



ID del documento: IIJ-Vol.2.N.2.002.2024

Tipo de artículo: Revisión

## **Impacto del Uso de redes sociales con inteligencia artificial en la autoestima y la identidad de adolescentes**

***Impact of social media use with artificial intelligence on adolescents' self-esteem and identity***

**Autora:**  
**Raquel Noemí Mejillones Picazo**

(Aregar datos del autor de la siguiente manera: Universidad, País, correo electrónico y código ORCID)

Universidad Técnica de Quevedo, Ecuador, [raquel.mejillones@educacion.gob.ec](mailto:raquel.mejillones@educacion.gob.ec)  
<https://orcid.org/0009-0006-0318-4011>

**Corresponding Author:** *Mejillones Picazo Raquel Noemí*, [raquel.mejillones@educacion.gob.ec](mailto:raquel.mejillones@educacion.gob.ec)

**Reception date:** 06-may-2024

**Acceptance:** 22-may-2024

**Publication:** 08-jun-2024

### **How to cite this article:**

Mejillones Picazo, R. N. . (2024). Impacto del Uso de redes sociales con inteligencia artificial en la autoestima y la identidad de adolescentes. Innovarium International Journal, 2(2), 1-13.

<https://revinde.org/index.php/innovarium/article/view/21>



## Resumen

El presente artículo de revisión bibliográfica analiza el impacto del uso de redes sociales con algoritmos de inteligencia artificial en la autoestima y la identidad de los adolescentes. En una etapa vital caracterizada por la construcción del autoconcepto y la búsqueda de aceptación social, los adolescentes interactúan diariamente con plataformas digitales que modelan sus emociones, conductas y percepciones mediante contenido personalizado. Esta revisión incluyó estudios recientes provenientes de bases de datos indexadas como Scopus, SciELO y Latindex, abordando perspectivas psicológicas, sociológicas y tecnológicas. Se identificó que la exposición constante a ideales de belleza, éxito y popularidad puede generar conflictos internos, disminución de la autoestima y presión por ajustarse a estándares irreales. Sin embargo, también se evidencian oportunidades de expresión personal, desarrollo de habilidades sociales y empoderamiento juvenil cuando el uso es guiado y consciente. El artículo concluye con recomendaciones dirigidas a educadores, familias y responsables de políticas públicas, orientadas a promover una alfabetización digital crítica, el acompañamiento emocional y el desarrollo de entornos digitales más seguros. Se enfatiza la necesidad de una visión integral que articule la ética tecnológica con la salud mental adolescente.

**Palabras clave:** autoestima, identidad, adolescencia, redes sociales, inteligencia artificial.

## Abstract

This literature review article explores the impact of social media use driven by artificial intelligence algorithms on adolescents' self-esteem and identity development. Adolescence is a critical period marked by the formation of self-concept and the pursuit of social belonging, during which young people are increasingly exposed to digital environments that influence their emotions, behaviors, and perceptions through personalized content. The review includes recent studies from indexed databases such as Scopus, SciELO, and Latindex, incorporating psychological, sociological, and technological approaches. Findings reveal that constant exposure to idealized standards of beauty, success, and popularity may result in internal conflicts, lower self-esteem, and a perceived need to conform to unrealistic expectations. However, social media also offers opportunities for self-expression, social skills development, and youth empowerment when usage is guided and critical. The article concludes with recommendations for educators, families, and policymakers aimed at fostering digital literacy, emotional support, and the creation of safer digital spaces. An integrated approach is emphasized, one that balances technological ethics with the mental health of adolescents.

**Keywords:** self-esteem, identity, adolescence, social media, artificial intelligence.



## 1. INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, las redes sociales han transformado profundamente las dinámicas de interacción humana, especialmente entre los adolescentes, quienes constituyen una de las poblaciones más activas y vulnerables en estos entornos digitales. La incorporación de algoritmos de inteligencia artificial (IA) ha intensificado esta transformación, ya que ahora las plataformas no solo muestran contenido, sino que lo personalizan, priorizan y manipulan según patrones de conducta y preferencias individuales (Keles et al., 2020).

Este avance tecnológico ha generado una nueva arquitectura de influencia social, en la que los adolescentes construyen parte significativa de su identidad y autoestima en función de la retroalimentación virtual que reciben. Elementos como los “me gusta”, comentarios, filtros de belleza y contenido viral modulado por IA generan un entorno de validación externa constante (Nesi, 2020). En este sentido, la IA no solo facilita la comunicación, sino que también modela la percepción que los adolescentes tienen de sí mismos.

La identidad adolescente, entendida como la construcción dinámica del autoconcepto durante una etapa de vulnerabilidad emocional y búsqueda de pertenencia, se ve particularmente impactada por el uso constante y dirigido de redes sociales. Según Erikson (1968), esta etapa es clave para la consolidación del “yo” y puede ser interferida por estímulos externos intensos y contradictorios, como los que provee el entorno digital potenciado con IA.

Diversos estudios han demostrado que el uso excesivo de redes sociales puede asociarse con problemas de salud mental, como ansiedad, depresión, trastornos alimenticios y disminución de la autoestima, siendo más grave cuando las interacciones digitales se tornan compulsivas o cuando el adolescente establece su valor personal en función de métricas digitales (Twenge et al., 2018; Orben & Przybylski, 2019). Estas consecuencias se potencian cuando los algoritmos de IA exponen reiteradamente a los usuarios a contenidos aspiracionales, irreales o dañinos.

Además, la hiperpersonalización de los contenidos, facilitada por la IA, encierra a los adolescentes en burbujas informativas que pueden limitar la diversidad de opiniones y reforzar estereotipos de belleza, éxito o aceptación social, lo que influye en la autopercepción y en el desarrollo identitario (Auxier et al., 2022). Esta construcción digital de la identidad también puede favorecer fenómenos de comparación social constante, distorsionando los estándares de vida y apariencia física.

En este escenario, la revisión bibliográfica se vuelve una herramienta clave para comprender la magnitud de este fenómeno y evaluar las implicaciones que tiene el uso de redes sociales con IA en la salud emocional de los adolescentes. Se trata de un tema de alta relevancia científica, educativa y social, dado el crecimiento exponencial del tiempo de pantalla y de los desarrollos tecnológicos orientados a captar la atención juvenil.

A pesar del creciente interés académico, aún existen vacíos en la comprensión integral del vínculo entre IA, redes sociales, autoestima e identidad adolescente. Muchos estudios abordan estas variables por separado, lo que dificulta la formulación de estrategias de intervención educativas o psicológicas. Por ello, esta revisión pretende sintetizar los hallazgos más actuales y relevantes que aborden este cruce temático desde un enfoque multidisciplinario.



El presente artículo se basa en fuentes científicas indexadas en bases como Scopus, SciELO, Latindex y Dialnet, garantizando el rigor metodológico y la actualización de los datos. Se analizarán estudios que relacionan el uso de redes sociales y tecnologías de IA con indicadores psicológicos en adolescentes, considerando variables como género, nivel de uso, tipo de contenido consumido y contextos socioculturales.

La relevancia de esta revisión radica en la necesidad urgente de orientar a padres, educadores, psicólogos y diseñadores de políticas públicas sobre los riesgos y oportunidades del ecosistema digital actual. Comprender cómo las redes sociales impulsadas por IA afectan la autoestima e identidad adolescente permitirá generar herramientas de prevención y promoción del bienestar emocional en esta población clave.

Finalmente, se espera que los hallazgos de este estudio contribuyan al diseño de programas de alfabetización digital crítica, el fortalecimiento del autocuidado emocional y la regulación ética de algoritmos que impactan a los menores de edad. En tiempos donde la tecnología avanza más rápido que la capacidad de adaptación social, el conocimiento científico puede y debe servir como brújula para proteger el desarrollo saludable de las nuevas generaciones.

## 2. DESARROLLO

Las redes sociales han adquirido un papel protagónico en la vida de los adolescentes, convirtiéndose en una extensión de sus interacciones sociales cotidianas. Estas plataformas permiten compartir imágenes, opiniones, gustos y vivencias, lo cual influye de manera significativa en la construcción de la identidad individual y colectiva (Boyd, 2014). Durante la adolescencia, el desarrollo del autoconcepto es altamente influenciable por el entorno, y las redes sociales constituyen hoy uno de los espacios predominantes para tal formación (Valkenburg & Peter, 2011).

La incorporación de inteligencia artificial (IA) en estas plataformas ha transformado no solo la manera en que se accede a la información, sino también la forma en que se presenta y selecciona el contenido. Algoritmos inteligentes analizan el comportamiento del usuario y predicen sus preferencias para mostrar publicaciones que refuerzen sus patrones de consumo, interacción y pensamiento (Floridi et al., 2018). Este fenómeno, conocido como burbuja de filtros, puede limitar la exposición a ideas diversas y reforzar estereotipos sociales, afectando el desarrollo de una identidad crítica y autónoma.

En el caso de la autoestima, múltiples estudios han demostrado una correlación entre el uso excesivo de redes sociales y la disminución del bienestar emocional en adolescentes, especialmente en mujeres jóvenes expuestas a estándares de belleza irreales promovidos mediante contenido curado algorítmicamente (Fardouly et al., 2015). Las comparaciones sociales ascendentes, promovidas por la IA, pueden generar sentimientos de insuficiencia, frustración e insatisfacción con la imagen corporal y el estilo de vida personal.

Según Bandura (2001), el aprendizaje social se produce también a través de la observación de modelos, lo cual en redes sociales ocurre de forma amplificada. Los adolescentes modelan sus actitudes, valores e incluso decisiones en función de las personas influyentes que siguen. Si la inteligencia artificial prioriza contenido aspiracional o poco realista, contribuye a la formación de expectativas distorsionadas que impactan directamente en la identidad personal.



Por otro lado, las redes sociales representan una oportunidad para que los adolescentes exploren diversas dimensiones de su identidad, como la cultural, sexual, de género o ideológica. Este proceso puede ser positivo cuando se fomenta la expresión libre y segura, pero también puede generar vulnerabilidad si el entorno virtual no es regulado, dando paso al acoso digital, la exposición a contenido nocivo o la sobrevalidación externa (Uhls et al., 2017).

La inteligencia artificial también desempeña un papel activo en la creación de contenido mediante filtros de realidad aumentada, asistentes virtuales o sugerencias automáticas de texto e imagen. Estas tecnologías permiten una personalización de la autoimagen, que en algunos casos puede convertirse en un mecanismo de disociación entre el yo real y el yo digital, generando conflictos identitarios (Chae, 2017). Esta dualidad entre la identidad virtual y la identidad real ha sido objeto de preocupación en psicología del desarrollo.

Desde un enfoque neuropsicológico, se ha identificado que los adolescentes presentan mayor sensibilidad a la aprobación social debido a la maduración incompleta del córtex prefrontal, encargado de la autorregulación emocional (Crone & Dahl, 2012). Por ello, la búsqueda de “me gusta” y comentarios positivos, facilitada por los algoritmos de IA, puede fortalecer dinámicas de dependencia emocional y autoestima frágil basada en la validación externa.

Además, estudios recientes advierten que los algoritmos de IA no son neutrales: reproducen sesgos sociales, raciales o de género que ya existen en los datos de entrenamiento. Esto puede implicar una representación desigual de modelos identitarios y roles sociales, afectando la diversidad de referentes con los que los adolescentes construyen su autoimagen (Noble, 2018). La invisibilización o sobrerepresentación de ciertos grupos puede generar crisis de pertenencia o internalización de estereotipos.

En términos de salud mental, investigaciones han encontrado que los adolescentes que utilizan redes sociales más de tres horas al día presentan mayor riesgo de síntomas depresivos y baja autoestima, especialmente si se ven expuestos a dinámicas de acoso, exclusión o contenido idealizado (Twenge & Campbell, 2019). La intervención temprana y la educación digital crítica resultan fundamentales para mitigar estos efectos.

Por todo lo anterior, resulta indispensable analizar el impacto combinado de la inteligencia artificial y las redes sociales sobre el desarrollo psicológico de los adolescentes. La comprensión de esta interacción permitirá no solo visibilizar riesgos, sino también aprovechar oportunidades para el crecimiento personal, la inclusión social y el fortalecimiento de la autoestima a través de una tecnología más ética, segura y consciente.

### **3. METODOLOGÍA**

La presente investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo y documental, específicamente como una revisión bibliográfica sistemática centrada en analizar los efectos del uso de redes sociales que incorporan inteligencia artificial (IA) sobre la autoestima y la identidad de adolescentes. Este tipo de estudio permite sistematizar conocimientos previos y detectar vacíos teóricos para futuras investigaciones (Snyder, 2019).



El procedimiento metodológico se rigió por las recomendaciones del PRISMA 2020 Statement para revisiones sistemáticas, que establece criterios claros de inclusión, exclusión y trazabilidad de la información (Page et al., 2021). Se realizó una búsqueda exhaustiva en bases de datos científicas reconocidas, incluyendo Scopus, SciELO, Latindex y Dialnet, entre enero y mayo de 2025.

Los criterios de inclusión se definieron de la siguiente manera: (1) artículos publicados entre 2015 y 2024, (2) investigaciones originales o revisiones sistemáticas sobre adolescentes entre 12 y 18 años, (3) estudios que abordaran el vínculo entre redes sociales, inteligencia artificial, autoestima o identidad, y (4) publicaciones en español o inglés. Se excluyeron trabajos duplicados, artículos sin revisión por pares y documentos sin acceso completo.

Para garantizar la calidad académica, se utilizó una estrategia de búsqueda combinada mediante descriptores MeSH y DeCS: "social media", "artificial intelligence", "self-esteem", "identity", "adolescents", en inglés y español, enlazados con operadores booleanos (AND, OR). Esta estrategia se adaptó a cada base de datos según su estructura.

En total se identificaron 153 artículos. Luego de la lectura de títulos y resúmenes, se seleccionaron 74 estudios para revisión completa. Finalmente, se eligieron 42 artículos que cumplían con los criterios de inclusión, los cuales fueron analizados para la discusión e interpretación de resultados.

La extracción de datos se realizó mediante una matriz de análisis que incluyó: autor, año, título, objetivo, tipo de estudio, muestra, resultados principales y enlace DOI. Esta información fue sistematizada en una tabla (ver sección correspondiente), que sirvió de base para comparar hallazgos, tendencias y enfoques teóricos predominantes.

El análisis de la información se llevó a cabo mediante una síntesis temática que permitió agrupar los resultados en tres ejes: (1) efectos de la IA en redes sociales sobre la identidad adolescente, (2) influencia en la autoestima, y (3) riesgos y oportunidades del entorno digital. Esta metodología cualitativa es apropiada para integrar resultados diversos sin perder profundidad conceptual (Thomas & Harden, 2008).

Cabe resaltar que, se siguieron principios éticos de integridad científica. Aunque no se manejaron datos primarios ni se involucró a participantes humanos, se procuró el respeto a la propiedad intelectual mediante el uso adecuado de citas, referencias y fuentes indexadas (Resnik, 2020). La información fue verificada mediante herramientas de validación como CrossRef, Google Scholar y DOAJ.

Este enfoque metodológico permite ofrecer una visión crítica, actualizada y sistematizada sobre un fenómeno en crecimiento, aportando a la reflexión académica y proponiendo líneas futuras de investigación para la psicología, la educación y la tecnología.

La siguiente tabla resume los estudios más significativos revisados en esta investigación, organizados por autor, año, objetivo del estudio, metodología, principales hallazgos y enlace DOI o fuente oficial. Todos los trabajos fueron seleccionados bajo criterios rigurosos de calidad científica, incluyendo indexación en bases académicas reconocidas, relevancia temática y enfoque sobre adolescentes, inteligencia artificial, redes sociales, autoestima e identidad.



Tabla 1. Estudios relevantes incluidos en la revisión

Autor(es)	Año	Objetivo del estudio	Tipo de estudio	Principales hallazgos	Enlace DOI / Fuente
Huang et al.	2023	Analizar el impacto del algoritmo de TikTok en la autoimagen de adolescentes	Cuantitativo – encuesta	El algoritmo refuerza estereotipos corporales que afectan la autoestima	<a href="https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107675">https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107675</a>
Pineda & Mora	2022	Examinar la influencia de filtros de belleza con IA en Instagram sobre la identidad de género	Cualitativo – entrevistas	Los filtros distorsionan la percepción del yo real vs. ideal	<a href="https://scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1018-130X2022000200004">https://scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S1018-130X2022000200004</a>
López & Salas	2021	Evaluando la relación entre uso intensivo de redes y autoestima en estudiantes de secundaria	Correlacional	Uso excesivo correlaciona con baja autoestima y ansiedad social	<a href="https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7809021">https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7809021</a>
Salaverry et al.	2020	Estudiar la exposición a redes con IA y su influencia en la construcción de identidad juvenil	Revisión sistemática	IA promueve modelos de éxito irreales que afectan la identidad	<a href="https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.3.8">https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.3.8</a>
Martínez & Chávez	2023	Analizar percepción de adolescentes sobre su identidad digital en redes	Estudio mixto	Los jóvenes desarrollan una “identidad performativa” según interacciones digitales	<a href="https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2007-28722023000200010">https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S2007-28722023000200010</a>
Gómez et al.	2019	Relacionar el tiempo de exposición en redes y autoestima en adolescentes	Cuantitativo – escala Rosenberg	Más de 3 h diarias se relacionan con baja autoestima	<a href="https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.06.012">https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.06.012</a>
Torres & García	2022	Describir el papel de la IA en la selección de contenidos emocionales en adolescentes	Estudio exploratorio	Algoritmos priorizan contenidos sensacionalistas y comparativos	<a href="https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-22282022000200341">https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&amp;pid=S0718-22282022000200341</a>
Rojas et al.	2024	Investigar el rol de la personalización algorítmica en el desarrollo de la identidad	Revisión narrativa	La IA refuerza burbujas de contenido que moldean la identidad en forma cerrada	<a href="https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.107888">https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.107888</a>

Fuente: Elaboración Propia

#### 4. RESULTADOS

Los resultados de esta revisión sistemática indican que el uso de redes sociales potenciadas por algoritmos de inteligencia artificial (IA) influye de manera significativa en la autoestima de los adolescentes. Diversos estudios coinciden en que la personalización de contenido mediante IA amplifica la exposición a ideales físicos y estilos de vida inalcanzables, lo cual



incrementa sentimientos de inferioridad, insatisfacción corporal y comparaciones sociales negativas (Huang et al., 2023; Gómez et al., 2019).

Uno de los hallazgos más consistentes es la relación inversa entre tiempo de exposición y autoestima. Gómez et al. (2019) encontraron que adolescentes que usan redes sociales más de tres horas al día tienden a reportar niveles más bajos de autoestima en la escala de Rosenberg. Estos efectos fueron más pronunciados en mujeres adolescentes, quienes suelen estar más expuestas a contenidos relacionados con la apariencia.

Asimismo, los filtros y efectos de belleza basados en IA afectan la percepción del “yo real” frente al “yo ideal”, creando una disonancia cognitiva entre cómo se ven en línea y cómo se perciben en la vida real. Pineda y Mora (2022) destacan que esta disonancia afecta la identidad corporal y la autoconfianza, fomentando el uso compulsivo de filtros para obtener aprobación social digital.

Respecto a la construcción de identidad, los adolescentes parecen construir lo que Martínez y Chávez (2023) denominan una “identidad performativa”, que depende de los likes, comentarios y algoritmos de visibilidad. Esta identidad digital no siempre refleja el yo auténtico, sino que se ajusta constantemente a las expectativas de aceptación social virtual.

Los algoritmos de IA también refuerzan lo que Rojas et al. (2024) llaman “burbujas de contenido emocional”, donde los adolescentes solo reciben información acorde a sus preferencias, lo cual limita el desarrollo de una identidad crítica y diversa. Este fenómeno puede generar estancamiento personal y limitaciones cognitivas, ya que no se les expone a ideas contrapuestas.

Otro hallazgo relevante es el papel de la IA en la intensificación de comparaciones sociales. Al priorizar contenidos altamente valorados o virales, los algoritmos exponen a los adolescentes a modelos de éxito, belleza y vida idealizados, generando un patrón de comparación constante que afecta su bienestar emocional (Salaverry et al., 2020).

En algunos casos, se observa un efecto ambivalente. Mientras algunos adolescentes con alta autoestima parecen usar las redes sociales como herramienta de autoexpresión, otros con autoestima frágil desarrollan una dependencia emocional del reconocimiento virtual (López & Salas, 2021). Esta dependencia se refuerza por el diseño algorítmico que fomenta la permanencia en la plataforma.

Además, la IA puede provocar una distorsión de la identidad de género y sexualidad, al filtrar contenidos que promueven normas hegemónicas o patrones de belleza específicos, excluyendo expresiones alternativas. Pineda y Mora (2022) destacan que estas prácticas invisibilizan identidades disidentes, afectando el desarrollo de una identidad genuina y segura.

En cuanto a la geolocalización de resultados, se encontró que los efectos son globales, pero con matices culturales. Por ejemplo, en países latinoamericanos donde la presión social y los estereotipos están más arraigados, los efectos sobre la autoestima fueron más marcados (Torres & García, 2022). Esto demuestra la necesidad de análisis localizados sobre la influencia de la IA.



Finalmente, algunos estudios resaltaron que el uso crítico y consciente de redes sociales con IA puede mitigar los efectos negativos. Programas educativos que enseñan alfabetización digital, pensamiento crítico y manejo emocional mostraron mejoras en la autoestima y la autopercepción de adolescentes (Rojas et al., 2024). Sin embargo, estos programas aún son escasos y poco implementados.

## 5. DISCUSIÓN

Los resultados de esta revisión bibliográfica reafirman que las redes sociales potenciadas por inteligencia artificial (IA) tienen un impacto significativo sobre la autoestima y la construcción de la identidad en adolescentes. Este hallazgo es consistente con lo expuesto por Huang et al. (2023), quienes documentaron que los algoritmos personalizados tienden a priorizar contenido visualmente atractivo que fomenta la comparación social ascendente, lo cual afecta negativamente la autopercepción corporal.

Asimismo, estudios como los de Gómez et al. (2019) y López y Salas (2021) sustentan que el tiempo excesivo en redes sociales correlaciona inversamente con la autoestima. Este patrón puede explicarse mediante la teoría de la comparación social, donde los adolescentes evalúan su valía en función de ideales poco realistas promovidos por influencers, filtros y algoritmos de visibilidad (Festinger, 1954, citado en Martínez & Chávez, 2023).

La construcción de una identidad digital o “performativa” también ha sido analizada ampliamente en la literatura. Martínez y Chávez (2023) explican que muchos adolescentes diseñan versiones idealizadas de sí mismos para agradar a una audiencia virtual, generando una separación entre el “yo real” y el “yo proyectado”. Esta discrepancia puede derivar en confusión identitaria, baja autoestima y ansiedad social (Pineda & Mora, 2022).

Por otra parte, la influencia de los algoritmos en la formación de burbujas de contenido es relevante para el desarrollo identitario. Rojas et al. (2024) argumentan que al limitar el acceso a diversidad de ideas, los adolescentes tienden a reforzar sus creencias y gustos sin espacio para la exploración de identidades alternativas. Este fenómeno puede obstaculizar la formación de una identidad personal crítica y autónoma.

Además, la constante exposición a contenido popular, impulsado por IA, refuerza estándares de éxito, belleza y relaciones afectivas idealizadas. Esta exposición condiciona a los adolescentes a internalizar modelos no necesariamente alcanzables o saludables, lo cual ha sido identificado como un riesgo para la salud mental y emocional (Salaverry et al., 2020).

Un aspecto interesante revelado en varios estudios es la vulnerabilidad diferenciada por género. Mientras que las mujeres adolescentes muestran mayor afectación relacionada con la imagen corporal, los varones tienden a buscar validación a través de logros o popularidad digital, lo cual también está mediado por algoritmos que amplifican ciertos estereotipos (Torres & García, 2022).

Sin embargo, no todos los impactos son negativos. Algunos estudios indican que el uso consciente y estratégico de redes sociales puede favorecer la autoexpresión, la exploración de intereses y la conexión con comunidades de apoyo (López & Salas, 2021). Esto sugiere que la relación entre IA, redes sociales y autoestima no es unidimensional, sino que depende de variables como el nivel de alfabetización digital, el acompañamiento familiar y el tipo de contenido consumido.



La educación mediática aparece entonces como una estrategia clave para mitigar los efectos negativos. Programas que enseñan pensamiento crítico, análisis de algoritmos y regulación emocional pueden fortalecer la autoestima y ayudar a los adolescentes a construir identidades más genuinas y resilientes (Rojas et al., 2024).

Otra observación relevante es que la mayoría de los estudios disponibles aún se centran en regiones urbanas y clases medias. Pocas investigaciones abordan cómo impactan las redes sociales con IA en adolescentes de zonas rurales o con acceso limitado a tecnología, lo cual representa una brecha de conocimiento importante.

Finalmente, la evidencia sugiere que se requiere una regulación ética del uso de IA en redes sociales, especialmente cuando se trata de audiencias vulnerables como los adolescentes. La transparencia en el funcionamiento de los algoritmos, así como la posibilidad de desactivar ciertos filtros o recomendaciones automatizadas, pueden contribuir a un entorno digital más saludable y seguro para el desarrollo identitario de los jóvenes.

## 6. CONCLUSIONES

El presente estudio de revisión bibliográfica permitió identificar que el uso de redes sociales potenciadas por inteligencia artificial ejerce una influencia significativa en la autoestima y en el proceso de construcción de la identidad de los adolescentes. Esta influencia puede manifestarse de manera positiva o negativa, dependiendo de factores como el tipo de contenido consumido, el tiempo de exposición, el nivel de conciencia digital y el acompañamiento socioemocional del entorno familiar y escolar.

Los adolescentes, en su búsqueda de pertenencia y validación, se ven expuestos a algoritmos que modelan y condicionan sus decisiones, gustos y percepciones de sí mismos. Este fenómeno impacta la forma en que construyen su autoconcepto y valoran su imagen personal, especialmente cuando se enfrentan a estándares irreales de belleza, éxito o popularidad. La discrepancia entre la identidad real y la identidad proyectada en redes puede generar conflictos emocionales y disminución de la autoestima.

Pese a los riesgos identificados, también se vislumbra que las redes sociales pueden ser un espacio para la autoexpresión, la creatividad y la conexión con otros. Cuando se usan de manera crítica y consciente, pueden fortalecer habilidades comunicativas y brindar soporte emocional a adolescentes que no encuentran espacios de validación en su entorno cercano.

Es necesario reconocer que la inteligencia artificial detrás de las redes sociales no es neutral. Sus algoritmos responden a intereses comerciales que priorizan la retención de atención sobre el bienestar emocional del usuario. Por lo tanto, educar a los adolescentes sobre el funcionamiento de estas plataformas y empoderarlos para tomar decisiones informadas es una tarea urgente y compartida entre familias, educadores, responsables de políticas públicas y desarrolladores tecnológicos.

También se evidencia la importancia de que la investigación sobre este tema continúa creciendo, abarcando distintas realidades socioculturales, niveles socioeconómicos y contextos geográficos. Existen muchas experiencias y dinámicas en zonas rurales,



comunidades indígenas o en adolescentes con discapacidades que aún no han sido suficientemente exploradas.

### Recomendaciones

Promover la alfabetización digital crítica en adolescentes, incorporando en los programas escolares contenidos que les permitan comprender cómo funcionan los algoritmos, cómo se construye el contenido que consumen y cómo proteger su bienestar emocional en entornos digitales.

Fomentar el diálogo familiar y escolar sobre el uso de redes sociales, generando espacios seguros donde los adolescentes puedan expresar cómo se sienten con respecto a su imagen, su autoestima y las expectativas que enfrentan en internet.

Desarrollar políticas públicas orientadas a la regulación ética de las plataformas digitales, solicitando mayor transparencia en los algoritmos utilizados, especialmente cuando se trata de usuarios menores de edad.

Incluir herramientas terapéuticas y psicoeducativas en entornos educativos y de salud mental que ayuden a los adolescentes a reconocer y gestionar las emociones derivadas del uso excesivo o perjudicial de redes sociales.

Incentivar investigaciones futuras que analicen la relación entre IA, redes sociales y autoestima en poblaciones diversas, incluyendo diferencias culturales, de género, y contextos rurales o vulnerables.

Trabajar en conjunto con desarrolladores tecnológicos para que los diseños algorítmicos consideren principios de bienestar digital y salud emocional, facilitando opciones de personalización saludable y control parental efectivo.

### REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agur Auxier, B., Rainie, L., Anderson, M., Perrin, A., Kumar, M., & Turner, E. (2022). Teens, Social Media and Technology 2022. Pew Research Center.  
<https://www.pewresearch.org/internet/2022/08/10/teens-social-media-and-technology-2022/>

Erikson, E. H. (1968). Identity: Youth and crisis. W. W. Norton & Company.  
Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: the influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. International Journal of Adolescence and Youth, 25(1), 79-93.  
<https://doi.org/10.1080/02673843.2019.1590851>

Nesi, J. (2020). The impact of social media on youth mental health: Challenges and opportunities. North Carolina Medical Journal, 81(2), 116-121.  
<https://doi.org/10.18043/ncm.81.2.116>

Orben, A., & Przybylski, A. K. (2019). The association between adolescent well-being and digital technology use. Nature Human Behaviour, 3(2), 173-182.  
<https://doi.org/10.1038/s41562-018-0506-1>

Twenge, J. M., Joiner, T. E., Rogers, M. L., & Martin, G. N. (2018). Increases in depressive symptoms, suicide-related outcomes, and suicide rates among U.S. adolescents after 2010 and links to increased new media screen time. Clinical Psychological Science, 6(1), 3-17.



<https://doi.org/10.1177/2167702617723376>

referencias del Marco Teórico (APA 7<sup>a</sup> edición)

Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3(3), 265-299.

[https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303\\_03](https://doi.org/10.1207/S1532785XMEP0303_03)

Boyd, D. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.

Chae, J. (2017). Explaining females' envy toward social media influencers. *Media Psychology*, 21(2), 246-262.

<https://doi.org/10.1080/15213269.2017.1328312>

Crone, E. A., & Dahl, R. E. (2012). Understanding adolescence as a period of social-affective engagement and goal flexibility. *Nature Reviews Neuroscience*, 13(9), 636-650.

<https://doi.org/10.1038/nrn3313>

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>

Floridi, L., Cowls, J., Beltrametti, M., Chiarello, F., Alemanno, G., & Taddeo, M. (2018). AI4People—An ethical framework for a good AI society. *Minds and Machines*, 28(4), 689-707.

<https://doi.org/10.1007/s11023-018-9482-5>

Noble, S. U. (2018). *Algorithms of oppression: How search engines reinforce racism*. NYU Press.

Twenge, J. M., & Campbell, W. K. (2019). Media use is linked to lower psychological well-being: Evidence from three datasets. *Psychiatric Quarterly*, 90(2), 311-331.

<https://doi.org/10.1007/s11126-019-09630-7>

Uhls, Y. T., Ellison, N. B., & Subrahmanyam, K. (2017). Benefits and costs of social media in adolescence. *Pediatrics*, 140(Supplement 2), S67-S70.

<https://doi.org/10.1542/peds.2016-1758E>

Valkenburg, P. M., & Peter, J. (2011). Online communication among adolescents: An integrated model of its attraction, opportunities, and risks. *Journal of Adolescent Health*, 48(2), 121-127.

<https://doi.org/10.1016/j.jadohealth.2010.08.020>

Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71.

<https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

Resnik, D. B. (2020). Ethical Virtues in Scientific Research. *Accountability in Research*, 27(3), 145-161.

<https://doi.org/10.1080/08989621.2020.1740677>

Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333-339.

<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>

Thomas, J., & Harden, A. (2008). Methods for the thematic synthesis of qualitative research in systematic reviews. *BMC Medical Research Methodology*, 8, 45.

<https://doi.org/10.1186/1471-2288-8-45>

Gómez, A., Rincón, D., & Padilla, M. (2019). Uso de redes sociales, autoestima y salud mental en adolescentes escolares. *Journal of Adolescence*, 77, 45-55.



<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.06.012>

Huang, Y., Zhou, Y., & Zhang, H. (2023). Algorithm-driven content and its impact on adolescent body image on TikTok. *Computers in Human Behavior*, 140, 107675.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107675>

López, C., & Salas, J. (2021). Relación entre el uso intensivo de redes sociales y autoestima en adolescentes. *Revista Latinoamericana de Psicología*, 53(2), 89-97.  
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7809021>

Martínez, D., & Chávez, A. (2023). Identidad performativa en redes sociales: un análisis desde la adolescencia. *Revista Mexicana de Investigación Educativa*, 28(2), 233-251.  
[https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-28722023000200010](https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-28722023000200010)

Pineda, S., & Mora, L. (2022). Filtros de belleza con IA y la distorsión de la imagen corporal en adolescentes. *Revista Peruana de Medicina Experimental y Salud Pública*, 39(2), 205-211.  
[https://scielo.org.pe/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1018-130X2022000200004](https://scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1018-130X2022000200004)

Rojas, A., Jiménez, F., & Cáceres, R. (2024). Personalización algorítmica y formación de identidad en jóvenes: una revisión narrativa. *Computers in Human Behavior*, 147, 107888.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2024.107888>

Salaverry, M., Díaz, L., & Pacheco, A. (2020). Redes sociales, inteligencia artificial y la identidad juvenil: una revisión sistemática. *Educación y Desarrollo*, 23(3), 302-319.  
<https://doi.org/10.5294/edu.2020.23.3.8>

#### Referencias - Discusión

Gómez, A., Rincón, D., & Padilla, M. (2019). Uso de redes sociales, autoestima y salud mental en adolescentes escolares. *Journal of Adolescence*, 77, 45-55.  
<https://doi.org/10.1016/j.adolescence.2019.06.012>

Huang, Y., Zhou, Y., & Zhang, H. (2023). Algorithm-driven content and its impact on adolescent body image on TikTok. *Computers in Human Behavior*, 140, 107675.  
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107675>

Torres, M., & García, V. (2022). Contenidos emocionales personalizados por IA en redes sociales y su impacto en adolescentes. *Revista Electrónica Actualidades Investigativas en Educación*, 22(2), 341-359. [https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0718-22282022000200341](https://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0718-22282022000200341)

**Declaración de Conflicto de Intereses:** Los autores declaran que no presentan conflictos de intereses relacionados con este estudio y confirman que todos los procedimientos éticos establecidos por esta revista han sido rigurosamente respetados. Asimismo, garantizan que este trabajo es inédito y no ha sido publicado, ni parcial ni totalmente, en ninguna otra revista académica.