screen time really associated with poor adolescent mental health? A time use diary study. *Journal of Affective Disorders*, 274, 864–870. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.05.106>
- Boniell-Nissim, M., Marino, C., Galeotti, T., Blinka, L., Ozoliņa, K., Craig, W., Lathi, H., Wong, S., Brown, J., Wilson, M., & Van den Eijnden, R. (2022). *A focus on adolescent social media use and gaming in Europe, central Asia and Canada: Health behaviour in school-aged children international report from the 2021/2022 survey* (Vol. 6). <https://iris.who.int/handle/10665/378982>

- Cipolletta, S., Malighetti, C., Cenedese, C., & Spoto, A. (2020). How can adolescents benefit from the use of social networks? The iGeneration on Instagram. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(19), 6952. <https://doi.org/10.3390/ijerph17196952>
- Clemente, R. G., Laredo, K. M. L., y Garzón, S. T. (2019). *El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente*. *Social Review. International Social Sciences Review/Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 8(3), 197-209. <https://doi.org/10.37467/gka-revsocial.v8.2324>
- 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)
- Da Silva, F. (2003). Adicciones sin drogas. Aspectos preventivos y clínicos. *Boletín Foro, Alcoholismo y otras dependencias*, 41. Montevideo. IIN/OEA.
- De la Torre, G., Di Carlo, E., Florido, A., Opazo, H., Ramírez, C., Rodríguez, P., ... & Tirado, J. (2011). *Teoría fundamentada o grounded theory*. Universidad Autónoma de Madrid.
- Erikson, Erik H. (1950) *Childhood and Society*. Imago. London.
- Farooq, H. O., Farrukh, H., & Khan, Z. (2023). The influence of social media on adolescents' self-esteem. *Qlantic Journal of Social Sciences and Humanities*, 4(3), 173–182. <https://doi.org/10.55737/qjssh.413440589>
- Fernández, R. (2024). Panorama mundial de las redes sociales. *Statista*. <https://es.statista.com/temas/3168/panorama-mundial-de-las-redes-sociales/#topicOverview>

- Fuentes, T. (2024). *Asociación entre el uso de las redes sociales y la autoestima en los adolescentes: Una revisión teórica sistemática* (TFM). Universidad de Alcalá.
- Grupo de Trabajo de Ciudadanía Digital. (2023). *Construyendo ciudadanía en entornos digitales*. Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información y del Conocimiento. <https://www.gub.uy/agencia-gobierno-electronico-sociedad-informacion-conocimiento/comunicacion/publicaciones/construyendo-ciudadania-entornos-digitales-punto-partida/construyendo-4>
- Hall, G. S. (1904). *Adolescencia: Su psicología y sus relaciones con la fisiología, la antropología, la sociología, el sexo, el crimen, la religión y la educación* (Vol. 1). D. Appleton & Company. <https://doi.org/10.1037/10616-000>
- Harter, S. (2006). The development of self-esteem. En *Self-esteem issues and answers: A sourcebook of current perspectives* (pp. 144–150). Psychology Press.
- Janesick, v. (1998). *Stretching: Exercises for qualitative researchers*. Thousand Oaks, CA, EE. UU.: Sage.
- López, P., & Ramos, V. (2022). Impactos dos ambientes digitais nos roteiros sexuais de adolescentes. En M. Stengel, L. Kind, & M. Cardoso (Comps.), *Tecnologias e processos de subjetivação* (pp. 90–110). PUC – Minas.
- Lucio, P. B., Collado, C. F., & Sampieri, R. H. (2006). *Concepción o elección del diseño de investigación*. En *Metodología de la investigación* (4.ª ed., pp. 205). McGraw-Hill.
- Ma, C. M. (2022). Relationships between social networking sites use and self-esteem: The moderating role of gender. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(18), 11462. <https://doi.org/10.3390/ijerph191811462>

- Mann, R. B., & Blumberg, F. (2022). Adolescents and social media: The effects of frequency of use, self-presentation, social comparison, and self-esteem on possible self-imagery. *Acta Psychologica*, 228, Article 103629. <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2022.103629>
- Marra e Rosa, G., Santos, B., Stengel, M., & Freitas, M. (2016). Estetización del self en redes sociales: Contradicciones humanas y producción subjetiva contemporánea. *Revista de Psicología (Lima)*, 34, 313–336.
- Mides/INJU, & UNICEF. (2022). *Situación del bienestar psicosocial y salud mental en adolescentes y jóvenes en Uruguay*. Montevideo. [Bienestar psicosocial salud mental adolescentes Uruguay | Sitio oficial de la República Oriental del Uruguay \(www.gub.uy\)](http://www.gub.uy/bienestar-psicosocial-salud-mental-adolescentes-uruguay)
- Naciones Unidas. (2024). *Noticias ONU*. <https://news.un.org/es/story/2024/07/1531126>
- Organización Mundial de la Salud. (2019). *Salud del adolescente*. [https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab\\_1](https://www.who.int/es/health-topics/adolescent-health#tab=tab_1)
- Ramos Brum, V. (2015). Consideraciones conceptuales: adolescencia, sexualidad y derechos. En A. López Gómez (Ed.), *Adolescencia y sexualidad: Investigación, acciones y política pública en Uruguay (2005–2014)* (pp. 15–29). Facultad de Psicología (UdelaR) y UNFPA.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Rosenberg, M. (1986). Self-concept from middle childhood through adolescence. En J. Suls & A. Greenwald (Eds.), *Psychological perspectives on the self* (Vol. 3, pp. 107–135). Erlbaum.
- Ruiz, P. O., & Vallejos, R. M. (1999). La educación de la autoestima. *Revista de educación*, 320, 335–352. <http://www.redined.mec.es/oai/indexg.php?registro=008200030161>
- Sahagún, M. N., Martínez, B. A., Delgados, E. G., & Salamanca, C. G. (2015). Adicción a redes sociales y su relación con problemas de autoestima en la población de 15 a 19 años en

- población derechohabiente del Instituto Mexicano del Seguro Social. *Revista Médica MD*, 6(4), 285–289.
- 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>
- Taylor, S. J., Bogdan, R., & Piatigorsky, J. (1987). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación* (2.a ed.). Paidós.
- UNICEF. (2018). *Informe Kids Online Uruguay: Niños, niñas y adolescentes conectados*. [https://bibliotecaunicef.uy/opac\\_css/doc\\_num.php?explnum\\_id=188](https://bibliotecaunicef.uy/opac_css/doc_num.php?explnum_id=188)
- UNICEF. (2020). *Redes sociales y adolescentes: Lo que tenés que saber*. <https://www.unicef.org/uruguay/crianza/adolescencia/redes-sociales-y-adolescentes-lo-que-tenes-que-saber>
- Vasilachis de Gialdino, I. (2006). La investigación cualitativa. En I. Vasilachis de Gialdino, F. Veaux, & E. Rickert (Eds.), *More than two: A practical guide to ethical polyamory* (pp. xx-xx). Thorntree Press LLC
- Woods, H. C., & Scott, H. (2016). Sleepyteens: Social media use in adolescence is associated with poor sleep quality, anxiety, depression, and low self-esteem. *Journal of Adolescence*, 51(1), 41–49. <https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2016.05.008>
- Zhang, C., Tang, L., & Liu, Z. (2023). How social media usage affects psychological and subjective well-being: Testing a moderated mediation model. *BMC Psychology*, 11, 1-20. <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01311-2>