



FACULTAD DE PSICOLOGÍA Y CIENCIAS SOCIALES

PERCEPCIÓN DE LA RELACIÓN ENTRE LA COMPARACIÓN SOCIAL EN REDES SOCIALES Y CONSTRUCCIÓN DE LA AUTOESTIMA EN JÓVENES DE 18 A 25 AÑOS

Estudiante: Villarroel Ana Laura

Legajo: 35347

Director/es: Lic. Prof. Maricel Gabriela Calderón

Trabajo Final de Integración para acceder al título de Licenciatura de Psicología

2026

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE OBRAS EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL DE LA UFLO UNIVERSIDAD

RIUFLO - *Repositorio Institucional de la Universidad de Flores* - fue creado para gestionar y mantener una plataforma digital de acceso libre y abierto para la difusión de la creación intelectual de la Universidad de Flores.

El autor cede a la Universidad de forma gratuita pero no exclusiva, los derechos de reproducción, de distribución y de comunicación pública de su obra, a través del RIUFLO. Por lo tanto, la Universidad adopta para los ítems allí depositados la Licencia Creative Commons atribución - no comercial - compartir igual 4-0 internacional y siempre requerirá que se cite la fuente y se reconozca la autoría. De solicitar otras limitaciones, el autor podrá detallarlas en forma expresa o a través de la elección de otro modelo de Licencia.

Autorizo la publicación de la obra:

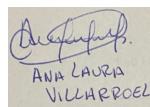
Desde la fecha ☒

Dentro de los 6 meses posteriores a su aceptación []

Otro plazo mayor detallar/justificar:

Lugar y fecha: CABA 18/05/2026

Firma y aclaración del autor: Ana Laura Villarroel



ANA LAURA
VILLARROEL

ÍNDICE

Resumen.....	4
Introducción	5
Definición del problema.....	6
Objetivos	7
Supuestos básicos	7
Estado del arte	9
Marco teórico	16
Método	38
Diseño	38
Participantes	38
Instrumento de recolección de datos	38
Procedimiento	
Utilización del consentimiento informado	40
Resultados	41
Discusión	48
Conclusión	57
Aportes y contribuciones de la investigación	60
Limitaciones de la investigación	62
Líneas de investigación futura	64
Propuesta de intervención	65
Referencias.....	68
Anexos.....	73

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo describir la percepción de los jóvenes de 18 a 25 años sobre los procesos de comparación social en redes sociales y su influencia en la construcción de la autoestima. El estudio se desarrolló desde un enfoque cualitativo, con un alcance descriptivo, orientado a comprender los significados subjetivos que los jóvenes atribuyen a sus vivencias digitales.

La muestra estuvo conformada por 13 jóvenes residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, de entre 18 y 25 años, seleccionados mediante un muestreo no probabilístico. Como instrumento de recolección de datos se utilizó la entrevista semiestructurada

Los resultados evidenciaron que las redes sociales ocupan un lugar central en la vida cotidiana de los participantes y que la mayoría percibe que estas plataformas muestran versiones idealizadas de la realidad. Asimismo, se identificó la presencia frecuente de procesos de comparación social, especialmente vinculados con la apariencia física, los logros personales y los estilos de vida. Estas experiencias se asociaron, en muchos casos, con sentimientos de inseguridad, frustración y disminución de la autoestima, particularmente en momentos de vulnerabilidad emocional. No obstante, algunos participantes señalaron percepciones más reflexivas o motivacionales y describieron estrategias de afrontamiento orientadas a disminuir el impacto emocional de las comparaciones.

En conclusión, la investigación permitió comprender que la relación entre redes sociales, comparación social y autoestima constituye un fenómeno complejo y multidimensional, atravesado por factores subjetivos, emocionales y contextuales propios de la juventud.

Palabras clave: Redes Sociales. Comparación Social. Autoestima. Juventud. Percepción.

INTRODUCCIÓN

Delimitación del objeto de estudio

El presente trabajo tiene como objetivo describir cómo los jóvenes perciben la comparación social en redes sociales digitales y de qué manera perciben su influencia en la construcción de la autoestima. En particular, se busca explorar los significados que los jóvenes atribuyen a las percepciones de comparación social en estos entornos, así como identificar situaciones que son percibidas como influyentes en la valoración personal.

Asimismo, se indagan las emociones, pensamientos y conductas que los participantes asocian a estos procesos de comparación en plataformas digitales. Para ello, se desarrolla un estudio empírico de enfoque cualitativo y alcance descriptivo orientado a comprender las percepciones y experiencias de jóvenes de entre 18 y 25 años residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires en relación con el uso de redes sociales, los procesos de comparación social y su posible impacto en la autoestima.

En relación con el enfoque cualitativo, Hernández Sampieri et al. (2004) señalan que este tipo de metodología resulta pertinente cuando se busca comprender cómo las personas interpretan y otorgan significado a las experiencias que atraviesan en su vida cotidiana, privilegiando sus perspectivas subjetivas y sus modos de construcción de sentido.

Para la recolección de datos se utiliza como instrumento la entrevista semiestructurada, aplicada a una muestra de 13 jóvenes de entre 18 y 25 años residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Este instrumento permite explorar en profundidad las experiencias, percepciones y significados que los participantes atribuyen a la comparación social en redes sociales y a su relación con la construcción de la autoestima.

Planteo del problema

La creciente centralidad que las redes sociales digitales han adquirido en la vida cotidiana de los jóvenes, configurándose como escenarios privilegiados de interacción, exposición y reconocimiento social. En el período comprendido entre los 18 y los 25 años, etapa caracterizada por la consolidación identitaria y la sensibilidad al reconocimiento interpersonal (Arnett, 2000; Harter, 2012), estos entornos digitales pueden ocupar un lugar significativo en la construcción del autoconcepto y la autoestima.

Plataformas como Instagram y TikTok promueven dinámicas de visibilidad constante, circulación de imágenes y narrativas de éxito que favorecen procesos de comparación social frecuentes. Para Festinger (1954), la comparación social constituye un mecanismo mediante el cual los individuos evalúan sus capacidades y atributos personales en relación con otros. Investigaciones recientes han señalado asociaciones entre el uso de redes sociales, los procesos de comparación social y variaciones en la autoestima (Vogel et al., 2014; Chou & Edge, 2012).

En particular, estos estudios han evidenciado que la exposición frecuente a publicaciones que presentan versiones seleccionadas e idealizadas de la vida cotidiana puede favorecer comparaciones sociales ascendentes. Este tipo de comparación, orientada hacia personas percibidas como más exitosas o satisfechas, tiende a asociarse con evaluaciones más negativas de la propia vida y de la propia imagen, lo que puede repercutir en la valoración personal y en los niveles de autoestima.

No obstante, gran parte de estos estudios se han desarrollado desde enfoques cuantitativos centrados en la medición de variables, lo que deja en un segundo plano la exploración de los significados subjetivos que los propios jóvenes atribuyen a sus experiencias digitales. Desde una perspectiva clínica, resulta relevante indagar cómo estos

procesos son vividos, interpretados y articulados con la autovaloración, considerando que la autoestima constituye un componente central del bienestar psicológico y del funcionamiento emocional.

En este marco, el problema de investigación se orienta a comprender: ¿Cómo perciben los jóvenes de 18 a 25 años los procesos de comparación social en redes sociales y qué relación perciben entre estas experiencias y la construcción de su autoestima?

Objetivos

Objetivo general

Describir la percepción de los jóvenes de 18 a 25 años sobre los procesos de comparación social vividos en redes sociales y su influencia en la construcción de la autoestima.

Objetivos específicos

- Especificar las formas de uso y las prácticas cotidianas de redes sociales en jóvenes de 18 a 25 años
- Detallar las percepciones de los jóvenes en relación con los procesos de comparación social en redes sociales digitales
- Identificar los significados que los jóvenes atribuyen a la influencia de las redes sociales en la construcción de su autoestima.
- Caracterizar cómo las interacciones y dinámicas propias de las redes sociales se vinculan con la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos.

Supuestos básicos de investigación

El presente estudio parte del supuesto de que el uso de redes sociales digitales constituye un espacio central de interacción y socialización en la vida cotidiana de los jóvenes de 18 a 25 años, en el cual se despliegan prácticas y dinámicas vinculadas a procesos de comparación social y a la construcción de la autoestima. Se considera que, a partir de la

exposición a imágenes y representaciones idealizadas, los jóvenes realizan comparaciones que pueden influir en la percepción y valoración que elaboran sobre sí mismos. Asimismo, se asume que estas percepciones adquieren significados diversos según las trayectorias personales y los contextos socioculturales, pudiendo asociarse tanto a valoraciones positivas como negativas de la autoestima, en función de los modos de uso y de las interpretaciones subjetivas construidas en la interacción con estos entornos digitales.

ESTADO DEL ARTE

A continuación, se lleva a cabo una exploración de estudios recientes que sirvan de fundamento teórico y metodológico para la presente investigación.

Para comenzar, en Argentina Dulic Battistesa et al. (2023) realizaron un artículo titulado “Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes en el Gran Buenos Aires”, donde evidenciaron una relación inversa entre autoestima y adicción a redes sociales en jóvenes, asociando mayor uso problemático con menor autoestima y malestar subjetivo. La investigación cuantitativa se realizó bajo un diseño no-experimental, de alcance descriptivo-correlacional y temporalidad transversal en la cual participaron 98 adolescentes y 81 adultos jóvenes a quienes se les administró un cuestionario sociodemográfico, la Escala de Autoestima de Rosenberg y el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales. El objetivo de su investigación se basó en evaluar la relación entre la autoestima y la adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires. En los resultados, se encontró una correlación negativa entre autoestima y adicción a las redes sociales y no se hallaron diferencias significativas por género, así como tampoco entre adicción a las redes sociales y las variables sociodemográficas edad, nivel educativo y trabajo actual. No obstante sí se hallaron vínculos significativos entre algunas de las dimensiones de adicción a las redes sociales y las variables frecuencia de uso de dichas redes, malestar personal percibido y amistades no virtuales. En la investigación se concluyó, que en relación a la Autoestima, la misma presentó una asociación positiva con edad y nivel educativo e inversa con frecuencia de uso de redes sociales y malestar personal percibido.

Espinosa Amaya (2024) presentó una investigación titulada “Relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de 15 a 17 años de un colegio en la ciudad de Quito”, realizada en Ecuador. El estudio se centró en entender cómo estas

dinámicas impactan en la percepción de sí mismos de los adolescentes, esencial para su desarrollo de identidad y bienestar emocional. La investigación se realizó bajo un enfoque cuantitativo con un diseño transversal y muestreo aleatorio estratificado para garantizar representatividad en género, edad y otros factores relevantes. Se aplicaron cuestionarios estructurados, incluyendo la Escala de Autoestima de Rosenberg, para evaluar el uso de redes sociales y la autoestima. Los resultados de esta investigación evidenciaron que el uso intensivo de redes sociales puede tener un impacto negativo significativo en la autoestima de los adolescentes. Se concluyó que la exposición constante a estándares idealizados de belleza y vida, junto con la búsqueda de validación a través de "likes" y comentarios, contribuye a una percepción de sí mismos más negativa.

Cuenca (2023) realizó la investigación titulada “Adicción a las redes sociales y la autoestima de los jóvenes universitarios de la ciudad de Paraná, Entre Ríos”, desarrollada en Argentina. El estudio presenta una metodología cuantitativa, de tipo descriptivo correlacional, de corte transversal y de campo. Para la evaluación se utilizan preguntas sociodemográficas (edad y género), el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) propuesto por Ecurra y Salas (2014) y la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965), en la adaptación de Góngora y Casullo (2010), los cuales son autoadministrados de forma online a través de cuestionarios de Google. La investigación cuenta con la participación de 136 estudiantes universitarios de entre 18 y 25 años de distintas universidades públicas y privadas de la ciudad. Los resultados indican la existencia de una relación estadísticamente significativa entre la autoestima y la adicción a las redes sociales, estableciendo una correlación negativa entre ambas variables. Esto implica que, a menor nivel de autoestima, mayor riesgo de desarrollar conductas adictivas hacia las redes sociales, y viceversa. Asimismo, en relación con las dimensiones de la adicción a las redes sociales, se observa una

relación estadísticamente significativa entre la dimensión de uso de las redes sociales y la autoestima, evidenciando nuevamente una correlación inversa entre ambas.

En otra investigación realizada en Ecuador, por Verónica Villarreal (2024) titulado “Relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes”, tuvo como objetivo principal examinar la relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes, considerando factores como la frecuencia de uso, el tipo de actividades realizadas en línea y las percepciones de los jóvenes sobre sus interacciones digitales. En cuanto, a la metodología se utilizó un enfoque cualitativo con diseño hermenéutico-interpretativo, empleando análisis documental y de contenido de materiales disponibles en plataformas digitales. Se aplicó un muestreo teórico hasta alcanzar la saturación teórica, y se realizó triangulación de fuentes y análisis temático para garantizar la validez y confiabilidad. Los resultados evidenciaron una correlación inversa entre el tiempo de uso de redes sociales y los niveles de autoestima en adolescentes. El uso excesivo (más de 4 horas diarias) se asoció con niveles más bajos de autoestima, mientras que un uso moderado (menos de 2 horas) se relaciona con niveles más altos. Se identificaron factores de riesgo como la comparación social, la exposición a ideales de belleza irreales, el ciberacoso y la adicción a redes sociales. Además, se observó una mayor prevalencia de problemas de salud mental y trastornos alimentarios entre usuarios intensivos. Como conclusión en la investigación se menciona, que el impacto de las redes sociales en la autoestima adolescente es complejo, requiriendo estrategias integrales que promuevan un uso consciente y saludable, fortalezcan la resiliencia digital y consideren factores protectores como el apoyo parental y las relaciones sociales fuera de línea.

Mora Naranjo (2023) presentó el trabajo de investigación titulado “Relación entre Redes Sociales, Salud Mental y Autoestima en Adolescentes de Entornos Urbanos en Ecuador”. El objetivo de este estudio fue explorar cómo el uso de redes sociales

influye en la salud mental (ansiedad y depresión) y la autoestima de los adolescentes en Ecuador. Como metodología se utilizó un enfoque cuantitativo, con un diseño correlacional. La muestra estuvo compuesta por 200 adolescentes de entornos urbanos, quienes completaron un cuestionario sobre el uso de redes sociales, su salud mental (medida por el GAD-7 y CDI) y su autoestima (medida por el Rosenberg Self-Esteem Scale). Los resultados evidenciaron que el 70% de los adolescentes usa redes sociales más de 2 horas al día, lo que se asocia con niveles moderados de ansiedad (promedio de 12.4) y depresión (promedio de 11.7). Además, un 60% de los participantes informaron que las comparaciones sociales en redes afectan negativamente su autoestima. Se concluyó que el uso excesivo de redes sociales está relacionado con una mayor incidencia de problemas de salud mental y una disminución de la autoestima en los adolescentes.

Reyes et al. (2021) desarrollaron una investigación titulada “Relación del Uso de Redes Sociales con la Autoestima y la Ansiedad en Estudiantes Universitarios”. El estudio se realizó mediante un diseño comparativo y correlacional. Para la recolección de datos se utilizaron tres instrumentos: el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales elaborado por Salas y Ecurra (2014), compuesto por 24 ítems; la Escala de Autoestima de Rosenberg (1965), integrada por 10 ítems tipo Likert; y la Escala de Ansiedad Manifiesta en Adultos (AMAS-A). La muestra estuvo conformada por 100 estudiantes universitarios, de los cuales 36 fueron hombres y 64 mujeres. Los resultados evidenciaron que la adicción a las redes sociales se relaciona de manera negativa con la autoestima y de forma significativa con los niveles de ansiedad. En este sentido, los estudiantes que presentaron mayor grado de uso problemático de redes sociales manifestaron niveles más elevados de ansiedad y una menor valoración personal.

Bernal Parraga et al. (2025) realizaron la investigación, titulada "El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes". Este estudio analizó el impacto de las

redes sociales en la autopercepción y el bienestar emocional de los jóvenes durante una etapa crítica de desarrollo personal. La metodología fue mixta que combina técnicas cuantitativas y cualitativas, se recopilaban datos de 250 adolescentes de edad de 13 a 18 años, mediante la utilización de cuestionarios estandarizados sobre autoestima, entrevistas semiestructuradas y el análisis del tiempo de uso y contenido en las redes sociales. Los hallazgos cuantitativos evidenciaron una correlación notable entre la utilización intensiva de plataformas digitales como Instagram, TikTok y Snapchat y niveles reducidos de autoestima, particularmente en adolescentes que contrastan sus vidas con las de sus pares o influencers. No obstante, se detectaron efectos beneficiosos en aquellos individuos que emplean las plataformas de redes sociales para sostener vínculos estrechos con amigos y familiares, o participar en comunidades de interés mutuo. La evaluación cualitativa subrayó que los adolescentes con una autoestima más vulnerable enfrentan una presión incrementada para cumplir con los estándares de belleza y éxito social propagados en las redes sociales, mientras que aquellos con una perspectiva más crítica demuestran una mayor resiliencia frente a dichas influencias. En conclusión, este estudio evidenció que la influencia de las redes sociales en la autoestima de los adolescentes es compleja, con efectos tanto positivos como negativos, dependiendo del uso de dichas plataformas y del contexto emocional y social del usuario.

Castro Julio et al. (2023) desarrollaron un estudio titulado “Repercusiones del uso diario de Facebook e Instagram en la autoestima de adolescentes San Onofrinos de 16 a 18 años”. La investigación se llevó a cabo desde un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental y alcance descriptivo, lo que permitió analizar el fenómeno sin manipular variables. La muestra estuvo conformada por 260 adolescentes pertenecientes a una población total de 800 participantes. Para la recolección de datos se utilizó la Escala de Autoestima de Rosenberg, previamente validada en Colombia, con el propósito de evaluar los niveles de autoestima y explorar las preferencias y la intensidad del uso de dichas redes

sociales. Los resultados indicaron que el uso excesivo de Facebook e Instagram podría asociarse con efectos negativos en la autoimagen, el autoconcepto y la autoestima de los adolescentes. Asimismo, se identificó un incremento en el riesgo de dificultades emocionales, problemas en las habilidades sociales, alteraciones en la conducta alimentaria y del sueño, además de la posible coexistencia con otros trastornos psicológicos. Finalmente, las autoras señalan que el estudio puede constituir un antecedente relevante para futuras investigaciones y contribuir a generar mayor conciencia social acerca de las consecuencias del uso intensivo de redes sociales, especialmente en adolescentes que atraviesan un período clave en la construcción de su identidad y autoestima.

Suárez Pineda et al. (2023) presentaron su investigación titulada “Era digital: Cómo las redes sociales moldean la percepción de nuestros cuerpos”, realizada en Colombia. El estudio se desarrolló con la participación de seis jóvenes de entre 18 y 27 años pertenecientes a la Universidad de Ibagué. Para el análisis de la información, las autoras emplearon el software Atlas. Ti, procesando los datos obtenidos mediante entrevistas grupales bajo la modalidad de grupo focal. Asimismo, utilizaron técnicas de codificación para identificar patrones en los discursos de los participantes y representaron los resultados a través de diagramas de Sankey. Los resultados evidenciaron que las redes sociales desempeñan un rol significativo en la construcción de la percepción corporal dentro del contexto digital, influyendo en la autoestima. En particular, se observó que plataformas como Instagram, TikTok, WhatsApp y Facebook tienden a difundir modelos de belleza idealizados, favoreciendo procesos de comparación social. Además, la exposición constante a imágenes corporales y la posible distorsión de la imagen corporal impactaron en la concepción de la belleza entre los participantes. No obstante, también se registraron respuestas diversas, ya que algunos jóvenes adoptaron hábitos saludables en lugar de restringir la alimentación, aunque manifestaron inseguridades vinculadas a su apariencia física.

Torres et al. (2024) realizaron una investigación titulada “La adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de universidades privadas de Lima Metropolitana”, llevada a cabo en Lima, Perú. La presente investigación se realizó bajo un diseño transversal descriptivo-correlacional. La muestra estuvo conformada por 296 estudiantes universitarios, el 65.2 % fueron mujeres y el 34.8 % hombres, con edades entre 18 y 29 años. Se aplicaron el Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales y el Inventario de Autoestima de Stanley Coopersmith. Los resultados revelaron una correlación inversa entre las dimensiones de adicción a redes sociales y los componentes de autoestima. Además, se identificaron diferencias moderadas y grandes según patrón de conexión y según género en la mayoría de las dimensiones. Finalmente, concluyeron que las personas que tienen mayor puntaje en las dimensiones del ARS, suelen estar conectadas por más de seis horas al día. Las mujeres presentan mayor puntaje en las dimensiones de adicción y los varones en las de autoestima.

MARCO TEÓRICO

Juventud como etapa del desarrollo

Según la Organización Mundial de la Salud (2023), la juventud comprende el período etario que va desde los 15 hasta los 24 años. Esta etapa se caracteriza por profundos cambios a nivel físico, cognitivo y psicosocial, los cuales influyen significativamente en la manera en que los individuos perciben la realidad, toman decisiones y se vinculan con su entorno.

Durante este proceso de transición hacia la vida adulta, se consolidan patrones de comportamiento vinculados a diferentes áreas de la vida cotidiana, tales como los hábitos de salud, las relaciones interpersonales y la construcción de proyectos personales, aspectos que se articulan con procesos de exploración, búsqueda de sentido y autodefinición (Erikson, 1968).

Desde la teoría del desarrollo psicosocial, Erikson (1968) sostiene que la juventud constituye una etapa clave en la resolución de la crisis de identidad versus confusión de roles, en la cual los sujetos se enfrentan a la tarea de integrar experiencias previas y expectativas futuras en una narrativa coherente sobre sí mismos.

A partir de estos aportes, Marcia (1980) profundiza el análisis al describir el desarrollo identitario en cuatro estados; logro, moratoria, exclusión y difusión, definidos a partir de la articulación entre los procesos de exploración y compromiso. Esta perspectiva permite comprender que la consolidación de la identidad no es un proceso uniforme ni lineal, sino dinámico y susceptible de variaciones, lo cual resulta especialmente relevante para el análisis de la autoestima, en tanto el grado de definición identitaria alcanzado puede incidir en la estabilidad o vulnerabilidad de la valoración personal (Marcia, 1980).

En esta misma línea, Arnett (2000) introduce el concepto de adultez emergente para referirse al período comprendido entre los 18 y los 25 años, caracterizado por la exploración identitaria, la inestabilidad en distintos ámbitos de la vida y la búsqueda de definiciones

personales y vocacionales. Este momento vital implica transiciones significativas vinculadas al ingreso al mundo laboral, la continuidad de estudios superiores y la construcción de vínculos afectivos más estables, procesos que pueden incidir en la consolidación o reconfiguración del autoconcepto y la autoestima, en tanto el sentido de identidad continúa en proceso de definición (Arnett, 2000).

Desde una perspectiva neuropsicológica, Steinberg (2014) señala que durante la adolescencia tardía y la juventud persiste una asincronía entre la maduración de la corteza prefrontal asociada al control inhibitorio y la toma de decisiones y la elevada activación de los sistemas socioemocionales vinculados a la recompensa y al reconocimiento social. En consonancia Blakemore y Mills (2014) explican que las áreas implicadas en la cognición social continúan desarrollándose durante este periodo, lo que incrementa la sensibilidad frente a situaciones de aceptación y rechazo.

Además de los cambios cognitivos y neurobiológicos, la juventud se caracteriza por una creciente complejidad en los procesos emocionales. Durante este período se desarrollan progresivamente capacidades vinculadas a la regulación emocional, la autorreflexión y la comprensión de estados afectivos propios y ajenos (Steinberg, 2014). Sin embargo, esta mayor sofisticación emocional convive con una elevada sensibilidad frente a la evaluación interpersonal, lo que puede generar oscilaciones en la autovaloración y en la percepción de sí mismo (Blakemore & Mills, 2014). En este sentido, las experiencias de aceptación, reconocimiento o exclusión social adquieren una relevancia particular, ya que contribuyen a la construcción de la identidad y de la autoestima durante esta etapa del ciclo vital (Harter, 2012).

En este marco evolutivo, la búsqueda de autonomía respecto de las figuras parentales se combina con una creciente centralidad de los pares como fuente de validación (Erikson, 1968; Steinberg, 2014). Tal como señala Harter (2012) el autoconcepto y la autoestima se

encuentran estrechamente vinculados a la percepción de competencia personal y al reconocimiento social, dimensiones que adquieren especial relevancia en este período del ciclo vital.

Diversos autores coinciden en que durante la juventud los grupos de pares constituyen una de las principales fuentes de socialización y referencia identitaria (Brown y Larson, 2009). A medida que disminuye la dependencia de las figuras parentales, los jóvenes otorgan mayor relevancia a la aceptación, el reconocimiento y la pertenencia grupal. Este proceso favorece la construcción de habilidades sociales y el desarrollo de la autonomía, aunque también puede incrementar la sensibilidad frente a la evaluación de los demás. Desde esta perspectiva, la valoración recibida por parte de los pares se convierte en un elemento significativo para la configuración de la autoestima y del sentido de pertenencia social (Harter, 2012).

Desde una perspectiva clínica y de la psicopatología del desarrollo, las transiciones evolutivas implican procesos de reorganización identitaria que pueden generar mayor sensibilidad emocional (Cicchetti, 2016). En la juventud, la convergencia entre exploración identitaria (Arnett, 2000), búsqueda de reconocimiento social (Harter, 2012) y procesos neuro evolutivos aún en consolidación (Steinberg, 2014) configura un escenario particularmente permeable a las experiencias de validación y comparación interpersonal.

Diversos estudios en psicología clínica señalan que la autovaloración durante este período puede fluctuar en función de la percepción de aceptación o rechazo social (Gotlib & Hammen, 2009), lo cual resulta relevante al analizar contextos contemporáneos en los que la exposición y la evaluación social adquieren una presencia cotidiana. En este sentido, comprender la juventud como etapa de especial sensibilidad en la construcción de la autoestima permite contextualizar clínicamente las experiencias subjetivas vinculadas al reconocimiento y a la imagen de sí.

Juventud como construcción sociocultural

Más allá de su delimitación etaria, la juventud no puede comprenderse como una categoría homogénea, sino como una construcción social atravesada por condiciones históricas, económicas y culturales específicas (Reguillo, 2012; Urresti, 2013). Desde esta perspectiva, resulta pertinente hablar de juventudes en plural, reconociendo la diversidad de experiencias, trayectorias y posibilidades que atraviesan a los jóvenes en distintos contextos sociales.

Desde una perspectiva sociológica, Bourdieu (1988) plantea que las prácticas sociales y las formas de reconocimiento se encuentran atravesadas por distintos tipos de capital económico, cultural, social y simbólico que condicionan las oportunidades de participación y legitimación dentro de un determinado contexto. En la juventud, estos recursos influyen en las posibilidades de acceso a determinados espacios de pertenencia y en la construcción de la imagen social. En consecuencia, las formas de reconocimiento no dependen exclusivamente de características individuales, sino también de condiciones estructurales que delimitan las maneras en que los sujetos pueden presentarse y ser valorados por otros.

A su vez, Reguillo (2012) menciona que los jóvenes elaboran estrategias simbólicas para posicionarse y ser reconocidos dentro de escenarios sociales frecuentemente marcados por desigualdades. En este sentido, la identidad juvenil no se construye únicamente a partir de procesos individuales, sino en interacción con marcos culturales que otorgan sentido y legitimidad a determinadas formas de ser y mostrarse.

En consonancia con estas perspectivas, Bauman (2007) describe a las sociedades contemporáneas como escenarios de modernidad líquida, caracterizados por la fragilidad de los vínculos y la constante redefinición de las identidades. En contextos atravesados por la incertidumbre y el cambio permanente, la validación social adquiere un carácter transitorio y volátil (Sibilia, 2008), lo que puede intensificar la necesidad de reconocimiento externo.

Por su parte, Giddens (1991) explica que, en la modernidad avanzada la identidad se configura como un proyecto reflexivo, en el cual los sujetos revisan y reformulan continuamente la narrativa sobre sí mismos. En este marco, los entornos digitales amplían y reconfiguran los espacios tradicionales de socialización, ofreciendo nuevas formas de expresión, pertenencia y validación social, particularmente significativas durante la juventud (Boyd, 2014). Desde una perspectiva crítica, Van Dijck (2016) señala que la cultura de la conectividad transforma las lógicas de visibilidad y reconocimiento social, mientras que Turkle (2011) advierte que las tecnologías digitales reconfiguran las modalidades de vínculo y autopresentación.

En el contexto sociocultural contemporáneo, los procesos de validación y reconocimiento no se circunscriben exclusivamente a los espacios presenciales, sino que se amplían hacia entornos digitales que ocupan un lugar central en la vida cotidiana de los jóvenes. Las redes sociales virtuales constituyen escenarios privilegiados de exposición, comparación y construcción de la imagen de sí, donde la visibilidad y la retroalimentación inmediata adquieren un valor simbólico significativo (Boyd, 2014; Van Dijck, 2016).

En una etapa del desarrollo caracterizada por la consolidación identitaria y la sensibilidad al reconocimiento interpersonal (Arnett, 2000; Harter, 2012 y Steinberg, 2014), estos entornos pueden convertirse en espacios particularmente relevantes para la configuración de la autoestima. Desde una perspectiva clínica, resulta pertinente indagar cómo los jóvenes significan sus percepciones en redes sociales y de qué modo estas prácticas se articulan con su autovaloración y autoconcepto.

Redes sociales digitales

De acuerdo con la Real Academia Española (2023), las redes sociales pueden definirse como servicios propios de la sociedad de la información que brindan a los usuarios espacios virtuales de comunicación a través de internet. Estas plataformas permiten la

creación de perfiles que incluyen información personal y favorecen la conformación de comunidades basadas en intereses comunes (Boyd & Ellison, 2007).

En este sentido, Castells (2009) sostiene que la sociedad contemporánea se organiza en torno a lógicas de red, donde la circulación de información y la interconexión digital constituyen formas centrales de organización social. Complementariamente, Van Dijck (2016) advierte que estas plataformas promueven una “cultura de la conectividad”, caracterizada por la cuantificación de la interacción y la visibilidad permanente como formas de capital simbólico. En conjunto, estos aportes permiten comprender que las redes sociales no solo median la comunicación, sino que estructuran nuevas formas de reconocimiento social, donde la interacción se vuelve medible y públicamente observable (Castells, 2009; Van Dijck, 2016).

Desde una perspectiva comunicacional, Boyd y Ellison (2007) destacan que las redes sociales digitales se diferencian de otros espacios virtuales porque permiten hacer visibles las conexiones sociales de los usuarios, facilitando la interacción entre individuos y comunidades. Esta característica transforma las formas tradicionales de sociabilidad, ya que las relaciones interpersonales pueden mantenerse, ampliarse y hacerse observables para una audiencia más extensa.

En consonancia con ello, Livingstone (2008) sostiene que las tecnologías digitales ocupan un lugar cada vez más relevante en la vida cotidiana de los jóvenes, convirtiéndose en espacios donde se desarrollan actividades recreativas, educativas y relacionales. De este modo, las redes sociales no constituyen únicamente herramientas de comunicación, sino entornos sociales donde se construyen experiencias significativas para la vida cotidiana (Boyd & Ellison, 2007; Livingstone, 2008).

Redes sociales como espacios de socialización y participación

Las redes sociales digitales constituyen actualmente uno de los principales espacios de interacción y participación social, especialmente entre los jóvenes. Más allá de su función tecnológica, estas plataformas operan como escenarios donde se construyen vínculos, se intercambian significados y se desarrollan formas de pertenencia social (Boyd, 2014). Desde una perspectiva sociológica, Castells (2009) sostiene que las tecnologías digitales favorecen la emergencia de nuevas formas de sociabilidad basadas en conexiones flexibles y dinámicas, mientras que Boyd (2014) destaca que estos entornos permiten a los jóvenes explorar intereses compartidos y construir comunidades de referencia. En conjunto, estos aportes permiten comprender que la comunicación digital no se limita al intercambio de información, sino que constituye una práctica social que interviene activamente en los procesos de socialización y construcción identitaria.

En este sentido, las redes sociales amplían las posibilidades de interacción al permitir el mantenimiento de vínculos independientemente de las limitaciones espaciales y temporales (Castells, 2009). Esta característica adquiere especial relevancia durante la juventud, etapa en la que las relaciones con los pares constituyen una fuente significativa de apoyo, reconocimiento y pertenencia (Harter, 2012; Steinberg, 2014). De este modo, las prácticas digitales se integran a las experiencias cotidianas de los jóvenes y participan en la construcción de significados acerca de sí mismos y de su entorno social (Boyd, 2014).

Construcción de la identidad en entornos digitales

En este escenario, Plaza (2022) señala que la identidad adquiere una dimensión performativa, en la medida en que los sujetos seleccionan, editan y exhiben determinadas versiones de sí mismos ante una audiencia potencialmente ampliada. Los entornos digitales habilitan procesos de autopresentación mediados por la posibilidad de curaduría identitaria (Turkle, 2011), donde los sujetos no solo interactúan con otros, sino que también elaboran

narrativas sobre sí mismos, seleccionando y exhibiendo determinados aspectos de su vida cotidiana, emociones y logros (Goffman, 1959).

La particularidad de los entornos digitales radica en que la audiencia no siempre resulta claramente delimitada. Boyd (2014) señala que las publicaciones realizadas en redes sociales pueden alcanzar públicos diversos y simultáneos, fenómeno que denomina colapso de contextos. Como consecuencia, los jóvenes deben gestionar la presentación de sí mismos frente a múltiples interlocutores al mismo tiempo, como familiares, amigos, compañeros de estudio o desconocidos, lo que puede incrementar la preocupación por la imagen proyectada y por las reacciones obtenidas.

La juventud es una etapa en la que la identidad se encuentra en proceso de exploración y consolidación (Erikson, 1968). La visibilidad digital no solo amplía los espacios de expresión, sino que también introduce formas constantes de evaluación social. Así, la autopresentación en redes puede convertirse en un escenario donde la búsqueda de reconocimiento y pertenencia se articula con procesos evolutivos propios de esta etapa vital (Marcia, 1980). En este contexto, las plataformas digitales amplían los escenarios tradicionales de socialización e interacción, incorporando espacios de visibilidad donde la imagen, la inmediatez y la posibilidad de ser observado por otros adquieren un valor central en la construcción de la identidad (Sibilia, 2008).

Según Zhao, Grasmuck y Martin (2008), las redes sociales facilitan una construcción identitaria reflexiva, en la que los usuarios presentan versiones idealizadas de sí mismos, en función de las normas y expectativas sociales del entorno digital. En estos espacios, la identidad se presenta como un proceso flexible y en constante redefinición, influido por las interacciones virtuales y por las expectativas sociales (Urresti, 2013).

En este sentido, los indicadores de popularidad como los “me gusta”, comentarios y número de seguidores adquieren un valor simbólico, operando como señales de aceptación

social (Nadkarni & Hofmann, 2012), lo que lleva a que las redes sociales funcionan como territorios simbólicos de pertenencia, reconocimiento y validación (Reguillo, 2012).

Desde el campo de la comunicación, Winocur (2015) señala que las prácticas digitales no deben entenderse como meras extensiones tecnológicas, sino como espacios donde se producen sentidos, afectos y formas de subjetividad.

En conjunto, estos aportes permiten comprender la identidad digital como un proceso relacional, dinámico y contextual, en el que los jóvenes articulan deseos, expectativas y representaciones sociales (Marcia 1980; Turkle, 2011 y Urresti, 2013).

Algoritmos, visibilidad y circulación de contenidos

La experiencia de los usuarios en redes sociales se encuentra mediada por sistemas algorítmicos que seleccionan, jerarquizan y distribuyen los contenidos disponibles. Bucher (2018) señala que los algoritmos participan activamente en la organización de la experiencia digital, determinando qué publicaciones adquieren mayor visibilidad y cuáles permanecen menos expuestas.

Desde esta perspectiva, la interacción en redes sociales no depende únicamente de las decisiones individuales de los usuarios, sino también de mecanismos tecnológicos que condicionan la circulación de la información (Van Dijck, 2016). Como consecuencia, ciertos modelos de éxito, estilos de vida o ideales corporales pueden adquirir una presencia reiterada en la experiencia cotidiana, influyendo en los procesos de percepción y evaluación social (Van Dijck, 2016; Bucher, 2018).

Redes sociales digitales y experiencias subjetivas

Desde el campo de la psicología cultural, Bruner (1996) sostiene que la subjetividad se construye a través de narrativas que los sujetos elaboran sobre sí mismos y sus experiencias. En el contexto de las redes sociales digitales, estas narrativas se ven mediadas

por formatos visuales, discursos breves y lógicas algorítmicas, que influyen en la manera en que los jóvenes relatan, recuerdan y significan sus vivencias cotidianas.

Complementariamente, Turkle (2011) plantea que las tecnologías digitales favorecen nuevas formas de relación con uno mismo y con los otros, caracterizadas por una constante conexión que puede generar tanto sentimientos de cercanía como de soledad. Desde esta perspectiva, las percepciones subjetivas en redes sociales se configuran en una tensión permanente entre la búsqueda de vínculo y el temor al aislamiento (García Canclini, 2015).

En esta misma línea, el autor señala que los entornos digitales constituyen espacios híbridos donde se articulan prácticas culturales, consumos simbólicos y procesos de identificación. En este sentido, las experiencias en redes sociales no pueden desvincularse de los contextos socioeconómicos y culturales en los que los jóvenes se encuentran insertos. En consonancia, Han (2014) advierte que la cultura digital contemporánea promueve una subjetividad orientada al rendimiento, la exposición y la auto explotación, donde se pueden intensificar vivencias de presión subjetiva, autoexigencia y necesidad constante de validación.

Desde una perspectiva clínica y psicosocial, Rosa y Valsiner (2018) destacan que las percepciones subjetivas se construyen en la intersección entre lo individual y lo social. En este sentido, los efectos del uso de tecnologías digitales no derivan únicamente del dispositivo en sí mismo, sino de los significados que los jóvenes construyen en sus interacciones digitales (Livingstone, 2008).

Finalmente, Flick (2015) subraya la importancia de atender a las voces de los propios sujetos para comprender fenómenos complejos como las experiencias digitales. Explorar las narrativas juveniles permite acceder a la diversidad de sentidos, emociones y contradicciones que emergen en la relación cotidiana con las redes sociales.

Diversos estudios señalan que las experiencias en redes sociales digitales se caracterizan por una coexistencia de oportunidades y desafíos para el desarrollo subjetivo. Por un lado, estas plataformas pueden favorecer la comunicación, el mantenimiento de vínculos sociales, la expresión personal y el acceso a diversas fuentes de información (Livingstone, 2008; Boyd, 2014). Por otro, la exposición permanente a contenidos producidos por otros usuarios puede incrementar experiencias de presión social, necesidad de reconocimiento e insatisfacción personal (Turkle, 2011; Han, 2014). En este sentido, los efectos asociados al uso de redes sociales no dependen exclusivamente de las características tecnológicas de las plataformas, sino también de los significados que los sujetos construyen en torno a sus experiencias digitales y de los contextos socioculturales en los que estas se desarrollan (Livingstone, 2008; Rosa & Valsiner, 2018).

Desde esta perspectiva, las redes sociales constituyen espacios de producción de sentidos en los que los jóvenes interpretan, negocian y reconstruyen aspectos vinculados a su identidad y valoración personal (Bruner, 1996; Winocur, 2015). La relevancia que adquieren estos procesos durante la juventud resulta especialmente significativa si se considera que esta etapa se caracteriza por la exploración identitaria, la búsqueda de autonomía y una elevada sensibilidad frente a la evaluación social (Arnett, 2000; Harter, 2012 y Steinberg, 2014). En consecuencia, las interacciones desarrolladas en entornos digitales pueden convertirse en experiencias particularmente influyentes para la forma en que los jóvenes se perciben a sí mismos y valoran sus características personales (Harter, 2012; Blakemore & Mills, 2014).

En este contexto, las redes sociales no solo funcionan como espacios de interacción y comunicación, sino también como escenarios de observación y evaluación interpersonal, donde los usuarios acceden de manera constante a información sobre la apariencia, los logros, los estilos de vida y las experiencias de otras personas (Vogel et al., 2014; Fardouly & Vartanian, 2016). Esta exposición permanente a representaciones frecuentemente

seleccionadas e idealizadas favorece procesos de autoevaluación en relación con otros, otorgando un lugar central a la comparación social como mecanismo de interpretación de la propia realidad (Vogel et al., 2014; Appel et al., 2016). Por ello, comprender los fundamentos teóricos de la comparación social resulta fundamental para analizar la manera en que los jóvenes significan sus experiencias en redes sociales y el posible impacto de estas dinámicas en la construcción de su autoestima (Festinger, 1954; Harter, 2012).

Comparación social en entornos digitales

La comparación social constituye un proceso psicológico mediante el cual las personas evalúan sus capacidades, opiniones y atributos personales en relación con otros. Según la teoría propuesta por Festinger (1954), los individuos tienden a evaluarse a sí mismos en función de otras personas cuando no disponen de criterios objetivos de evaluación. En el contexto de las redes sociales digitales, este proceso se ve intensificado debido a la gran cantidad de información personal disponible y a la presentación selectiva de contenidos, que con frecuencia exhiben versiones idealizadas de la vida cotidiana (Winocur, 2009).

Profundizando los aportes de Festinger (1954), Wood (1989) sostiene que la comparación social cumple diversas funciones psicológicas. Entre ellas se destacan la autoevaluación, orientada a obtener información sobre las propias capacidades y características; la automejora, vinculada a la búsqueda de modelos que permitan alcanzar metas personales; y el auto ensalzamiento, asociado a la necesidad de preservar una valoración positiva de sí mismo. Desde esta perspectiva, las comparaciones no constituyen únicamente una respuesta a la incertidumbre, sino también una estrategia mediante la cual los individuos construyen significados acerca de su identidad y posición social (Wood, 1989).

A partir de la teoría propuesta por Festinger (1954), diversos autores profundizaron el estudio de las distintas direcciones que puede adoptar la comparación social. Entre ellos,

Wills (1981) distingue las comparaciones ascendentes y descendentes, señalando que cada una de ellas puede generar consecuencias diferenciadas sobre la autoestima y el bienestar subjetivo. La comparación social ascendente implica que el individuo se compare con personas percibidas como superiores en habilidades, logros o atributos personales. Si bien esta modalidad puede funcionar como fuente de motivación y promover el crecimiento personal, también puede asociarse con consecuencias emocionales negativas, tales como la disminución de la autoestima, sentimientos de envidia o mayor malestar psicológico, especialmente en contextos de alta exposición social como las redes digitales (Vogel et al., 2014).

En esta misma línea, Wills (1981) profundiza en la comparación social descendente, entendida como aquella en la que el individuo se compara con otros que se encuentran en una situación percibida como menos favorable. Este tipo de comparación puede cumplir una función autorreguladora, ya que contribuye a mejorar el estado de ánimo y fortalecer la autoestima.

No obstante, las personas difieren en su tendencia a compararse con otros. Buunk y Gibbons (2007) introducen el concepto de orientación a la comparación social para referirse al grado en que los individuos prestan atención a la información social disponible y la utilizan como criterio para evaluarse a sí mismos. Aquellos con una mayor orientación a la comparación social suelen mostrar una mayor sensibilidad a las evaluaciones externas y a las diferencias percibidas con otros, lo que puede incrementar el impacto emocional de las experiencias de comparación (Buunk & Gibbons, 2007). Este aspecto adquiere especial relevancia en entornos digitales, donde la disponibilidad constante de información sobre otras personas amplía las oportunidades de comparación interpersonal (Vogel et al., 2014).

A diferencia de los entornos presenciales, las redes sociales exponen a los usuarios a una gran cantidad de información social cuidadosamente seleccionada y frecuentemente

idealizada (Vogel et al., 2014). En consonancia, Appel et al. (2016) sostienen que estas plataformas incrementan la probabilidad de comparación social debido a la accesibilidad constante a información relevante sobre otros. Esta dinámica se articula con la lógica de visibilidad cuantificada descrita por Van Dijck (2016), donde los indicadores numéricos de aprobación refuerzan jerarquías simbólicas explícitas. En este contexto, la combinación entre identidad en proceso de construcción y exposición permanente a estándares idealizados configura un entorno donde la autoevaluación se vuelve constante y públicamente observable (Marcia, 1980).

Diversas investigaciones señalan que las comparaciones en redes sociales suelen centrarse especialmente en la apariencia física, los logros personales y los estilos de vida (Vogel et al., 2014; Fardouly & Vartanian, 2016). La exposición reiterada a imágenes corporales idealizadas, experiencias de éxito o representaciones positivas de la vida cotidiana puede favorecer procesos de autoevaluación que impactan en la percepción de la propia apariencia, el nivel de satisfacción personal y la valoración de las propias capacidades (Fardouly & Vartanian, 2016). En este sentido, las redes sociales amplifican la visibilidad de determinados estándares sociales y culturales que funcionan como referentes para la comparación interpersonal.

Desde una perspectiva crítica, Bauman (2007) advierte que las redes sociales se inscriben en una lógica de vínculos frágiles y reconocimiento efímero, donde la validación depende en gran medida de la visibilidad y la aprobación de los otros. En este marco, la subjetividad juvenil puede verse tensionada por la necesidad de sostener una imagen atractiva y socialmente valorada.

Asimismo, Sibilia (2008) señala que los indicadores de popularidad propios de las redes sociales, como los “me gusta” o la cantidad de seguidores, adquieren un peso significativo en los procesos de autoevaluación y en la percepción del propio valor. De este

modo, las prácticas en redes sociales deben analizarse considerando los sentidos que los sujetos construyen en torno a ellas, así como las emociones, tensiones y contradicciones que emergen en su relación cotidiana con lo digital (Winocur, 2015).

En conjunto, estos aportes permiten comprender que la comparación social constituye un proceso psicológico particularmente relevante en los entornos digitales contemporáneos. La combinación entre visibilidad permanente, acceso constante a información sobre otros usuarios y mecanismos de validación pública amplía las oportunidades de autoevaluación interpersonal (Van Dijck, 2016; Vogel et al., 2014). Durante la juventud, etapa caracterizada por la exploración identitaria y la sensibilidad al reconocimiento social (Arnett, 2000; Harter, 2012 y Steinberg, 2014), estas dinámicas pueden adquirir una especial significación subjetiva. En consecuencia, la comparación social emerge como un proceso clave para comprender la manera en que los jóvenes construyen percepciones sobre sí mismos y elaboran valoraciones acerca de su propia autoestima (Festinger, 1954; Harter, 2012).

Autoestima: conceptualización y perspectivas teóricas

De acuerdo con la Real Academia Española (2024), la autoestima puede entenderse como la apreciación que una persona realiza de sí misma, generalmente asociada a una valoración positiva de su propio valor personal. Este constructo cumple un rol fundamental en el desarrollo individual desde las primeras etapas de la vida, ya que se vincula con la experiencia de sentirse aceptado, reconocido y sostenido por figuras significativas. Dichas experiencias tempranas favorecen la construcción de la confianza y la seguridad personal, aspectos centrales para el bienestar psicológico y el desenvolvimiento subjetivo (Alzate et al., 2023).

Rosenberg (1965) conceptualiza la autoestima como una actitud global positiva o negativa hacia el yo. Su enfoque enfatiza la dimensión evaluativa del autoconcepto,

entendiendo la autoestima como una apreciación general de valía personal más que como la suma de juicios específicos.

En una línea complementaria, Coopersmith (1967) define la autoestima como la evaluación que el individuo realiza y mantiene habitualmente respecto de sí mismo, la cual expresa una actitud de aprobación o desaprobación personal. A diferencia de Rosenberg, Coopersmith (1967) enfatiza el carácter aprendido y relacional de la autoestima, destacando el papel de las vivencias tempranas de aceptación, límites y reconocimiento en su configuración.

Por otro lado, en el enfoque humanista, Maslow (1954) ubica la autoestima dentro de las necesidades de reconocimiento, señalando que el respeto y la confianza, tanto propios como otorgados por los demás, son fundamentales para que el individuo construya una valoración global positiva de sí mismo (Maslow, 1954, como se citó en Lemus, 2023). Rogers (2011) complementa esta visión al considerar la autoestima como una necesidad básica y decisiva en el proceso de toma de decisiones y en el desarrollo de un autoconocimiento profundo.

Por su parte, Harter (2012) introduce una perspectiva evolutiva al señalar que la autoestima no es completamente global ni estable, sino que se organiza en dominios específicos (académico, social, corporal, entre otros) cuya relevancia varía según la etapa del desarrollo. Siguiendo los aportes de esta autora, la valoración global del yo se construye a partir de la percepción de competencia en áreas consideradas significativas, especialmente durante la adolescencia y la juventud, cuando el reconocimiento de los pares adquiere un peso particular (Rosenberg, 1965; Harter, 2012).

Desde una perspectiva integradora, Mruk (2006) propone comprender la autoestima como la combinación entre competencia y valía personal. Desde esta perspectiva, implica no solo sentirse valioso, sino también percibirse eficaz en la interacción con el entorno

(Coopersmith, 1967). La autoestima se compone de dos pilares fundamentales: la confianza en la propia capacidad para afrontar los desafíos de la vida y el sentimiento de merecimiento de felicidad (Branden, 1994).

Desde una perspectiva contemporánea, Crocker y Wolfe (2001) proponen el concepto de autoestima contingente para referirse a aquellas formas de autovaloración que dependen significativamente de la aprobación externa o del desempeño en dominios específicos considerados relevantes por el individuo. Según estos autores, cuando la valoración personal se encuentra excesivamente vinculada a factores externos, como el reconocimiento social, la apariencia física o los logros obtenidos, la autoestima puede volverse más inestable y vulnerable a experiencias de fracaso o rechazo. Esta conceptualización resulta especialmente pertinente para analizar los contextos digitales actuales, donde la visibilidad y la retroalimentación social adquieren un lugar central (Crocker & Wolfe, 2001).

Diferenciación conceptual: autoestima, autoconcepto y autoimagen

El autoconcepto puede definirse como el conjunto organizado y relativamente estable de creencias y representaciones que el individuo construye acerca de sí mismo, abarcando dimensiones físicas, sociales y psicológicas (Fitts, 1971; Bracken, 1992). Desde esta perspectiva estructural, el autoconcepto constituye un sistema cognitivo descriptivo que organiza la información sobre el self. En estrecha relación con este constructo, la autoestima representa la dimensión evaluativa del autoconcepto, en tanto refiere al juicio de valor que el individuo realiza sobre dichas representaciones, es decir, al grado de aceptación o rechazo que experimenta hacia sí mismo (Rosenberg, 1965; Harter, 2012).

La autoimagen, por su parte, alude a la representación subjetiva que el individuo construye acerca de su apariencia y de determinadas características personales, especialmente aquellas vinculadas a la dimensión corporal y social (Fitts, 1971). En este sentido, si bien constituye un componente del autoconcepto, no implica necesariamente una valoración

positiva o negativa, sino que remite a una descripción o percepción de cómo la persona se concibe a sí misma (Harter, 1999).

Autoestima en la juventud

La juventud constituye un período especialmente sensible para el desarrollo y la consolidación de la autoestima, dado que coincide con procesos intensivos de construcción identitaria, búsqueda de autonomía y necesidad de reconocimiento social (Rosenberg, 1965). Desde la teoría del desarrollo psicosocial, Erikson (1968) plantea que la resolución de la crisis de identidad versus confusión de roles implica integrar distintas representaciones del yo en una estructura coherente. En este proceso, la valoración personal se ve influida por la percepción de aceptación y validación por parte del entorno (Harter, 1999).

Profundizando esta línea, Marcia (1980) sostiene que los estados de identidad difusión, moratoria, logro y exclusión implican diferentes niveles de exploración y compromiso, lo cual impacta en la estabilidad del autoconcepto y, consecuentemente, en la autoestima (Erikson, 1968). De este modo, la autoestima juvenil no puede entenderse como un rasgo estático, sino como una dimensión dinámica que fluctúa según el grado de definición identitaria alcanzado (Harter, 2012).

Desde la psicología del desarrollo contemporáneo, Steinberg (2014) señala que durante la adolescencia tardía y la adultez emergente se produce una progresiva maduración cognitiva que permite una mayor autorreflexión y pensamiento abstracto. Sin embargo, esta capacidad reflexiva convive con una elevada sensibilidad a la evaluación social, particularmente por parte de los pares (Harter, 2012). Este desfase entre el desarrollo cognitivo y la reactividad socioemocional puede intensificar la vulnerabilidad de la autoestima frente a experiencias de aceptación o rechazo (Casey, 2008).

En consonancia con esta perspectiva, Blakemore (2018) explica que durante la adolescencia y juventud temprana las regiones cerebrales vinculadas al procesamiento social

y a la recompensa muestran una alta activación frente a señales de aprobación interpersonal. Esto sugiere que la valoración externa adquiere un peso particular en la configuración del autoconcepto y la autoestima en esta etapa vital (Harter, 2012).

Desde un enfoque más centrado en la experiencia subjetiva, la autoestima en la juventud se organiza en torno a dominios específicos que adquieren relevancia contextual, como la apariencia física, la competencia académica o la aceptación social (Harter, 2012). La percepción de discrepancia entre el “yo real” y el “yo ideal” puede generar tensiones (Higgins, 1987) que impactan en la valoración global del sí mismo (Rosenberg, 1965), especialmente en contextos donde ciertos estándares sociales son altamente visibles (Cash, 2004).

Entre los distintos dominios de la autoestima, la apariencia física adquiere una relevancia particular durante la adolescencia y la juventud (Cash, 2004). Diversos estudios señalan que la percepción del propio cuerpo constituye una dimensión significativa de la autovaloración, especialmente en contextos socioculturales donde determinados ideales de belleza poseen una alta visibilidad y legitimidad social (Harter, 2012). En este sentido, la autoestima corporal puede verse influida por procesos de comparación con estándares físicos percibidos como deseables, generando efectos tanto positivos como negativos sobre la percepción de sí mismo (Cash, 2004).

Asimismo, desde una perspectiva sociocultural, la autoestima juvenil se encuentra atravesada por discursos sociales que establecen modelos normativos de éxito, belleza y reconocimiento (Sibilia, 2008). En el marco de la modernidad líquida descrita por Bauman (2007), donde las identidades se tornan más flexibles y transitorias, la construcción del valor personal puede volverse más dependiente de validaciones externas cambiantes. Esta dinámica adquiere particular relevancia en sociedades mediadas por tecnologías digitales, donde la exposición y la comparación social se intensifican.

Desde la teoría sociométrica, Leary (1995) plantea que la autoestima funciona como un indicador subjetivo del grado de aceptación o inclusión social percibida por el individuo. Según esta perspectiva, las fluctuaciones en la autoestima reflejan señales acerca de la posición relacional que ocupa una persona dentro de su grupo social. Durante la juventud, etapa en la que los vínculos con los pares adquieren una importancia central, la percepción de aprobación o rechazo puede ejercer una influencia significativa sobre la valoración de sí mismo (Leary, 1995).

En síntesis, la autoestima en la juventud se configura como un proceso multidimensional que articula desarrollo cognitivo, regulación emocional, reconocimiento social y contexto sociocultural (Harter, 2012). Su carácter dinámico y su sensibilidad a la evaluación externa la convierten en un constructo especialmente relevante para el análisis de los efectos psicológicos asociados al uso de redes sociales digitales (Leary, 1995; Vogel et al., 2014).

Autoestima y validación social en redes sociales digitales

Los entornos digitales han transformado las dinámicas tradicionales de reconocimiento social, introduciendo formas explícitas y cuantificables de validación interpersonal (Van Dijck, 2016). En este contexto, la autoestima entendida como la valoración global de sí mismo (Rosenberg, 1965) puede verse particularmente influida por mecanismos de exposición pública, retroalimentación inmediata y comparación constante (Vogel et al., 2014).

Desde la perspectiva de la comparación social, Festinger (1954) sostiene que los individuos evalúan sus capacidades y atributos en relación con otros, especialmente en situaciones donde no existen criterios objetivos de valoración. Las redes sociales digitales amplifican este proceso al ofrecer acceso permanente a representaciones seleccionadas y, en muchos casos, idealizadas de la vida de los demás (Boyd, 2014). En consecuencia, las

comparaciones ascendentes, entendidas como aquellas dirigidas hacia personas percibidas como superiores en determinados atributos (Wills, 1981), pueden asociarse con una disminución de la autoestima y con mayores niveles de insatisfacción personal en determinados contextos (Vogel et al., 2014).

Vogel et al. (2014) encontraron que la exposición frecuente a perfiles altamente positivos en redes sociales se asocia con menores niveles de autoestima, mediado por procesos de comparación social. En la misma línea Appel et al. (2014) señalan que la naturaleza curada y estratégicamente editada del contenido digital favorece comparaciones poco realistas, intensificando sentimientos de insuficiencia.

Sin embargo, la relación entre redes sociales y autoestima no es lineal ni necesariamente negativa (Odgers & Jensen, 2020). Valkenburg et al. (2006) demostraron que la retroalimentación positiva recibida en plataformas digitales puede fortalecer la autoestima adolescente, especialmente cuando los comentarios y reacciones provienen de pares significativos (Harter, 2012). De este modo, las redes pueden funcionar tanto como espacios de vulnerabilidad como de afirmación identitaria (Boyd, 2014).

Desde una perspectiva del desarrollo, la sensibilidad juvenil a la evaluación social (Steinberg, 2014; Blakemore, 2018) interactúa con la lógica algorítmica de las plataformas, donde la visibilidad y la popularidad se traducen en indicadores numéricos concretos (Van Dijck, 2016) seguidores, “me gusta”, visualizaciones, (Sibilia, 2008). Esta cuantificación del reconocimiento puede convertir la validación en un parámetro medible del valor personal, reforzando la tendencia a vincular autoestima con aprobación externa (Sibilia, 2008).

En el marco de la modernidad líquida planteada por Bauman (2007), donde las identidades se configuran de manera flexible y provisional, las redes sociales pueden intensificar la necesidad de visibilidad constante como forma de sostener el sentido de pertenencia (Leary, 1995). Así, la autoestima juvenil se encuentra atravesada por una tensión

entre la construcción interna del valor personal y su confirmación pública en escenarios digitales (Turkle, 2011).

En síntesis, la autoestima en la juventud puede comprenderse como un proceso multidimensional que articula el desarrollo cognitivo, la regulación emocional y el reconocimiento social (Harter, 2012; Steinberg, 2014). Lejos de constituir un rasgo fijo, se configura de manera dinámica a partir de la interacción entre las características individuales y los contextos socioculturales en los que los sujetos se desarrollan (Erikson, 1968; Bauman, 2007). Los entornos digitales adquieren una relevancia particular en los procesos de construcción del autoconcepto y de valoración personal. En este marco, las redes sociales pueden convertirse en espacios privilegiados donde la autoevaluación se negocia, se reafirma o se tensiona a través de procesos de comparación social y de validación interpersonal (Festinger, 1954; Vogel et al., 2014 y Appel et al., 2016). Desde esta perspectiva, resulta pertinente describir cómo los jóvenes significan sus percepciones en redes sociales y de qué modo estas prácticas se articulan con la construcción de su autoestima en la vida cotidiana (Turkle, 2011; Boyd, 2014).

MÉTODO

Diseño de estudio

Este trabajo se inscribe dentro de un enfoque cualitativo, orientado a comprender los fenómenos a partir de la perspectiva de los participantes, en su contexto natural. Como señalan Hernández Sampieri et al. (2016), el enfoque cualitativo puede concebirse como un conjunto de prácticas interpretativas que hacen el mundo “visible”, lo transforman y lo convierten en una serie de representaciones en forma de observaciones, anotaciones, grabaciones y documentos.

Esta metodología se selecciona cuando el propósito es examinar la manera en que los individuos perciben e interpretan los fenómenos que los rodean, profundizando en sus puntos de vista, interpretaciones y significados (Hernández Sampieri et al., 2016).

Asimismo, se trata de un estudio de alcance descriptivo, ya que busca detallar y caracterizar las percepciones, prácticas y significados que los jóvenes atribuyen al uso de redes sociales en relación con la construcción de su autoestima, sin establecer relaciones causales ni manipulaciones de variables. En este sentido, el trabajo aspira a describir las categorías emergentes del material empírico, articulándolas con el marco teórico construido a partir del rastreo bibliográfico, con el fin de elaborar conclusiones contextualizadas.

En cuanto al corte temporal, el presente estudio es de tipo transversal, dado que la recolección de datos se realizará en un único momento, a través de una entrevista individual por participante, sin contemplar seguimiento posterior.

Participantes y Muestra

La muestra será de tipo no probabilística homogénea, dado que se seleccionarán participantes que comparten características similares en relación con el fenómeno de estudio (Hernández Sampieri et al., 2014). Este tipo de muestreo permite focalizar el análisis en un grupo social específico, favoreciendo la profundización en sus percepciones y significados.

La muestra está conformada por 13 jóvenes de entre 18 y 25 años, de personas de género femenino y masculino, residentes en la Ciudad de Buenos Aires. El número de participantes se definió considerando criterios de saturación teórica y viabilidad del estudio.

Instrumento de recolección de datos

Los datos se obtienen mediante entrevistas semiestructuradas. Según Valles (2007), esta técnica metodológica se configura como un encuentro interactivo entre entrevistador y entrevistado, en el cual se construyen significados en torno a un tema específico. Asimismo, Hernández Sampieri et al. (2014) señalan que las entrevistas semidirigidas se apoyan en una guía de preguntas que permite al entrevistador incorporar interrogantes adicionales para profundizar y precisar la información obtenida

Procedimiento

Para llevar adelante el procedimiento se contacta a jóvenes de ambos sexos con edades comprendidas entre 18 y 25 años, a fin de realizar una entrevista semiestructurada de manera presencial. La participación es voluntaria.

Previo al inicio de cada entrevista, se presenta y explica el consentimiento informado, garantizando el anonimato y la confidencialidad de la información brindada. Se informa a los participantes que sus respuestas se utilizan exclusivamente con fines académicos y de investigación.

Las entrevistas tienen una duración aproximada de 60 minutos, dependiendo de la dinámica de cada encuentro. Con autorización previa de los participantes, las entrevistas son registradas para su posterior transcripción y análisis. Una vez recolectada la información, se procede al análisis de los datos obtenidos.

El análisis de los datos se realiza mediante un enfoque de análisis temático, orientado a la identificación, organización y descripción de categorías emergentes a partir de los discursos de los participantes. En una primera instancia, se lleva a cabo la transcripción

completa de las entrevistas, seguida de una lectura exhaustiva del material. Posteriormente, se procede a la codificación de la información, agrupando los fragmentos relevantes en categorías temáticas en función de los objetivos de la investigación. Finalmente, se realiza una interpretación descriptiva de los datos, articulando las categorías construidas con el marco teórico.

Utilización del consentimiento informado

El Consentimiento Informado (cuyo modelo se adjunta en los anexos) tiene como finalidad invitar a los sujetos a participar voluntariamente en la investigación. Se explica de forma oral el objetivo del estudio y se presenta el formulario para su lectura y firma.

El documento detalla en qué consiste la investigación, garantiza la confidencialidad de los datos y establece que la participación es voluntaria, pudiendo los participantes retirarse en cualquier momento sin consecuencias. Asimismo, se asegura que la información recolectada será utilizada únicamente con fines académicos, resguardando la identidad de los participantes (Losada, 2014).

RESULTADOS

A partir del análisis de las entrevistas realizadas, se organizan los datos en categorías construidas en función de los objetivos específicos del estudio, permitiendo comprender cómo los jóvenes de 18 a 25 años experimentan la comparación social en redes sociales y su relación con la construcción de la autoestima.

En cuanto a los objetivos específicos de la investigación se detallan los siguientes: Especificar las formas de uso y las prácticas cotidianas de redes sociales en jóvenes de 18 a 25 años. Detallar las percepciones de los jóvenes en relación con los procesos de comparación social en redes sociales digitales. Identificar los significados que los jóvenes atribuyen a la influencia de las redes sociales en la construcción de su autoestima y caracterizar cómo las interacciones y dinámicas propias de las redes sociales se vinculan con la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos.

El análisis se orienta a identificar patrones comunes, así como diferencias en las experiencias de los participantes, organizando los resultados en torno a dimensiones vinculadas al uso de redes sociales, las formas de comparación, los factores que la intensifican, las experiencias emocionales asociadas y su impacto en la autoevaluación personal, y estrategias de afrontamiento.

Uso de redes sociales y diversidad de posicionamientos

Los resultados evidencian que, 12 de los 13 entrevistados refieren que las redes sociales ocupan un lugar significativo en la vida cotidiana de los jóvenes, siendo utilizadas de manera frecuente en momentos de ocio, descanso o tiempos muertos.

“Cada vez que tengo un rato libre las utilizo” (Entrevistado 5)

“Las uso en el viaje y antes de dormir” (entrevistado 4)

“Las uso mucho, probablemente en total serán unas 4 horas al día. Las uso normalmente cuando estoy desocupada” (entrevistado 8).

“Durante el día las uso bastante la verdad, puedo estar horas viendo tik tok y no me doy cuenta, Instagram por ejemplo no uso tanto a comparación de la otra, la uso más para charlar” (Entrevistado 2).

“El uso de estas varía dependiendo mis momentos libres, las suelo usar de ocio o para diferentes búsquedas y el tiempo puede variar entre 4/5 min a 20 min.” (Entrevistado 6).

“En cualquier cosa que esté haciendo encuentro lugar para entrar a las redes sociales, ya sea en algún momento mientras trabajo, cuando camino, al estar aburrida, cuando viajo, en los descansos mientras entreno, esperando que me atiendan en algún lugar, antes de irme a dormir. En esta última es donde mayor tiempo le destino al celular” (Entrevistado 12).

Sin embargo, también emergen posicionamientos diferenciales frente al uso de redes. Mientras 12 de los entrevistados refieren un uso intensivo, 1 entrevistado señala no utilizar redes sociales.

“No uso redes” (Entrevistado 9)

Estos resultados evidencian que el uso de redes constituye una práctica ampliamente extendida en la población estudiada.

Representaciones sobre las redes sociales:

En relación con la percepción sobre las redes sociales, 13 de los 13 entrevistados coinciden en que estas plataformas muestran versiones parciales o idealizadas de la realidad.

“Muestran solo los mejores momentos” (Entrevistado 9)

“Son una máscara” (Entrevistado 5)

“Muestran lo mejor de sus vidas” (Entrevistado 6)

“Pienso que nunca muestran la realidad de las personas, sino que muestran la realidad que cada uno quiere mostrar” (Entrevistado 4)

“Creo que es todo muy artificial. Las personas solo muestran lo que quieran que sea mostrado. Además, ayuda el anonimato” (Entrevistado 8)

No obstante, la entrevista introduce una visión más relativa, planteando que el contenido también depende del uso individual y del tipo de interacción con la plataforma.

“Depende del algoritmo y de lo que a cada uno le interesa ver” (Entrevistado 10)

Estas representaciones funcionan como marcos interpretativos que influyen en la forma en que los jóvenes procesan la información y se posicionan frente a la autenticidad de los contenidos.

La comparación social

La comparación social aparece ampliamente presente en el grupo. En este sentido, 10 de los 13 entrevistados evidencian realizar comparaciones, ya sea de manera explícita o implícita, especialmente en relación con el cuerpo, los logros personales y los estilos de vida.

“Surgen al ver publicaciones de viajes o cuerpos” (Entrevistado 5)

“Comparar logros de otras personas” (Entrevistado 4)

“Creo que cuando consumo mucho contenido muy seguido de alguien que me parece lindo físicamente. Principalmente cuando suelo compararme es más que nada por lo físico, no tanto por la personalidad u otros factores” (Entrevistado 8).

“De manera constante, ya que mi contenido principal en las redes sociales es en torno al cuerpo” (Entrevistado 12).

“La mayoría de las veces que me aparecen comparaciones entre personas es en tik tok, de todo tipo. Del cuerpo o la apariencia, la vida que llevan o sus logros” (Entrevistado 2)

Por otro lado, 2 entrevistados refieren no compararse, mientras que 1 no utiliza redes sociales, lo que limita la aparición de este proceso. Esto permite afirmar que la comparación social es un fenómeno predominante, aunque no universal.

“No suelo compararme” (Entrevistado 10)

“No suelo compararme con el otro” (Entrevistado 1)

“No me comparo, porque no uso redes” (Entrevistado 9)

En otros casos, la comparación es reinterpretada como una herramienta de reflexión o evaluación personal:

“Sirve para replantear el estilo de vida” (Entrevistado 6)

“Cuando aprendí a no compararme con el resto, empecé a ser más feliz, ganar más confianza y seguridad” (Entrevistado 1)

Esto evidencia que la comparación social puede adoptar distintos sentidos según la posición subjetiva de cada individuo.

Condiciones que favorecen la comparación social

En relación con los factores que favorecen la comparación social, 8 de los 13 entrevistados señalan que esta se intensifica en momentos de vulnerabilidad emocional.

“Cuando estoy más triste o insegura” (Entrevistado 5)

“Cuando uno no atraviesa un buen momento” (Entrevistado 4)

“Cuando no estoy bien conmigo misma, cuando como mal, no entreno o cuando por más que haga las cosas “bien” no me siento conforme con lo que veo en el espejo” (Entrevistado 12)

“Considero que las comparaciones aparecen con mayor frecuencia cuando estoy más angustiada o insegura de mí misma” (Entrevistado 9)

Asimismo, 5 entrevistados identifican un tipo de contenido específico que actúa como disparador, particularmente aquellos vinculados a la apariencia física o a logros personales.

“Cambios físicos... cuerpos que me gustaría tener” (Entrevistado 2)

Estos hallazgos sugieren que la comparación social se configura a partir de la interacción entre factores subjetivos y contextuales.

Vivencias emocionales: malestar y motivación

Las emociones asociadas a la comparación social presentan una marcada variabilidad, 7 de los 13 entrevistados refieren emociones negativas asociadas a la comparación, tales como: frustración, angustia e inseguridad.

“Frustración... no estar a la altura” (Entrevistado 5)

“Me hace sentir peor conmigo misma” (Entrevistado 8)

En 1 entrevista se observa que dichas vivencias se acompañan de pensamientos centrados en la falta o insuficiencia: *“Me falta algo”* (Entrevistado 5)

Sin embargo, 3 participantes indican que no experimentan un impacto negativo significativo, mientras que 1 no presenta impacto debido a la ausencia de uso de redes sociales.

“No me hace sentir mejor o peor, sino reflexionar” (Entrevistado 6)

“Muchas veces te ayuda a mejorar ya que te hace ver cosas que en tu vida cotidiana no puedes ver pero, con una mirada objetiva gracias a una comparación, se puedes ver”
(Entrevistado 4)

Asimismo, 3 entrevistados destacan efectos positivos, vinculados a la motivación o mejora personal.

“Es una comparación sana, para siempre tratar de superarme” (Entrevistado 13)

“Me gustaría superarme para poder hacer ese tipo de actividades” (Entrevistado 11)

Esto sugiere que la relación entre comparación social y autoestima es compleja y no lineal.

Impacto en la autoestima: efectos diferenciales

En relación con la autoestima, 8 de los 13 entrevistados evidencian que la comparación social puede influir en la valoración personal, especialmente cuando se orienta hacia aspectos corporales o logros percibidos como relevantes.

“Afecta directamente la valoración personal” (Entrevistado 5)

“Me baja la autoestima” (Entrevistado 8)

“ En cuanto a seguridad personal, al ser algo físico principalmente, me genera mucha inseguridad” (Entrevistado 12)

“ Al estar todo el día comparándome no tenía seguridad ni confianza en mí misma”
(Entrevistado 2)

En estos casos, se observa una tendencia a focalizar en aspectos percibidos como deficitarios, lo que impacta en la autoconfianza.

No obstante, este impacto no es uniforme, 3 entrevistados refieren no experimentar efectos significativos:

“No me influyen en nada” (Entrevistado 10)

“En mi caso no es algo que me preocupe o me influya” (Entrevistado 11)

1 entrevistado señala que la comparación puede incluso funcionar como un estímulo para el crecimiento personal:

“Te ayuda a mejorar” (Entrevistado 4)

Estos resultados muestran que la relación entre comparación social y autoestima es compleja, dinámica y mediada por factores individuales.

Estrategias de afrontamiento y regulación

Frente a la comparación social, 9 de los 13 entrevistados refieren utilizar estrategias cognitivas para regular su impacto. Una de las más frecuentes consiste en cuestionar la veracidad de los contenidos:

“Las redes no muestran la realidad” (Todos los entrevistados)

También se identifican estrategias cognitivas orientadas a relativizar la comparación:

“Cada uno tiene sus tiempos” (Entrevistado 4)

“Lo superó rápido y trato de no pensar en eso, más que nada porque me di cuenta que no llegó a nada comparándome” (Entrevistado 2)

Asimismo, aparecen recursos vinculares como forma de afrontamiento:

“Se lo cuento a mi pareja” (Entrevistado 8)

“Cuando aparecen las hablo con mi mamá” (Entrevistado2)

“ Si es algo reiterativo, lo hablo en terapia” (Entrevistado7)

En otros casos, se observa un proceso de aprendizaje a lo largo del tiempo que permite disminuir la intensidad del impacto emocional:

“Aprendí a manejarlo mejor” (Entrevistado 2)

Estas estrategias evidencian intentos de sostener una valoración más autónoma de sí mismo frente a las demandas del entorno digital.

DISCUSIÓN

El presente estudio tiene como objetivo describir cómo los jóvenes de 18 a 25 años perciben los procesos de comparación social en redes sociales digitales y de qué manera estos se vinculan con la construcción de la autoestima. Desde un enfoque cualitativo, se busca comprender los significados subjetivos que los participantes atribuyen a sus vivencias en estos entornos, atendiendo a las emociones, pensamientos y prácticas asociadas a dichos procesos.

A partir del análisis de las entrevistas realizadas, es posible identificar distintos sentidos atribuidos al uso de redes sociales, a las experiencias de comparación social y a su relación con la valoración personal. Los resultados obtenidos permiten comprender que las redes sociales ocupan un lugar significativo en la vida cotidiana de los participantes y que las experiencias de comparación social se presentan de manera frecuente, aunque con efectos diversos según las características subjetivas, emocionales y contextuales de cada joven.

Los resultados obtenidos evidencian que las redes sociales ocupan un lugar significativo en la vida cotidiana de la mayoría de los participantes, quienes refieren utilizarlas de manera frecuente durante momentos de ocio, descanso, viajes o tiempos libres. En varios relatos aparece la percepción de un uso prolongado y naturalizado, incorporado de forma constante en la rutina diaria. Estos hallazgos coinciden con lo planteado por Mora Naranjo (2023), quien identifica que una gran proporción de adolescentes utiliza las redes sociales durante más de dos horas diarias, asociándose este uso intensivo con indicadores de malestar emocional y menor autoestima. Del mismo modo, los resultados dialogan con la investigación desarrollada por Torres et al. (2024), donde se observa que los estudiantes universitarios con mayores niveles de adicción a redes sociales permanecían conectados durante más de seis horas al día.

En consonancia con dichos antecedentes, en la presente investigación varios participantes refieren utilizar redes sociales durante gran parte del día, describiendo incluso dificultades para registrar el tiempo de uso. Expresiones como “puedo estar horas viendo TikTok y no me doy cuenta” o “cada vez que tengo un rato libre las utilizo” permiten observar que las redes sociales aparecen incorporadas de manera naturalizada a la vida cotidiana. En este sentido, las plataformas digitales no solo funcionan como espacios de entretenimiento, sino también como escenarios permanentes de interacción, observación y consumo de información social.

Asimismo, los resultados permiten pensar que el uso frecuente de redes sociales se encuentra profundamente integrado a la organización cotidiana de los jóvenes. Las entrevistas muestran que las plataformas son utilizadas en múltiples momentos del día: durante viajes, tiempos de espera, pausas laborales, entrenamientos o antes de dormir. Esto evidencia una presencia continua de los entornos digitales en la experiencia diaria de los participantes.

En este punto, los resultados dialogan con Dulic Battistesa et al. (2023), quienes identifican asociaciones entre mayor frecuencia de uso de redes sociales y mayores niveles de malestar subjetivo. Si bien el presente estudio no tuvo como objetivo medir niveles de adicción o dependencia, las narrativas de algunos participantes permiten inferir cierta dificultad para establecer límites claros respecto del tiempo de conexión. Esto resulta relevante debido a que la exposición prolongada a contenidos digitales aumenta las oportunidades de comparación social y de autoevaluación constante.

Sin embargo, resulta importante destacar que los hallazgos de esta investigación también evidencian diferencias en las formas de posicionarse frente a las redes sociales. Mientras la mayoría de los entrevistados refiere un uso intensivo, uno de los participantes manifiesta no utilizar redes sociales, lo cual introduce una experiencia diferencial dentro del grupo estudiado. Asimismo, algunos jóvenes describen un uso más reflexivo o regulado, lo

que permite pensar que las experiencias digitales no son homogéneas ni producen efectos idénticos en todos los sujetos.

En este sentido, los resultados coinciden con Bernal Parraga et al. (2025), quienes sostienen que el impacto de las redes sociales sobre la autoestima depende no solo de la frecuencia de uso, sino también de factores emocionales, sociales y subjetivos vinculados a la manera en que cada joven se relaciona con estos entornos digitales. Desde esta perspectiva, el uso de redes sociales no puede comprenderse únicamente en términos cuantitativos, sino también a partir de los significados que los sujetos construyen sobre sus vivencias cotidianas en dichos espacios.

Por otro lado, uno de los hallazgos más significativos se refiere a las representaciones que los jóvenes construyen acerca de las redes sociales. La mayoría de los participantes expresó que las plataformas digitales muestran versiones parciales, seleccionadas o idealizadas de la realidad. Expresiones como “muestran solo los mejores momentos”, “es todo muy artificial” o “son una máscara” evidencian una percepción crítica respecto de los contenidos que circulan en redes sociales.

Estos resultados coinciden con las investigaciones desarrolladas por Espinosa Amaya (2024), Villarreal (2024) y Suárez Pineda et al. (2023), quienes encontraron que los jóvenes perciben que las redes sociales promueven estándares idealizados de belleza, éxito y estilos de vida difíciles de alcanzar. Particularmente, Espinosa Amaya (2024) concluye que la exposición constante a imágenes idealizadas favorece percepciones negativas sobre sí mismos, especialmente en adolescentes que buscan validación a través de “likes” y comentarios.

Sin embargo, uno de los aspectos más relevantes identificados en esta investigación es que, aun reconociendo el carácter artificial o editado de los contenidos, los participantes continuaban experimentando procesos de comparación social y malestar emocional asociado

a ellos. Este hallazgo resulta especialmente significativo porque permite pensar que la conciencia crítica respecto del funcionamiento de las redes sociales no necesariamente disminuye el impacto subjetivo de dichas experiencias.

En este sentido, puede observarse una tensión entre el reconocimiento racional de la artificialidad de los contenidos y las emociones que emergen frente a ellos. Aunque los jóvenes identifican que las publicaciones suelen mostrar únicamente aspectos positivos o idealizados de la vida cotidiana, igualmente experimentan sentimientos de inseguridad, insuficiencia o frustración al compararse con otros usuarios. Esto amplía los hallazgos de investigaciones previas, ya que muestra que el conocimiento acerca de la falta de realismo de los contenidos no funciona necesariamente como un factor protector frente a la comparación social.

Respecto a los procesos de comparación social en redes sociales digitales, los resultados evidencian que la mayoría de los participantes experimenta comparaciones frecuentes, especialmente vinculadas con la apariencia física, los logros personales y los estilos de vida. Expresiones como “comparar logros de otras personas”, “cuando veo cuerpos que me gustaría tener” o “la vida que llevan o sus logros” evidencian que las redes sociales constituyen espacios donde los jóvenes evalúan distintos aspectos de sí mismos a partir de aquello que observan en los demás.

Estos resultados coinciden con las investigaciones desarrolladas por Suárez Pineda et al. (2023), Espinosa Amaya (2024), Villarreal (2024) y Bernal Parraga et al. (2025), quienes identifican que las redes sociales favorecen procesos de comparación social debido a la exposición constante a imágenes idealizadas y representaciones selectivas de la vida cotidiana.

Particularmente, Suárez Pineda et al. (2023) señalan que plataformas como Instagram y TikTok influyen significativamente en la percepción corporal de los jóvenes, favoreciendo

inseguridades vinculadas a la apariencia física. En consonancia con dichos hallazgos, en la presente investigación las comparaciones asociadas al cuerpo y a la imagen personal aparecen de manera reiterada en los discursos de los participantes.

Diversos entrevistados manifiestan compararse principalmente con cuerpos considerados más atractivos, rutinas de entrenamiento, hábitos alimenticios o estilos de vida observados en redes sociales. Esto permite pensar que la exposición constante a determinados modelos corporales puede influir en la manera en que los jóvenes evalúan su propia imagen y construyen percepciones acerca de sí mismos.

Asimismo, los resultados muestran que las comparaciones sociales no se producen únicamente en relación con la apariencia física, sino también respecto de logros académicos, laborales, económicos y experiencias personales. Los participantes señalaron compararse con viajes, estilos de vida, relaciones afectivas o metas alcanzadas por otros usuarios. Este aspecto resulta relevante porque permite ampliar algunos antecedentes centrados principalmente en la imagen corporal, mostrando que la comparación social en redes sociales atraviesa múltiples dimensiones de la experiencia cotidiana.

En este sentido, los hallazgos obtenidos coinciden con Bernal Parraga et al. (2025), quienes identificaron que muchos adolescentes comparaban sus vidas con las de otros usuarios o influencers, experimentando presión frente a estándares de éxito y reconocimiento social difundidos en redes sociales. Del mismo modo, Villarreal (2024) encontró que la comparación social constituía uno de los principales factores de riesgo asociados a niveles bajos de autoestima y malestar emocional.

Otro aspecto relevante identificado en la presente investigación refiere a las condiciones subjetivas que favorecen la intensificación de la comparación social. Diversos participantes señalaron que las comparaciones aparecían con mayor frecuencia en momentos de tristeza, inseguridad, angustia o disconformidad personal. Expresiones como “cuando

estoy más triste o insegura” o “cuando no estoy bien conmigo misma” permiten observar que las experiencias emocionales previas influyen significativamente en la manera en que los jóvenes se posicionan frente a los contenidos digitales.

Estos hallazgos coinciden parcialmente con Bernal Parraga et al. (2025), quienes mencionan que los adolescentes con autoestima más vulnerable experimentaban una mayor presión frente a los estándares difundidos en redes sociales. Asimismo, Villarreal (2024) identifica que la exposición prolongada a contenidos idealizados se asociaba con mayores dificultades emocionales, especialmente en jóvenes con menor bienestar subjetivo.

En este sentido, los resultados del presente estudio permiten pensar que las redes sociales no afectan de igual manera a todos los sujetos, sino que su impacto se encuentra mediado por factores emocionales y subjetivos previos. Las comparaciones sociales parecen adquirir mayor intensidad cuando los jóvenes atraviesan momentos de mayor vulnerabilidad emocional o inseguridad personal.

En relación a los significados que los jóvenes atribuyen a la influencia de las redes sociales en la construcción de la autoestima, los resultados evidencian que gran parte de los participantes percibe efectos negativos asociados a la comparación social. Entre las emociones mencionadas con mayor frecuencia aparecieron frustración, angustia, inseguridad, sentimientos de insuficiencia y disminución de la autoconfianza.

Estos hallazgos coinciden con las investigaciones desarrolladas por Mora Naranjo (2023), Reyes et al. (2021), Castro Julio et al. (2023), Cuenca (2023) y Dulic Battistesa et al. (2023), quienes encontraron relaciones significativas entre uso problemático de redes sociales, menor autoestima y malestar psicológico.

Particularmente, Mora Naranjo (2023) observó que un 60% de los participantes percibía que las comparaciones sociales afectan negativamente su autoestima, mientras que

Reyes et al. (2021) identificaron que un mayor grado de adicción a redes sociales se asociaba con menor valoración personal y mayores niveles de ansiedad.

En consonancia con estos antecedentes, varios participantes de la presente investigación describieron que la comparación constante con otras personas impacta negativamente en su seguridad personal y en la percepción de sí mismos. Expresiones como “me baja la autoestima”, “me hace sentir peor conmigo misma” o “afecta directamente la valoración personal” evidencian experiencias subjetivas de malestar vinculadas a la autoevaluación negativa.

Asimismo, algunos entrevistados describieron pensamientos centrados en la falta o en la insuficiencia personal, señalando sentir que “les falta algo” al compararse con otros usuarios. Este aspecto resulta relevante porque muestra cómo las redes sociales pueden favorecer procesos de autoevaluación permanente basados en estándares difíciles de alcanzar.

En relación con ello, los resultados coinciden con Castro Julio et al. (2023), quienes identificaron que el uso excesivo de facebook e instagram podía asociarse con efectos negativos en la autoimagen, el autoconcepto y la autoestima de los adolescentes. Del mismo modo, Suárez Pineda et al. (2023) encontraron que la exposición constante a imágenes corporales idealizadas impacta negativamente en la percepción corporal y favorecía inseguridades relacionadas con la apariencia física.

Sin embargo, los resultados también evidenciaron que la relación entre redes sociales y autoestima no se presenta de manera homogénea ni exclusivamente negativa. Algunos participantes señalaron que las comparaciones podrían funcionar como una fuente de motivación, reflexión o crecimiento personal. En este sentido, ciertos jóvenes describieron las comparaciones como “sanas” o vinculadas al deseo de superación personal.

Este aspecto coincide con los hallazgos de Bernal Parraga et al. (2025), quienes identificaron que las redes sociales también podrían generar efectos positivos cuando eran

utilizadas para sostener vínculos significativos, compartir intereses o promover hábitos considerados saludables. Asimismo, Villarreal (2024) concluyó que el impacto de las redes sociales sobre la autoestima resulta complejo y depende de múltiples factores emocionales, sociales y contextuales.

En este sentido, los resultados obtenidos permiten problematizar perspectivas simplificadoras o lineales sobre los efectos de las redes sociales, mostrando que las experiencias subjetivas de los jóvenes presentan matices y diferencias individuales. Mientras algunos participantes experimentaron altos niveles de inseguridad y malestar, otros manifestaban una posición más crítica o reflexiva frente a las dinámicas digitales.

Esto permite pensar que las experiencias de comparación social no dependen exclusivamente del contenido consumido, sino también de la manera en que cada sujeto interpreta y significa dichas experiencias. Factores como la autoestima previa, la capacidad de regulación emocional, la presencia de vínculos significativos y el desarrollo de una mirada crítica parecen influir en el modo en que los jóvenes experimentan las redes sociales.

Finalmente, en relación a las interacciones y dinámicas propias de las redes sociales y cómo se vinculan con la percepción que los jóvenes tienen de sí mismos, los resultados permitieron identificar distintas estrategias de afrontamiento y regulación emocional frente a las experiencias de comparación social.

Entre las estrategias mencionadas con mayor frecuencia aparece el cuestionamiento de la veracidad de los contenidos publicados en redes sociales, así como intentos de relativizar las comparaciones y sostener una valoración más autónoma de sí mismos. Expresiones como “las redes no muestran la realidad” o “cada uno tiene sus tiempos” evidencian intentos de disminuir el impacto emocional asociado a las comparaciones.

Asimismo, algunos participantes señalaron recurrir al apoyo de vínculos significativos, como parejas, familiares o espacios terapéuticos, para elaborar las emociones

vinculadas a dichas experiencias. Otros entrevistados describieron haber desarrollado con el tiempo una relación más crítica o regulada respecto del uso de redes sociales.

Este aspecto constituye uno de los aportes más relevantes del presente estudio, debido a que gran parte de las investigaciones revisadas se desarrollaron desde metodologías cuantitativas centradas principalmente en medir niveles de autoestima, ansiedad o uso problemático de redes sociales. En cambio, la presente investigación permitió profundizar en los significados subjetivos y en las estrategias que los propios jóvenes construyen para afrontar las dinámicas de comparación social en entornos digitales.

En este sentido, el enfoque cualitativo permitió recuperar la complejidad de las experiencias juveniles, evidenciando que los participantes no ocupan un lugar pasivo frente a las redes sociales, sino que desarrollan distintos recursos subjetivos para interpretar, cuestionar o regular aquello que observan en dichos espacios digitales.

Finalmente, los resultados obtenidos permiten afirmar que las redes sociales ocupan un lugar central en la vida cotidiana de los jóvenes entrevistados y constituyen espacios donde los procesos de comparación social aparecen de manera frecuente. Si bien estas experiencias suelen asociarse con sentimientos de inseguridad, frustración y disminución de la autoestima, los efectos no se presentan de manera uniforme ni universal. Por el contrario, los hallazgos muestran que la influencia de las redes sociales sobre la autoestima depende de múltiples factores subjetivos, emocionales y contextuales, así como de los recursos personales y vinculares disponibles para afrontar dichas experiencias.

CONCLUSIÓN

La presente investigación tuvo como objetivo describir la percepción de los jóvenes de 18 a 25 años sobre los procesos de comparación social vividos en redes sociales y su influencia en la construcción de la autoestima. A partir de un enfoque cualitativo y del análisis de entrevistas semiestructuradas realizadas a jóvenes residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, fue posible explorar los significados que los participantes atribuyen al uso de redes sociales, a las experiencias de comparación interpersonal y a la manera en que estas dinámicas se vinculan con la valoración de sí mismos.

Los resultados obtenidos permiten identificar que las redes sociales ocupan un lugar significativo en la vida cotidiana de la mayoría de los jóvenes entrevistados, formando parte de sus rutinas diarias en momentos de ocio, descanso o dispersión. En este sentido, las plataformas digitales aparecen no solo como espacios de entretenimiento y comunicación, sino también como escenarios de observación permanente de otros usuarios, donde circulan imágenes, experiencias y estilos de vida que funcionan como referencias para la autoevaluación personal.

Asimismo, se evidencia que los participantes perciben que las redes sociales muestran versiones parciales, seleccionadas e idealizadas de la realidad. La mayoría de los entrevistados manifiesta considerar que las personas suelen exhibir únicamente aspectos positivos de sus vidas, ocultando dificultades, inseguridades o experiencias negativas. Esta percepción de artificialidad y selección de contenidos constituye un elemento central para comprender cómo se desarrollan los procesos de comparación social en entornos digitales.

En relación con ello, los hallazgos muestran que la comparación social constituye una experiencia frecuente entre los jóvenes entrevistados, especialmente en torno a dimensiones vinculadas con la apariencia física, los logros personales, los estilos de vida y las experiencias cotidianas observadas en otros usuarios. Las comparaciones aparecen de manera más intensa

frente a contenidos asociados a ideales corporales, viajes, relaciones afectivas o modelos de éxito socialmente valorados. A su vez, los resultados indican que estas experiencias suelen intensificarse en momentos de mayor vulnerabilidad emocional, inseguridad personal o malestar subjetivo.

No obstante, la investigación permite observar que el impacto de la comparación social sobre la autoestima no se presenta de manera homogénea. Mientras algunos participantes describieron sentimientos de frustración, inseguridad, insuficiencia o disminución de la autoconfianza, otros refirieron experiencias más neutrales o incluso motivacionales. En ciertos casos, la comparación fue interpretada como una oportunidad de crecimiento personal, reflexión o superación, lo que evidencia la complejidad y diversidad de significados que adquieren estas experiencias en función de las características subjetivas de cada individuo.

En este sentido, los resultados permiten comprender que la relación entre redes sociales, comparación social y autoestima constituye un fenómeno dinámico y multidimensional, atravesado tanto por factores individuales como por las características propias de los entornos digitales contemporáneos. Las experiencias de los jóvenes no dependen únicamente del tiempo de uso de las plataformas, sino también de los sentidos que construyen acerca de aquello que observan, de sus recursos emocionales y de las estrategias que desarrollan para afrontar las exigencias de validación y exposición presentes en estos espacios virtuales.

Por otra parte, la investigación evidencia que muchos jóvenes implementan estrategias de regulación frente al impacto emocional de las comparaciones sociales. Entre ellas, se destacan el cuestionamiento de la autenticidad de los contenidos publicados, la relativización de los tiempos y procesos personales, la búsqueda de apoyo en vínculos significativos y el desarrollo progresivo de una mirada más crítica sobre las redes sociales.

Estos recursos parecen funcionar como mecanismos que permiten disminuir la intensidad del malestar asociado a la comparación constante y sostener formas de valoración personal más autónomas.

En términos generales, los hallazgos de esta investigación permiten concluir que las redes sociales constituyen espacios relevantes en la construcción de percepciones sobre sí mismos durante la juventud, etapa caracterizada por procesos de exploración identitaria, búsqueda de reconocimiento y sensibilidad a la evaluación social. En estos entornos digitales, la comparación interpersonal adquiere una presencia cotidiana que puede influir de diferentes maneras en la autoestima y en la forma en que los jóvenes interpretan su propia imagen, valor personal y trayectoria vital.

Finalmente, se considera que este estudio aporta una comprensión situada y subjetiva sobre las experiencias de jóvenes en relación con las redes sociales y la autoestima, recuperando las voces y significados construidos por los propios participantes. En este sentido, comprender cómo los jóvenes perciben y elaboran estas vivencias resulta relevante no solo para el campo académico, sino también para el abordaje clínico y psicosocial de problemáticas vinculadas al bienestar emocional, la autovaloración y los modos contemporáneos de construcción subjetiva en contextos digitales.

APORTES Y CONTRIBUCIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación aporta una aproximación cualitativa al estudio de la relación entre redes sociales, comparación social y autoestima en jóvenes, recuperando las percepciones y significados subjetivos construidos por los propios participantes en torno a sus vivencias digitales cotidianas. En este sentido, el trabajo contribuye a ampliar la comprensión de un fenómeno que, en gran parte de los antecedentes revisados, ha sido abordado principalmente desde metodologías cuantitativas centradas en la medición de variables y correlaciones estadísticas.

Uno de los principales aportes de esta investigación consiste en visibilizar la complejidad y heterogeneidad de las experiencias juveniles vinculadas a la comparación social en redes sociales digitales. Los hallazgos permitieron identificar que el impacto de estas dinámicas no se presenta de manera uniforme, sino que adquiere diversos significados según los recursos subjetivos, los estados emocionales y las formas particulares de interacción que cada joven establece con las plataformas digitales. De este modo, el estudio contribuye a problematizar perspectivas reduccionistas que comprenden la relación entre redes sociales y autoestima únicamente en términos negativos o lineales.

Asimismo, aporta evidencia acerca de cómo los jóvenes reconocen activamente la artificialidad y selectividad de los contenidos publicados en redes sociales, desarrollando en muchos casos estrategias cognitivas y vinculares para regular el impacto emocional asociado a la comparación social. En este sentido, el trabajo permite incorporar una mirada más dinámica sobre el rol de los sujetos frente a las plataformas digitales, entendiendo a los jóvenes no solo como receptores pasivos de contenidos, sino también como actores capaces de elaborar posicionamientos críticos y recursos de afrontamiento frente a las exigencias de visibilidad y validación social propias de estos entornos.

Del mismo modo, la investigación contribuye al campo de la psicología clínica y social al profundizar en las emociones, pensamientos y vivencias subjetivas asociadas al uso de redes sociales. Los relatos obtenidos evidencian la presencia de sentimientos de inseguridad, frustración y malestar en algunos participantes, pero también experiencias de motivación, reflexión y superación personal en otros casos. Esto permite comprender que las experiencias digitales se encuentran atravesadas por múltiples dimensiones psicológicas, sociales y emocionales que requieren ser analizadas desde perspectivas integrales y contextualizadas.

Finalmente, se considera que aporta elementos relevantes para futuras intervenciones clínicas, educativas y preventivas orientadas al acompañamiento de jóvenes en relación con el uso de redes sociales y la construcción de la autoestima. Comprender las formas en que los jóvenes perciben y significan sus experiencias digitales puede favorecer el diseño de estrategias que promuevan un uso más reflexivo, crítico y saludable de las plataformas digitales, fortaleciendo recursos personales y vinculares frente a las dinámicas de comparación y validación social presentes en estos entornos.

LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación presenta algunas limitaciones metodológicas que resulta importante considerar al momento de interpretar los resultados obtenidos. En primer lugar, el estudio se desarrolló a partir de una muestra reducida y no probabilística compuesta por jóvenes de entre 18 y 25 años residentes en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, lo cual limita la posibilidad de generalizar los hallazgos a otras poblaciones o contextos socioculturales. En este sentido, las vivencias y percepciones relevadas responden a un grupo específico de participantes y deben comprenderse dentro del marco particular en el que fueron producidas.

Asimismo, al tratarse de una investigación de enfoque cualitativo y alcance descriptivo, el objetivo no estuvo orientado a establecer relaciones causales ni a medir estadísticamente la incidencia del uso de redes sociales sobre la autoestima, sino a comprender los significados subjetivos que los jóvenes atribuyen a estas vivencias. Por este motivo, los resultados obtenidos no pueden extrapolarse en términos de causalidad o representatividad estadística, sino que aportan una aproximación interpretativa y contextualizada del fenómeno estudiado.

Por otra parte, otra limitación se vincula con el carácter autorreferencial de las entrevistas semiestructuradas utilizadas como instrumento de recolección de datos. Las respuestas brindadas por los participantes se encuentran mediadas por sus posibilidades de introspección, recuerdo y verbalización de experiencias subjetivas, así como también por factores vinculados a la deseabilidad social. En consecuencia, algunos relatos podrían reflejar modos de presentación de sí mismos condicionados por el contexto de entrevista o por la intención de ofrecer respuestas socialmente aceptadas.

Finalmente, debe considerarse que las vivencias subjetivas vinculadas a las redes sociales se encuentran atravesadas por múltiples variables personales, familiares, culturales y contextuales que exceden los alcances de esta investigación. Factores como la historia

personal, la salud mental previa, los vínculos interpersonales, el contexto socioeconómico y las trayectorias identitarias pueden influir significativamente en la manera en que cada joven percibe y experimenta las dinámicas de comparación social en entornos digitales. En este sentido, los resultados obtenidos representan una aproximación parcial y situada a un fenómeno complejo, dinámico y multidimensional.

LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN FUTURAS

En primer lugar, futuras investigaciones podrían ampliar la muestra incorporando participantes de diferentes regiones geográficas, contextos socioculturales y grupos etarios, con el propósito de explorar posibles diferencias en las experiencias y significados atribuidos al uso de redes sociales. Del mismo modo, resultaría relevante incluir muestras más amplias y diversas que permitan profundizar en variables como género, nivel socioeconómico, trayectorias educativas y contextos familiares, considerando que estos factores pueden influir en la manera en que los jóvenes construyen su autoestima y experimentan la comparación social en entornos digitales.

Asimismo, sería pertinente desarrollar estudios comparativos entre distintas plataformas digitales, tales como Instagram, TikTok, X, Facebook o Snapchat, a fin de analizar cómo las características específicas de cada red social favorecen diferentes formas de interacción, exposición, validación y comparación interpersonal. En este sentido, se podría profundizar en los tipos de contenido consumido y publicado por los jóvenes, explorando de qué manera determinados formatos visuales, algoritmos o dinámicas de visibilidad influyen en la percepción de sí mismos y en la valoración personal.

Finalmente, se considera importante continuar desarrollando investigaciones desde enfoques cualitativos o mixtos que recuperen las voces y experiencias subjetivas de los propios jóvenes. Profundizar en los significados que los sujetos construyen acerca de sus prácticas digitales puede contribuir no solo al desarrollo teórico del campo, sino también al diseño de intervenciones clínicas, educativas y preventivas orientadas a promover un uso más crítico, consciente y saludable de las redes sociales en la juventud.

PROPUESTAS DE INTERVENCIÓN

A partir de los hallazgos obtenidos en el presente estudio, se propone una línea de intervención principal orientada al ámbito clínico, educativo y preventivo con el propósito de favorecer el desarrollo de recursos subjetivos, estrategias de regulación emocional y posicionamientos críticos frente a las dinámicas de exposición y comparación presentes en los entornos digitales contemporáneos.

Programa de alfabetización digital y emocional

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, se evidenció que gran parte de los participantes perciben que las redes sociales muestran versiones idealizadas de la realidad y reconocen que las comparaciones sociales pueden influir en la autoestima, sobre todo en momentos de vulnerabilidad emocional. En este sentido, se considera necesario desarrollar dispositivos preventivos y psicoeducativos que favorezcan un posicionamiento más reflexivo y saludable frente al uso de plataformas digitales.

Objetivo: promover en jóvenes un uso crítico consciente y saludable de las redes sociales, fortaleciendo recursos emocionales y estrategias de afrontamiento frente a procesos de comparación social y validación interpersonal

Metodología: La propuesta podría desarrollarse desde una modalidad grupal, participativa y psicoeducativa, mediante encuentros semanales coordinados por profesionales de la salud mental. Con una duración aproximada de seis a ocho encuentros.

La metodología de trabajo incluiría:

- Dinámicas grupales
- Espacios de intercambio y reflexión
- Análisis de publicaciones y contenidos digitales
- Actividades de autorreflexión
- Técnicas de identificación y regulación emocional

- Debates acerca de experiencias cotidianas en redes sociales
- Producción grupal de estrategias de afrontamiento y autocuidado

Ejes de trabajo:

- Funcionamiento de algoritmos y selección de contenidos
- Impacto psicológico de la exposición constante
- Construcción de identidades digitales
- Comparación social y validación interpersonal
- Uso responsable y saludable de redes sociales
- Detección de contenidos idealizados o manipulados
- Desarrollo de habilidades socioemocionales
- Estrategias de regulación emocional y autocuidado digital
- Fortalecimiento de vínculos presenciales y redes de apoyo

Estrategias de intervención

Las estrategias de intervención estarían orientadas principalmente a la prevención y promoción de la salud mental de los jóvenes.

- Promoción del pensamiento crítico frente a los estándares idealizados de belleza, éxito y reconocimiento social
- Fortalecimiento de recursos de autoestima y autovaloración
- Desarrollo de herramientas de regulación emocional frente a sentimientos de frustración, inseguridad o insuficiencia
- Construcción de hábitos saludables y equilibrados
- Generación de espacios grupales de escucha, contención y reflexión
- Disminución de la dependencia de validación externa a través de “likes”, comentarios o cantidad de seguidores

- Favorecimiento de formas de uso más conscientes y reflexivas de las plataformas digitales

Esta propuesta se fundamenta en la necesidad de generar dispositivos sostenidos que no solo aporten herramientas técnicas, sino que también funcionen como espacios de sostén emocional y elaboración de la experiencia clínica, contribuyendo así a mejorar la calidad de vida de los jóvenes.

Consideraciones finales

La alfabetización digital no solo implica transmitir conocimientos técnicos acerca del funcionamiento de las plataformas, sino también favorecer procesos reflexivos acerca de cómo las redes sociales influyen en las emociones, la percepción de sí mismos y las relaciones interpersonales.

En este sentido, fortalecer habilidades de pensamiento crítico, regulación emocional y autocuidado podría funcionar como un factor protector frente a los efectos negativos asociados a la comparación social y a la búsqueda de constante validación externa a partir de los resultados obtenidos en esta investigación, se considera fundamental promover espacios preventivos y psicoeducativos que acompañen a los jóvenes en la construcción de la relación más saludable con los entornos digitales y con su propia autoestima.

REFERENCIAS

- Alzate, M., Ramírez, L., & Gómez, P. (2023). *Autoestima y desarrollo personal en contextos educativos*. Editorial Universitaria.
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44–49.
- Bauman, Z. (2007). *Modernidad líquida*. Fondo de Cultura Económica.
- Bernal, A., Tello, L. E., Abad, L., Pluas, A. M., & Jumbo, K. J. (2025). *El impacto del uso de redes sociales en la autoestima de adolescentes*. Centro de Investigación ALAC – Asociación Latinoamericana para el Avance de las Ciencias.
- Blakemore, S. J. (2018). *Inventing ourselves: The secret life of the teenage brain*. PublicAffairs.
- Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
- Branden, N. (1995). *Los seis pilares de la autoestima*. Paidós.
- Bruner, J. (1996). *La educación, puerta de la cultura*. Visor.
- Buunk, B. P., & Gibbons, F. X. (2007). Social comparison: The end of a theory and the emergence of a field. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 102(1), 3–21.
- Cash, T. F. (2004). Body image: Past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1–5.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Alianza.
- Castro Julio, J., Martínez, L., Pérez, S. (2023). Repercusiones del uso diario de Facebook e Instagram en la autoestima de adolescentes san onofrinos de 16 a 18 años. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 55(2), 85–97.
<https://csalud.unat.edu.pe/index.php/RDE/article/view/46/49>

- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117–121.
<https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- Coopersmith, S. (1967). *The antecedents of self-esteem*. W. H. Freeman.
- Cuenca, M. (2023). *Relación entre adicción a redes sociales y autoestima en jóvenes universitarios* [Tesis de grado, Universidad Católica Argentina]. Repositorio Institucional UCA. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/17688>
- Crocker, J., & Wolfe, C. T. (2001). Contingencies of self-worth. *Psychological Review*, 108(3), 593–623. <https://doi.org/10.1037/0033-295X.108.3.593>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2012). *El campo de la investigación cualitativa*. Gedisa.
- Dulic Battistessa, M., Fernández Liporace, M., & Castro Solano, A. (2023). Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes del Gran Buenos Aires. *Revista de Psicología (Universidad Abierta Interamericana)*.
<https://psicologia.revistasuai.ar/index.php/psicologia/article/view/203/20>
- Espinosa Amaya, K. (2024). *Relación entre el uso de las redes sociales y la autoestima de los adolescentes de 15 a 17 años de un colegio en la ciudad de Quito* [Tesis de grado, Universidad Politécnica Salesiana]. Repositorio Institucional.
<https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/28611/1/TTQ1717.pdf>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body

- image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38–45.
- <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Han, B. C. (2014). *En el enjambre*. Herder.
- Harter, S. (1999). *The construction of the self: A developmental perspective*. Guilford Press.
- Harter, S. (2012). *The construction of the self: Developmental and sociocultural foundations* (2nd ed.). Guilford Press.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. P. (2014). *Metodología de la investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Illouz, E. (2007). *Intimidades congeladas: Las emociones en el capitalismo*. Katz.
- Iwanicka, A., & Soroka, A. (2020). Social media and youth identity development. *Journal of Youth Studies*, 23(6), 1–15.
- Margulis, M. (2001). Juventud: Una aproximación conceptual. En M. Margulis (Comp.), *La juventud es más que una palabra* (pp. 13–30). Biblos.
- Martín-Baró, I. (1998). *Psicología de la liberación*. Trotta.
- Montero, M. (2004). *Introducción a la psicología comunitaria: Desarrollo, conceptos y procesos*. Paidós.
- Morduchowicz, R. (2012). *Los adolescentes y las redes sociales*. Fondo de Cultura Económica.
- Naranjo, P. (2023). Uso de redes sociales, salud mental y autoestima en adolescentes ecuatorianos. *Revista Latinoamericana de Psicología y Salud*, 15(2), 89–104.
- <https://revistaunnival.com/index.php/1/article/view/21/65>
- Organización Mundial de la Salud. (2023). *Salud de los adolescentes y jóvenes*.
- Plaza, J. (2022). Influencia de redes sociales visuales en jóvenes latinoamericanos. *Comunicación y Sociedad*, 39(1), 55–72.

- Real Academia Española. (2023). Red social. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es>
- Real Academia Española. (2024). Autoestima. En *Diccionario de la lengua española* (23.^a ed.). <https://dle.rae.es>
- Reguillo, R. (2012). *Culturas juveniles: Formas políticas del desencanto*. Siglo XXI.
- Reyes, M., Salas, E., & Ecurra, L. (2021). Adicción a redes sociales, autoestima y ansiedad en estudiantes universitarios. *Revista Peruana de Psicología*, 27(1), 45–58. <https://revistacneipne.org/index.php/cneip/article/view/116>
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the adolescent self-image*. Princeton University Press.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Fondo de Cultura Económica.
- Suares Pineda, D., Gómez, L., & Herrera, M. (2023). Redes sociales y percepción corporal en jóvenes universitarios. *Revista Colombiana de Psicología*, 32(2), 112–126. <https://repositorio.unibague.edu.co/entities/publication/55106592-ddd2-457d-8f99-be00427ec921>
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1992). *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Paidós.
- Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
- Urresti, M. (2013). *Ciberculturas juveniles*. La Crujía.
- Van Dijck, J. (2016). *La cultura de la conectividad: Una historia crítica de las redes sociales*. Siglo XXI.
- Villarreal Espinosa, L. (2024). Relación entre el uso de redes sociales y la autoestima en adolescentes. *Revista de Estudios Psicológicos y Educativos*, 6(1), 55–70. <https://www.editorialsphaera.com/index.php/eth/article/view/27/69>

Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of Popular Media Culture*, 3(4), 206–222.

<https://doi.org/10.1037/ppm0000047>

Winocur, R. (2009). *Robinson Crusoe ya tiene celular: La conexión como espacio de control de la incertidumbre*. Siglo XXI

ANEXOS

Anexo 1

FORMULARIO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO

Me ha sido explicado que los miembros de la Facultad de Psicología y Ciencias Sociales de UFLO Universidad, desean conocer mi criterio respecto a unos temas específicos. Es por esta razón que se está realizando un trabajo de investigación cuya finalidad es conocer e indagar sobre Inteligencia Emocional y Neuroeducación, implicancias en la práctica docente de los maestros de Nivel Inicial en la ciudad de Posadas, provincia de Misiones. Mi participación en la investigación consiste en responder con sinceridad a la administración de las entrevistas que se realizarán a continuación.

La participación es voluntaria y en cualquier momento puedo dejar sin efecto la presente autorización, retirándome del presente acto.

Se me ha dicho que mis respuestas u opiniones serán confidenciales y sólo de conocimiento para el equipo de investigación, resguardando mi privacidad y los resultados no serán ligados a mi información que se coloca al pie del presente consentimiento.

Asimismo, se me ha explicado que los resultados globales de la investigación serán presentados en la Facultad de Psicología y Ciencias Sociales, Universidad de Flores y que podrán ser expuestos también en congresos y/o publicados en revistas científicas preservándose siempre mi identidad, conforme a la ley 25.326.

Entiendo que los resultados de la investigación me serán proporcionados si los solicito y que en caso de que tenga alguna pregunta acerca del estudio o sobre mis derechos a participar en el mismo, puedo contactar a la Secretaría de Investigación y Desarrollo UFLO a ana.villarroel@uflouniversidad.edu.ar.

Habiendo comprendido lo que se me ha explicado, aceptó participar en este trabajo de investigación.

Email:

Aclaración

DNI:

Fecha:

Email:

Aclaración:

DNI

Protocolo N°: 25.874

Anexo 2

ENTREVISTA

Preguntas para entrevista a jóvenes de 18 a 25 años sobre el uso de redes sociales.

1. ¿Qué redes sociales usas con mayor frecuencia y qué lugar ocupan en tu vida cotidiana?
2. ¿Cómo suele ser tu uso diario de las redes sociales? (por ejemplo, en qué momentos del día o durante cuánto tiempo aproximadamente)
3. ¿Qué contenido solés consumir o miras más cuando estás en redes sociales?
4. ¿De qué manera aparecen las comparaciones con otras personas cuando usas redes sociales?
5. ¿En qué situaciones o momentos sentís que esas comparaciones aparecen con mayor frecuencia?
6. ¿Con qué tipo de personas tendes a compararte más en redes sociales? (por ejemplo, amigos, influencers, personas desconocidas, etc.)?
7. ¿Cómo te sentís generalmente cuando te comparás con otras personas en redes sociales?
8. ¿Qué pensamientos suelen aparecer sobre vos mismo/a en esos momentos?
9. ¿Cómo percibís que esas situaciones se relacionan con tu confianza o seguridad personal?
10. ¿Podrías contar alguna situación en redes sociales en la que hayas notado que una comparación influyó en cómo te sentías con vos mismo/a?
11. Cuando aparecen estas comparaciones, ¿qué solés hacer o cómo tratás de manejarlas?
12. ¿Cómo pensás que las redes sociales muestran la vida de las personas?

Anexo 3

Grilla 1. sistematización de resultados

Preguntas	Tomás	Camila R	Catalina S.	Julián	Malena	Santiago	Camila	Catalina C	Lucía	Valentina	Bruno	Lara	Iván
Redes sociales utilizadas	Instagram, WhatsApp	Instagram, TikTok y WhatsApp	Instagram, TikTok	Instagram y X	Instagram, YouTube y TikTok	Instagram, TikTok y WhatsApp	Instagram y TikTok	WhatsApp, App, TikTok y Tok e Insta gram	No utilizo	Twitter e Instagram	X, Instagram y TikTok	Twitter, TikTok e Instagram	Instagram y TikTok
Lugar que ocupa en la vida cotidiana	Entrenamiento	Medio de comunicación y entretenimiento	Entrenamiento	Entrenamiento	Muñeca y ropa	Uso cotidiano	Entrenamiento	Distraerme y contacto con el mundo	No	Ocio	Entretenimiento e información	Uso frecuente e importante	Ocio e información

		eten imie nto			os libr es		soci al	gad os					
Mome ntos de uso	Dep ende del tiem po disp onib le	Gra n part e del dia a dor mir	Por las noc hes, ante s de mir irse a dor mir	Viaj es y ante dor mir	Tod o mo men to libr e	Tie mp os libr es	Vari as hora s al día	Cua ndo está des ocu pad a	N o us a	Tr ans por te y tie mp os mu ert os	Todo el día, espec ialme nte de noch e	Dur ante todo el día	Tra nsp orte y tie mp os mu erto s
Conte nido consu mido	Fina nzas , econ omía , jardi nería	Con teni do refe rido a la carr era que estu dia,	Con teni do de hum or y de bell eza	Fútb ol	Coc ina, noti cias y rese ñas	Pai saje s, dep orte y e inf or ma ció n	Ruti nas, dep orte s y chis mes	Hu mor	N o us a	No tici as, fút bol y me me s	Depo rtes y juego s	Fitn ess, alim enta ción y viaj es	Fitn ess y me mes

		polít ica, stan d up y vide os											
Aparición de comparaciones	No me com paro	No suel o com para rme	Log ros de otra s pers onas , estil os de vida	Log ros de otra s pers onas	Viaj es y cuer pos	Co mp ara ció n con ami gos	Apa rien cia, vida y logr os	Prin cipa lme nte físic o	N o us a	No sue le co mp ara rse	Viaje s y nivel socio econ ómic o	Co mpa raci ones cons tant es sobr e el cuer po	Co mp ara ció n fitn ess pos itiv a
Situaciones donde aumenta la	No se la resp uest a	En los mo men tos que	Cua ndo se sient e más	Mal os mo men tos pers	Vul nera bili dad y baja	No ide ntif ica mo me	Exp osici ón repe tida a	Con sum o frec uent e de	N o us a	No sue le co mp	Más tiemp o en redes	Cua ndo no está bien cons	De vez en cua ndo

compa ración		está en pare ja	inse gura o ang ustia da	onal es	auto esti ma	nto s	cont enid o fitne ss	cont enid o físic o		ara rse		igo mis ma	
Perso nas con las que se compa ran	No suel o com para rme	Pers onas desc ono cida s	infl uence rs	Infl uenc ers y fam osos	Pers ona s con ocid as e infl uen cers	Am igo s y con oci dos	Infl uenc ers y desc ono cido s	Des con ocid os	N o us a	No sue le co mp ara rse	Todo tipo de perso nas	Pers onas fitne ss desc ono cida s	Infl uen cers fitn ess
Emoci ones asocia das	No me com paro	Co mpe tenc ia	Trist e e inse gura	Vari able segú n esta do de áni mo	Fru stra ción , trist eza y ang usti a	Ref lexi ón	Ant es inse guri dad, ahor a men or	Sent irse peor con sigo mis ma	N o us a	No ex per im ent a im pa cto	Neutr alida d	Mot ivac ión o ang usti a segú n esta	Mo tiva ció n y sup era ció n

							imp acto					do emo cion al	
Impacto en autoestima/confianza	Reflexión	Afecta la confianza	Descenso en la confianza	Puede ayudar a mejorar	Disminuye seguridad jurídica y valoración personal	Antes afectaba mucho más	Antes afectaba mucho más	Baja autoestima y autoconfianza	No	No influye significativamente	No influye significativamente	Genera inseguridad física	Aumentan la confianza
Estrategias de afrontamiento	Reflexión, aprendizaje de procesos	Habla con la psicóloga	Autoreflexión sobre la falsedad de las	Entender que cada uno tiene sus tiempos	Recordar penسامientos negativos activos	Reflexionar sobre por qué afecta	Hablar con la madre	Hablar con la pareja	No	No aplica	No especifica	Depende del estado emocional al	Considerar la comparación

			rede s										ció n
Repre sentac ión de las redes sociale s	Es todo una ment ira, mue stran lo que quie ren	Mue stra n lo que quie ren que veas	No mue stra n la reali dad	Mue stra n lo que quie ren mos trar	Son una más cara	Mu estr an lo mej or	Mez cla de verd ad y men tira	Son artif icial es	M ue str an un a ve rsi ón id ea liz ad a	De pe nd e del alg ori tm o y el us o	Mues tran solo lo mejo r	Mue stra n la mej or vers ión	Ge ner alm ent e mu estr an vid as ide aliz ada s

Grilla 2. Categorías de análisis y respuestas agrupadas

Categoría de análisis	Respuestas agrupadas
Uso cotidiano de redes sociales	12 de 13 participantes utilizan redes sociales diariamente, principalmente en momentos de ocio, descanso, transporte o tiempos libres. 1 participante no usa redes sociales
Redes más utilizadas	Predominan instagram y tiktok, seguidas por X/Twitter y whatsApp.
Contenidos consumidos	Los participantes consumen contenido relacionado con entretenimiento, humor, deporte, fitness, cuerpos, noticias y estilos de vida.
Comparación social en redes	La mayoría (10 participantes)refiere compararse con otros usuarios, principalmente en relación con la apariencia física, logros personales, estilo de vida o nivel socioeconómico. 3 participantes no se comparan
Factores que intensifican la comparación	8 participantes mencionan que la comparación aumenta en momentos de vulnerabilidad emocional, baja autoestima, cansancio o exposición reiterada a contenido corporal y fitness.
Personas con las que se comparan	Predominan influencers, personas desconocidas y figuras asociadas al ideal corporal o éxito social.

Emociones asociadas a la comparación	En 7 participantes se registraron emociones negativas como frustración, angustia, inseguridad y autocrítica. En 3 participantes, la comparación es resignificada como motivación o superación personal. En 3 participantes registran reflexiones sin impacto negativo ni positivo. 1 participante tiene sentimientos de insuficiencia.
Impacto en la autoestima	En 8 participantes, la comparación influye en la valoración personal y la autoconfianza, especialmente respecto al cuerpo y la apariencia. 3 entrevistados no refieren impacto negativo significativo. 1 participante menciona impacto como estímulo de crecimiento personal
Estrategias de afrontamiento	10 participantes utilizan estrategias cognitivas y vinculares, como relativizar la comparación, cuestionar la realidad de las redes. 3 participantes hablan con personas cercanas (familiares, terapeutas.
Representación de las redes sociales	En todos los participantes predomina la idea de que las redes muestran versiones idealizadas, parciales o artificiales de la vida de las personas.

Anexo 4

Consentimientos informados y entrevistas de TFI

<https://drive.google.com/drive/folders/1IUWUza39tJ4PxJd3f0v02xCBxrrnErsP?usp=sharing>