



Enviado 21/05/2026
Aprobado 06/07/2026
Publicado 07/09/2026

IMAGEN CORPORAL DE LOS ADOLESCENTES Y JÓVENES ESPAÑOLES. EL PAPEL DE LA VALIDACIÓN Y LA COMPARACIÓN ONLINE

Body image of Spanish adolescents and young people. The role of validation and online social comparison

Tamara Vázquez-Barrio¹: Universidad San Pablo CEU. España.

tamarav@ceu.es

Laura Monteagudo-Barandalla: Universidad San Pablo CEU. España

laura.monteagudo@ceu.es

Ainhoa Torres-Sáez-de-Ibarra: Universidad San Pablo CEU. España

ainhoa.torressaezdeibarra@ceu.es

Cómo citar el artículo:

Vázquez-Barrio, Tamara; Monteagudo-Barandalla, Laura y Torres-Sáez-de-Ibarra, Ainhoa. (2026). Imagen corporal de los adolescentes y jóvenes españoles. El papel de la validación y la comparación online [Body image of Spanish adolescents and young people. The role of validation and online social comparison]. *Revista de Comunicación y Salud*, 16, 1-18. <https://doi.org/10.35669/rcys.2026.16.e413>

Financiación. Este artículo es resultado de la investigación titulada “Incidencia, características y efectos de la violencia online entre jóvenes y adolescentes” realizada por el GIR ThinkOnMedia, financiada por la Universidad San Pablo CEU. Asimismo, cuenta con el respaldo del proyecto “Conocimientos, actitudes y opiniones de la población española sobre los algoritmos de internet y diseño de Alfabetizaciones Algorítmicas Críticas (AlgorLit)” (ref. PDI2022-140183OB-100), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

¹ **Tamara Vázquez Barrio:** Catedrática de Periodismo. IP de ThinkOnMedia. Coordinadora del Programa de Doctorado en Comunicación Social de la Escuela Internacional de Doctorado CEINDO y editora científica de la Revista Doxa Comunicación.

Resumen

Introducción: Las redes sociales se han consolidado como un entorno central en la vida de adolescentes y jóvenes, influyendo en la construcción de la imagen corporal. Este estudio analiza la preocupación por la apariencia física en relación con la retroalimentación social —positiva (validación) y negativa (*body shaming*)— y la comparación social, así como sus efectos emocionales. **Metodología:** Se emplea un diseño cuantitativo basado en una encuesta online a una muestra representativa de 1.205 jóvenes de 16 a 29 años en España, estratificada por género y edad. El análisis combina estadística descriptiva e inferencial (chi-cuadrado). **Resultados:** Más del 70% de los jóvenes se preocupa por su apariencia, con mayor incidencia en mujeres. La validación digital influye en la autopresentación, con conductas de autocensura y una creciente preocupación por los “me gusta” con la edad. Más del 65% ha experimentado *body shaming*. La comparación social genera respuestas emocionales ambivalentes, con mayor intensidad negativa en el grupo de 20 a 24 años. **Discusión:** La imagen corporal se configura como un fenómeno relacional mediado por dinámicas de visibilidad, evaluación y comparación. La validación se interioriza progresivamente, mientras que el *body shaming* actúa como mecanismo de regulación simbólica. La comparación presenta un carácter ambivalente con variaciones según la edad. **Conclusiones:** La influencia de las redes sociales no se limita a la adolescencia, sino que se intensifica en la juventud, especialmente entre los 20 y 24 años. Se destaca la necesidad de promover alfabetización digital crítica, diversidad corporal y competencias emocionales para reducir la dependencia de la validación externa.

Palabras clave:

imagen corporal; validación social; comparación social; *body shaming*; redes sociales; adolescencia; juventud.

Abstract

Introduction: Social media has become a central environment in the lives of adolescents and young people, shaping the construction of body image. This study examines concern about physical appearance in relation to social feedback—both positive (validation) and negative (*body shaming*)—as well as social comparison and its emotional effects. **Methodology:** A quantitative design was employed based on an online survey administered to a representative sample of 1,205 individuals aged 16 to 29 in Spain, stratified by gender and age. The analysis combines descriptive and inferential statistics (chi-square test). **Results:** More than 70% of participants report concern about their appearance, with higher levels among women. Digital validation influences self-presentation, leading to self-censorship behaviors and increasing concern about “likes” with age. Over 65% have experienced *body shaming*. Social comparison generates ambivalent emotional responses, with greater negative intensity among those aged 20 to 24. **Discussion:** Body image emerges as a relational phenomenon shaped by dynamics of visibility, evaluation, and comparison. Validation becomes progressively internalized, while *body shaming* operates as a mechanism of symbolic regulation. Social comparison shows an ambivalent character, with variations across age groups. **Conclusions:** The influence of social media extends beyond adolescence and intensifies during youth, particularly between ages 20 and 24. These findings highlight the need to promote critical digital literacy, body diversity, and emotional competencies to reduce dependence on external validation.

Keywords:

body image; social validation; social comparison; *body shaming*; social media; adolescence; youth.

1. INTRODUCCIÓN

Las redes sociales se han consolidado como un elemento estructural en la vida cotidiana de adolescentes y jóvenes. Más del 94% de las personas de entre 16 y 24 años utiliza redes sociales de forma diaria, con un tiempo medio de uso que supera las tres horas y media al día en plataformas como TikTok, Instagram o Snapchat (DataReportal, 2025). En el caso de España, la penetración es igualmente elevada. El 86% de los adolescentes de entre 12 y 17 años y el 91% de los jóvenes de entre 18 y 30 años declaran un uso habitual de estas plataformas (IAB Spain, 2025). El acceso a través de dispositivos móviles y la conexión permanente refuerzan su integración en las rutinas diarias, convirtiéndolas en espacios centrales de interacción, información y construcción identitaria.

En este entorno de alta exposición y conectividad constante, las redes sociales no solo median el acceso a contenidos, sino también la forma en que los individuos se representan y se relacionan con su propia imagen. Los jóvenes no son únicamente consumidores de contenido, también son productores activos de autorrepresentaciones. La posibilidad de compartir imágenes, recibir retroalimentación inmediata y cuantificar la aprobación social mediante métricas como los *likes*, los comentarios o las visualizaciones ha transformado profundamente la forma en que construyen y experimentan la imagen corporal, entendida como un constructo multidimensional que integra percepciones, pensamientos, emociones y actitudes respecto al propio cuerpo, así como los comportamientos que se derivan de dicha percepción (Cash y Pruzinsky, 2002).

En los entornos digitales, la imagen corporal está mediada por dos procesos clave: la retroalimentación y la comparación. La retroalimentación —tanto positiva como negativa— proporciona señales constantes de aprobación o desaprobación, mientras que la comparación permite a los individuos situarse en relación con otros, especialmente en contextos caracterizados por la exposición a representaciones seleccionadas e idealizadas. Ambos procesos operan de forma interdependiente. La retroalimentación aporta información evaluativa y la comparación condiciona su interpretación e interiorización; conjuntamente configuran, no solo las respuestas emocionales, sino también los patrones de autoexpresión, incluyendo la selección, regulación y, en ocasiones, la restricción del contenido compartido. Estas dinámicas de validación, crítica y comparación social adquieren una especial relevancia durante la adolescencia y la juventud, etapas marcadas por la construcción de la identidad y una elevada sensibilidad a la opinión de los otros.

1.1. Los efectos de las redes sociales en la imagen corporal

La adolescencia constituye un periodo de especial vulnerabilidad psicológica en el que la identidad personal y la autoestima se encuentran en un proceso de consolidación. Durante esta etapa, la apariencia física adquiere un peso social notable, al convertirse en un eje de reconocimiento, pertenencia y validación dentro del grupo de iguales. Los cambios derivados de la pubertad, junto con un aumento de la autoconciencia corporal, intensifican la sensibilidad hacia la mirada ajena y la evaluación social (Gerwin *et al.*, 2018).

La teoría de la comparación social de Festinger (1954) ofrece un marco clave para comprender el modo en el que los individuos construyen y evalúan su autoimagen. Según esta teoría, las personas tienden a juzgarse a sí mismas en relación con los demás, sobre todo cuando carecen de criterios objetivos de referencia. Este proceso se intensifica en la adolescencia, cuando el autoconcepto es aún inestable. Las redes sociales amplifican de manera significativa este mecanismo al ofrecer una

exposición constante a la vida, el cuerpo y el éxito de otros. Las comparaciones ascendentes —con individuos percibidos como más atractivos o populares— suelen generar emociones negativas como envidia, frustración, tristeza o vergüenza corporal, al evidenciar la distancia entre el yo real y el ideal social (Appel *et al.*, 2016). Las comparaciones descendentes o laterales pueden ofrecer alivio o sensación de superioridad, pero no fortalecen el bienestar psicológico, a menudo producen incomodidad o culpa. La exposición constante a referentes estéticos idealizados refuerza una autoevaluación dependiente de estándares externos y, en muchos casos, inalcanzables.

Las redes sociales desempeñan un papel determinante en este proceso. Plataformas como Instagram, TikTok o Snapchat funcionan como espacios de exhibición y validación simbólica. En ellas, la visibilidad y la apariencia operan como indicadores de aceptación social. Las métricas de aprobación se convierten en signos de reconocimiento que influyen en el autoconcepto y guían las conductas de autoexposición (Sherlock y Wagstaff, 2019). Este sistema de validación digital fomenta la búsqueda continua de aprobación y la dependencia emocional del juicio ajeno. La naturaleza selectiva y estética de los contenidos compartidos en redes facilita la comparación con imágenes idealizadas del cuerpo y amplía la distancia entre la autoimagen real y la percibida (Möri *et al.*, 2022). Los algoritmos de las plataformas agravan este fenómeno al priorizar contenidos de alta interacción, generalmente centrados en la belleza o el rendimiento físico. Así, los usuarios con mayor inseguridad corporal quedan expuestos de manera reiterada a imágenes que consolidan los ideales normativos (Xu *et al.*, 2025).

Las consecuencias psicológicas de estas dinámicas son amplias y altamente preocupantes. La exposición constante a imágenes idealizadas y la práctica de la comparación corporal en redes sociales se asocian con mayores niveles de insatisfacción corporal (Mironica *et al.*, 2024), baja autoestima (Sathyan y Basistha, 2025), sentimientos de inseguridad, vergüenza o inferioridad (Demetriou *et al.*, 2025) y síntomas de ansiedad o depresión (Burnell *et al.*, 2024; Fardouly y Vartanian, 2016). Así mismo, la distancia entre el cuerpo real y el ideal digital puede favorecer conductas alimentarias desordenadas (Lo Coco y Rodgers, 2025; Sharma y Vidal, 2023) y síntomas de dismorfia corporal, caracterizados por una preocupación excesiva por defectos percibidos (Bonfanti *et al.*, 2025; Perloff, 2014; Prichard *et al.*, 2020; Saiphoo y Vahedi, 2019; Valkenburg *et al.*, 2022).

Estas dinámicas no solo operan a nivel intrapsicológico, sino que también se manifiestan en prácticas sociales que intensifican la evaluación del cuerpo. Dentro del ecosistema digital emerge un fenómeno que sintetiza gran parte de estas tensiones: el *body shaming*. Este concepto alude a las conductas de ridiculización, crítica o descalificación dirigidas a la apariencia física de una persona, ya sea por su peso, forma corporal, tono de piel, rasgos faciales u otros aspectos vinculados a la estética. A diferencia de otras formas de agresión digital, el *body shaming* ataca un componente esencial de la identidad, el cuerpo como representación del yo. En los entornos en línea, estas prácticas adoptan diversas manifestaciones, desde comentarios ofensivos explícitos hasta expresiones más sutiles, revestidas de humor, consejos o juicios sobre el ideal de belleza socialmente aceptado (Cuzzolaro y Fassico, 2018).

Las consecuencias psicológicas de estas prácticas son profundas (Kudlová *et al.*, 2024). La exposición reiterada al *body shaming* genera vergüenza corporal (*body shame*) y promueve la autoobjetivación, entendida como la tendencia a observar y evaluar el propio cuerpo desde la perspectiva del otro (Arumugam *et al.*, 2022). A diferencia del *cyberbullying*, las consecuencias del *body shaming* online siguen siendo poco exploradas y, con frecuencia, subestimadas (Novotný

et al., 2025). Durante la adolescencia, una etapa en la que la identidad personal y la autoestima atraviesan un proceso de consolidación, la internalización de la mirada ajena puede resultar especialmente dañina. Muchos jóvenes aprenden a valorar su propio cuerpo y su identidad a partir del reconocimiento social que obtienen y del grado en que logran adecuarse a los ideales estéticos predominantes. En este sentido, el *body shaming* funciona como un mecanismo de control simbólico que condiciona la conducta corporal y emocional mediante el temor al juicio, la crítica o la exclusión.

Este fenómeno pone de manifiesto la manera en que las redes sociales han transformado la relación entre el cuerpo y la identidad. El ideal de visibilidad constante ha desplazado la intimidad, situando la exposición pública como vía principal de validación personal. La autopercepción ya no se construye de forma introspectiva, sino que se redefine a través de la respuesta del público digital y de la aceptación medida en métricas. En consecuencia, el *body shaming* no solo perpetúa la discriminación estética, sino que también consolida una cultura de vigilancia y autoevaluación permanente que deteriora la salud mental y emocional de los jóvenes. Comprender este fenómeno requiere reconocer que la violencia simbólica hacia el cuerpo no se manifiesta únicamente en la agresión verbal, sino también en las normas implícitas, los silencios y las expectativas sociales que determinan qué cuerpos son considerados dignos de aprobación.

A pesar del creciente interés académico en este ámbito de estudio, gran parte de la investigación se ha desarrollado en contextos anglosajones, lo que limita la comprensión de estas dinámicas en otros entornos socioculturales. Los estudios centrados en adolescentes y jóvenes españoles son escasos, pese a los altos niveles de uso de redes sociales en esta población. En este sentido, resulta pertinente analizar de manera integrada cómo se articulan la preocupación por la apariencia física —como indicador operativo de la imagen corporal—, la validación digital y la comparación social, así como sus implicaciones emocionales. A partir de este marco, el estudio se plantea las siguientes preguntas de investigación:

- RQ1. ¿En qué medida los adolescentes y jóvenes están preocupados por su apariencia física en su vida cotidiana?
- RQ2. ¿En qué medida perciben la retroalimentación social (por ejemplo, “me gusta” y comentarios) como relevante o influyente?
- RQ3. ¿Con qué frecuencia informan de experiencias de retroalimentación negativa relacionadas con su apariencia física?
- RQ4. ¿En qué medida los adolescentes y jóvenes participan en procesos de comparación social en redes sociales?
- RQ5. ¿Qué respuestas emocionales se asocian a los procesos de comparación social?
- RQ6. ¿Cómo se relaciona la retroalimentación social con los patrones de autoexpresión, incluyendo la selección de contenido y la autocensura?
- RQ7. ¿Existen diferencias significativas por género y edad en estos procesos?

2. OBJETIVOS

El estudio tiene como objetivo analizar la imagen corporal en entornos digitales, prestando especial atención a la preocupación por la apariencia física y a los procesos sociales que la configuran. En particular, se examina el papel de la retroalimentación social, tanto en su dimensión positiva —a través de la validación— como negativa —mediante experiencias de *body shaming*—, así como la influencia de la comparación social y sus efectos emocionales en adolescentes y jóvenes españoles de edades comprendidas entre los 16 y los 29 años.

Los objetivos específicos son:

1. Examinar el nivel de preocupación por el aspecto físico.
2. Analizar la presión ejercida por la validación externa.
3. Identificar las experiencias negativas vinculadas a la apariencia corporal.
4. Analizar las emociones asociadas a las comparaciones sociales considerando las diferencias por género y edad.

3. METODOLOGÍA

El estudio se basa en un diseño cuantitativo a partir de una encuesta online realizada a una muestra representativa de jóvenes de entre 16 y 29 años en España (n = 1.205).

El rango de edad seleccionado se corresponde con las categorías utilizadas en encuestas y estudios de referencia sobre juventud en España como los realizados por el Injuve. Se considera óptimo, además, porque permite abarcar un periodo clave en el desarrollo personal, en el que la construcción de la identidad y la sensibilidad a la evaluación social tiene un peso importante.

La muestra se diseñó mediante un sistema de cuotas por género y edad (16-19, 20-24 y 25-29 años), a partir de datos del Instituto Nacional de Estadística (INE, 2021). El trabajo de campo se llevó a cabo en marzo de 2023 por la consultora GAD3, utilizando el método CAWI (encuesta online autoadministrada). El diseño muestral garantiza la representatividad de la población y presenta un margen de error de $\pm 2,9\%$ para un nivel de confianza del 95,5%.

El cuestionario fue elaborado específicamente para este estudio e incluyó 45 preguntas cerradas organizadas en seis bloques temáticos: uso de redes sociales, autopercepción, imagen corporal, ciberacoso, sexting y sextorsión, y variables sociodemográficas. El presente trabajo se centra en los bloques relativos a imagen corporal y variables sociodemográficas. Las variables analizadas se definieron a partir de ítems específicos del cuestionario, cuyas características y escalas de medida se recogen en la Tabla 1. Antes de su aplicación, el instrumento fue revisado y sometido a un pretest para asegurar su claridad y adecuación.

Tabla 1. Operacionalización de variables, ítems y escalas de medida

Dimensión	Variable	Ítem del cuestionario	Medición	Escala
Preocupación por la apariencia física	Preocupación por la apariencia física	Q7. “¿En qué medida te preocupa tu apariencia física en tu vida cotidiana?”	Nivel de preocupación	Likert de 4 puntos (1 = Mucho, 2 = Bastante, 3 = Poco, 4 = Nada; + No sabe)
Experiencias negativas (body shaming)	Exposición a comentarios negativos	Q8. “¿Has recibido alguna vez comentarios o valoraciones sobre tu apariencia física en redes sociales que te hayan hecho sentir mal?”	Frecuencia de la experiencia	Ordinal de 4 puntos (1 = Nunca, 2 = Algunas veces, 3 = Muchas veces, 4 = Siempre; + No sabe)
Validación digital	Preocupación por los likes	Q9. “¿En qué medida te afecta el número de ‘me gusta’ que recibes?”	Impacto percibido de las métricas de	Likert de 4 puntos (1 = Mucho, 2 = Bastante, 3 = Poco, 4 = Nada; + No sabe)

				aprobación social	
Comparación social	Tendencia a compararse	Q10. “En una escala de 0 a 10, ¿en qué medida te comparas con las personas que sigues en redes sociales?”	Grado de comparación	de	Escala continua (0 = Ninguna comparación; 10 = Alta comparación; + No sabe)
Respuestas emocionales a la comparación social	Reacciones emocionales	Q11. “¿Qué sientes cuando te comparas con otros perfiles en redes sociales?” (selecciona hasta 3)	Tipo de emociones experimentadas	de	Respuesta múltiple (alegría, superioridad, tristeza, ira, preocupación, celos, odio, envidia, admiración, rabia, otro; + No sabe)
Conducta de autopresentación digital	Reflexión antes de publicar imágenes	Q40. “Me lo pienso antes de subir una foto en la que salgo yo por los comentarios que pueda provocar”	Frecuencia de la conducta	de	Dicotómica (1 = Sí, con frecuencia, 2 = No, 3 = No sabe / No contesta)
Variables sociodemográficas	Género	Q1. Autoinformado	Sexo de la persona encuestada	de	Masculino / Femenino
	Edad	Q2. Autoinformada	Grupo de edad		16-19 / 20-24 / 25-29

Fuente: *Elaboración propia.*

El análisis combina estadística descriptiva —frecuencias y tablas de contingencia— con análisis inferencial mediante la prueba chi-cuadrado de Pearson, con el objetivo de identificar asociaciones significativas entre variables en relación con el género y la edad.

La encuesta fue anónima y la participación voluntaria. Las personas encuestadas recibieron información previa sobre los objetivos del estudio, el uso de los datos y su derecho a abandonar la participación en cualquier momento. La cumplimentación del cuestionario se consideró como forma de consentimiento informado. De acuerdo con el Reglamento General de Protección de Datos (UE) 2016/679, las personas mayores de 16 años pueden otorgar un consentimiento válido para participar en este tipo de estudios.

El estudio se desarrolló conforme a los principios éticos de Declaración de Helsinki (World Medical Association, 2013) y cuenta con la aprobación del Comité de Ética de la Universidad San Pablo CEU (n. 623/22/63).

Se emplearon herramientas de inteligencia artificial como apoyo en la redacción del manuscrito y en el análisis de los datos.

4. RESULTADOS

4.1. Preocupación por el aspecto físico

La preocupación por la apariencia física está ampliamente extendida entre los jóvenes en España. Más del 70% de las personas encuestadas afirman sentirse bastante o muy preocupadas por su aspecto. Este dato evidencia la centralidad de la imagen corporal en la construcción de la autopercepción en entornos digitales durante la adolescencia y la juventud.

Las diferencias de género son estadísticamente significativas ($\chi^2 = 10.55$, $p = .032$). Las mujeres presentan niveles más altos de preocupación que los hombres. El 76,2% de las adolescentes y jóvenes encuestadas indica estar bastante o muy preocupada, frente al 68,3% de los hombres. Este patrón sugiere una mayor sensibilidad de las mujeres ante las presiones relacionadas con la apariencia.

La edad también muestra una asociación estadísticamente significativa con la preocupación por la apariencia física ($\chi^2 = 12.47$, $p = .014$). Entre los participantes en la adolescencia tardía (16-19 años), el porcentaje de quienes se declaran muy preocupados es el más alto (véase Tabla 2). En la primera juventud (20-24 años) se observa el mayor porcentaje en la categoría de bastante preocupados, mientras que entre las personas de 25 a 29 años, la preocupación sigue siendo elevada, aunque ligeramente menos intensa. Estos resultados permiten concluir que la preocupación por la imagen corporal no se limita a la adolescencia, sino que persiste durante la juventud, si bien presenta variaciones en su intensidad según el grupo de edad.

Tabla 2. Preocupación por el aspecto físico según grupo de edad (porcentajes)

Edad	Mucho	Bastante	Poco	Nada
16–19 años	25,8	48,3	21,5	3,4
20–24 años	17,3	55,8	23,1	3,7
25–29 años	19,4	49,9	28,1	1,9

Fuente: Elaboración propia

4.2. Retroalimentación y gestión de la autorrepresentación

Las diferencias de género son estadísticamente significativas en relación con la preocupación por los “me gusta” ($\chi^2 = 15.62$, $p = .003$). Aunque la proporción total de personas que manifiestan preocupación es similar, las mujeres tienden a mostrar un nivel más constante de preocupación, mientras que los hombres presentan respuestas más polarizadas. Esto sugiere que la validación digital podría estar más interiorizada de forma sostenida entre las mujeres.

La edad muestra una asociación fuerte y estadísticamente significativa con la preocupación por la validación digital ($\chi^2 = 54.75$, $p < .001$). Entre los participantes de 16-19 años (véase Figura 1), solo el 13,9% se declara bastante o muy preocupado, lo que indica una menor interiorización de estos indicadores. En el grupo de 20-24 años, esta cifra aumenta al 21,2%, lo que sugiere una mayor conciencia de la evaluación digital. Entre las personas de 25 a 29 años, la preocupación alcanza el 32,4%, lo que refleja un papel más consolidado de la validación digital, posiblemente vinculado a

la proyección identitaria y a la visibilidad social o profesional. Este patrón indica que la importancia de la validación externa aumenta a lo largo de las etapas, en lugar de disminuir.

Figura 1. Evolución de la preocupación por el número de “me gusta” según grupo de edad



Fuente: Elaboración propia

Los resultados anteriores han puesto de manifiesto el papel de la retroalimentación positiva en forma de validación social, pero es necesario considerar también su dimensión negativa. En este sentido, la exposición a comentarios críticos o descalificadores sobre la apariencia constituye otra forma relevante de retroalimentación en entornos digitales, con implicaciones directas para la imagen corporal.

Los datos muestran que la exposición a comentarios negativos sobre la apariencia física en redes sociales es muy frecuente entre los jóvenes. Casi la mitad de las personas encuestadas (49,6%) afirma haber experimentado este tipo de comentarios al menos una vez, mientras que un 18% indica que esto ocurre con frecuencia. En conjunto, más del 65% de los participantes ha estado expuesto en algún momento al body shaming, lo que confirma que se trata de un fenómeno ampliamente extendido.

Las diferencias de género, aunque descriptivamente relevantes, no son estadísticamente significativas ($\chi^2 = 5.80$, $p = .214$). Las mujeres informan de mayores niveles de exposición repetida (20,9% frente al 16,0% en los hombres), lo que indica una mayor intensidad de la experiencia; sin embargo, la ausencia de significación estadística sugiere que el *body shaming* afecta de manera amplia a ambos géneros. Del mismo modo, no se observan diferencias estadísticamente significativas en función de la edad ($\chi^2 = 7.45$, $p = .282$).

Tabla 2. Preocupación por el aspecto físico según grupo de edad (porcentajes)

Edad	Mucho	Bastante	Poco	Nada
16–19 años	25,2	48,1	21,5	3,4
20–24 años	17,3	55,8	23,2	3,7
25–29 años	19,4	49,9	28,1	1,9

Fuente: Elaboración propia

El papel de la validación externa se hace evidente en la forma en que los jóvenes gestionan su autopresentación en redes sociales. Casi la mitad de las personas encuestadas (47,3%) afirma que reflexiona cuidadosamente si publicar o no una fotografía en la que aparece por los comentarios que pueda provocar, lo que pone de manifiesto que se trata de un fenómeno ampliamente extendido en la población estudiada.

Las mujeres presentan una mayor tendencia a pensarse subir fotografías en comparación con los hombres ($\chi^2 = 19.04$, $p < .001$). También se identifica una relación altamente significativa entre la

experiencia de comentarios y valoraciones negativas sobre el físico y la mayor tendencia a dudar antes de subir fotografías ($\chi^2 = 52.93$, $p < .001$). Las personas que han experimentado este tipo de situaciones muestran una mayor probabilidad de replantearse publicar imágenes en las que aparecen. Este resultado indica que el *body shaming* no solo produce consecuencias emocionales, sino que también influye de forma directa en la conducta online, especialmente en la gestión de la propia imagen y en la anticipación de posibles reacciones negativas.

Por otro lado, se observa una asociación estadísticamente significativa entre el nivel de preocupación por la figura o el aspecto físico y esta conducta ($\chi^2 = 35.99$, $p < .001$). Los datos muestran una tendencia clara: las personas con mayor preocupación por su apariencia presentan una mayor probabilidad de pensarse subir fotografías. Este hallazgo pone de relieve el papel central de la autoimagen corporal en la exposición en redes sociales, en estrecha relación con la presión estética, la evaluación social y la experiencia de comentarios negativos.

4.3. Comparación social y respuestas emocionales asociadas

La comparación social constituye un mecanismo central a través del cual los adolescentes y jóvenes interpretan su posición en los entornos digitales. Las mujeres muestran una mayor tendencia a compararse con otras personas en redes sociales (media = 5,8 frente a 4,6), lo que refuerza la idea de que están más expuestas a dinámicas evaluativas y al juicio social.

Las respuestas emocionales asociadas a la comparación revelan un patrón complejo y diferenciado. En términos generales, la admiración es la emoción más frecuente (41,8%), lo que indica que la comparación puede funcionar como fuente de inspiración. No obstante, coexiste con una serie de emociones negativas como la envidia (24,6%), la tristeza (18,9%) y la preocupación (14,5%), lo que indica que la comparación genera simultáneamente respuestas afectivas tanto positivas como negativas.

Al analizar las respuestas emocionales por grupo de edad (véase la Tabla 2), se observan diferencias estadísticamente significativas ($\chi^2 = 9.21$, $p = .026$).

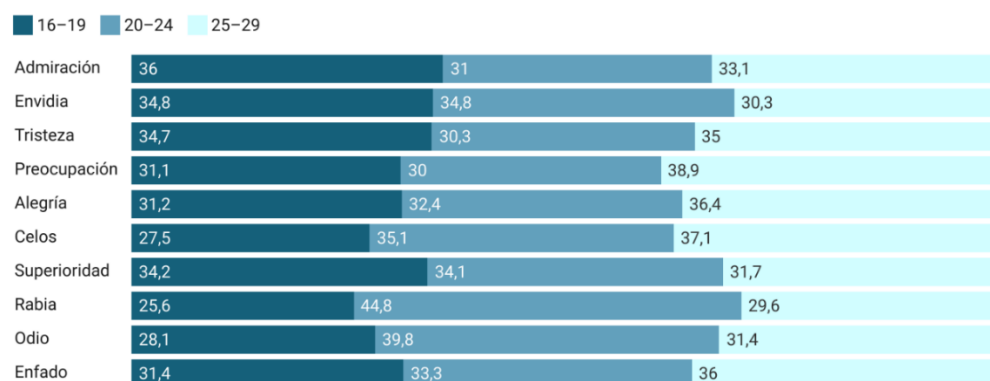
Entre los participantes en la adolescencia tardía (16-19 años), la admiración (36%) coexiste con niveles igualmente elevados de emociones negativas como la envidia (34,8%) y la tristeza (34,7%), lo que refleja un patrón emocional altamente ambivalente. Esta etapa se caracteriza por una fuerte orientación hacia el reconocimiento social y la construcción de la identidad, lo que puede intensificar la sensibilidad a la comparación.

El grupo de 20-24 años presenta la mayor concentración de respuestas emocionales negativas, con emociones como la ira (44,8%), el odio (39,8%), los celos (35,1%) y la envidia (34,8%) que alcanzan sus niveles más altos. Esto sugiere que esta etapa representa un punto de mayor vulnerabilidad emocional, en el que confluyen con mayor intensidad las expectativas de éxito, la consolidación de la identidad y la comparación social.

Entre las personas de 25 a 29 años, el perfil emocional se vuelve más equilibrado, aunque sigue siendo complejo. Las emociones más frecuentes son la preocupación (38,9%), los celos (37,1%), la alegría (36,4%) y la tristeza (35%). En comparación con etapas anteriores, este grupo muestra una distribución más equilibrada entre emociones positivas y negativas, lo que manifiesta una relación más reflexiva, aunque todavía emocionalmente afectada por la comparación social.

La presencia de emociones como la superioridad en todas las etapas indica que la comparación social no actúa exclusivamente como una fuente de malestar, sino que también puede cumplir una función de autoafirmación en determinados contextos.

Figura 2. *Distribución de las emociones por grupo de edad*



Fuente: *Elaboración propia*

5. DISCUSIÓN

Los resultados ponen de manifiesto la necesidad de comprender la imagen corporal en entornos digitales como un fenómeno complejo, en el que convergen procesos de comparación y validación externa. Lejos de constituir una dimensión exclusivamente individual, la percepción del propio cuerpo se configura en interacción con dinámicas comunicativas propias de las redes sociales, con implicaciones directas para el bienestar emocional, en línea con lo señalado por investigaciones previas (Kirrily et al., 2023; Fardouly y Vartanian, 2016; Sherlock y Wagstaff, 2019).

En primer lugar, la elevada preocupación por la apariencia física confirma la centralidad del cuerpo en la construcción de la identidad en contextos digitales. La intensidad de esta preocupación, especialmente entre las mujeres, resulta coherente con la persistencia de presiones estéticas de carácter estructural, que encuentran en las redes sociales un entorno de amplificación (Perloff, 2014; Silva de Paula y Leardi, 2024). La visibilidad constante del cuerpo y la circulación de representaciones idealizadas contribuyen a reforzar estándares normativos de apariencia, intensificando la autoevaluación. Las diferencias por edad sugieren, además, que la preocupación no desaparece con el tiempo, sino que evoluciona desde formas más intensas en la adolescencia hacia una preocupación más estabilizada en etapas posteriores, lo que indica una internalización progresiva de estas normas.

La validación digital emerge como un mecanismo central en la configuración de la autoimagen y la conducta online. La preocupación por los *likes* y la presencia de estrategias de autocensura sugieren que los usuarios no solo participan en dinámicas de visibilidad, sino que también anticipan la evaluación social y ajustan su comportamiento en consecuencia. El aumento de esta preocupación con la edad cuestiona la idea de que la influencia de las métricas disminuye con la madurez y apunta, en cambio, a una mayor interiorización de la lógica de la validación digital, posiblemente vinculada a procesos de consolidación identitaria y a una creciente exposición pública (Nesi y Prinstein, 2015; Sattarpanahi et al., 2024).

En relación con las experiencias negativas, la alta prevalencia del *body shaming* evidencia que las redes sociales funcionan también como espacios de regulación simbólica, donde la apariencia es objeto de juicio y sanción. Este resultado coincide con estudios que subrayan el impacto de la retroalimentación negativa en la autoestima y el bienestar emocional (Sathyan y Basistha, 2025; Xu *et al.*, 2025). El hecho de que estas experiencias afecten de manera amplia a ambos géneros refuerza su carácter estructural, aunque la mayor intensidad reportada por las mujeres apunta a la persistencia de desigualdades en la exposición y en el impacto de estas dinámicas.

La comparación social actúa como un mecanismo transversal que articula estas dimensiones. Los resultados muestran que no se trata de un proceso exclusivamente negativo, sino emocionalmente ambivalente, en el que coexisten respuestas como la admiración y la envidia. Este patrón ha sido señalado por estudios recientes que destacan el doble carácter de la comparación social en entornos digitales (Burnell *et al.*, 2024). No obstante, las diferencias por edad permiten identificar patrones relevantes. La adolescencia se caracteriza por una elevada ambivalencia emocional, mientras que el grupo de 20 a 24 años concentra las respuestas más negativas, lo que sugiere una etapa de especial vulnerabilidad. En los participantes de mayor edad, el perfil emocional se equilibra, lo que podría indicar una mayor capacidad de regulación, aunque sin eliminar completamente la implicación emocional en estos procesos.

Estos hallazgos subrayan la importancia de adoptar un enfoque relacional en el estudio de la imagen corporal y el bienestar emocional en entornos digitales. La apariencia no se construye únicamente a partir de procesos internos, sino que se negocia de forma continua a través de la interacción, la comparación y la retroalimentación. Desde el campo de la comunicación y la salud, esto implica la necesidad de considerar no solo los efectos individuales del uso de redes sociales, sino también las condiciones estructurales que configuran estas experiencias, como la visibilidad, la cuantificación de la aprobación social y la amplificación algorítmica.

6. CONCLUSIONES

Este estudio demuestra que la imagen corporal en entornos digitales es un proceso multidimensional y dinámico, influido por la validación digital, las experiencias negativas en torno a la apariencia y la comparación social. Los resultados evidencian que la preocupación por el aspecto físico está ampliamente extendida, que las mujeres experimentan mayores niveles de presión estética (Åberg *et al.*, 2020), que el *body shaming* constituye una experiencia habitual entre los jóvenes y que la validación digital —especialmente a través de los *likes*— se interioriza progresivamente con la edad.

Estas conclusiones permiten afirmar que se han alcanzado los objetivos planteados al inicio de la investigación. El estudio ha permitido examinar el nivel de preocupación por la apariencia física entre adolescentes y jóvenes, analizar el papel de la validación externa y de las experiencias de *body shaming* y profundizar en los procesos de comparación social y en las respuestas emocionales asociadas.

Del mismo modo, el trabajo de campo ha dado respuesta a las preguntas de investigación formuladas. En concreto, se constata una elevada preocupación por la apariencia física (RQ1), la relevancia que adquiere la retroalimentación social, especialmente los "me gusta" y los comentarios, en la construcción de la autoimagen (RQ2), así como la frecuencia con la que los jóvenes experimentan situaciones de retroalimentación negativa vinculadas a su aspecto físico

(RQ3). Los resultados también muestran una elevada participación en procesos de comparación social en redes sociales (RQ4). Respecto a las respuestas emocionales asociadas a estos procesos (RQ5), los datos revelan que la comparación social genera reacciones complejas y ambivalentes, con un pico de vulnerabilidad en el grupo de 20 a 24 años. Este hallazgo resulta especialmente relevante, ya que matiza la idea de que la adolescencia constituye el principal periodo de riesgo. Aunque la preocupación por la apariencia física es más intensa en las etapas iniciales, es entre los 20 y 24 años donde se concentran las respuestas emocionales más negativas —como la envidia, la ira o la frustración—, posiblemente como consecuencia de un momento vital marcado por mayores expectativas de logro, una mayor exposición social y procesos de consolidación identitaria, en los que la evaluación externa adquiere un peso creciente. Asimismo, se observa que la validación social condiciona las estrategias de autoexpresión, favoreciendo la autocensura (RQ6), y que todos estos procesos presentan diferencias significativas según el género y, en menor medida, la edad (RQ7).

Estos resultados tienen importantes implicaciones desde la perspectiva de la comunicación, la salud y la educación. En un momento en el que las plataformas digitales favorecen dinámicas de comparación permanente y de búsqueda de aprobación social, resulta imprescindible impulsar estrategias de alfabetización algorítmica, digital y mediática que permitan comprender críticamente el funcionamiento de estos entornos y desarrollar una relación más saludable con la imagen corporal. Del mismo modo, es necesario promover representaciones corporales más diversas e inclusivas y fortalecer las competencias emocionales de adolescentes y jóvenes para reducir la dependencia de la validación externa y favorecer un uso más consciente y resiliente de las redes sociales.

El estudio presenta algunas limitaciones. En primer lugar, su diseño transversal impide establecer relaciones causales entre las variables analizadas. Además, el empleo de medidas de autoinforme puede estar sujeto a sesgos de deseabilidad social o de recuerdo. Por otra parte, aunque la muestra es amplia y representativa de la población española de entre 16 y 29 años, los resultados no permiten analizar en profundidad la influencia de variables contextuales como el nivel socioeconómico, el tipo de uso de las plataformas o las características específicas de cada red social. Tampoco se han considerado variables personales como la autoestima, la satisfacción corporal, la seguridad o confianza en uno mismo, determinados rasgos de personalidad o el bienestar psicológico, factores que podrían modular tanto la vulnerabilidad a la comparación social como la necesidad de validación externa y sus consecuencias emocionales.

Como futuras líneas de investigación, sería conveniente desarrollar estudios longitudinales que permitan analizar la evolución de estos procesos a lo largo del tiempo e identificar relaciones causales entre la exposición a entornos digitales, la comparación social y el bienestar psicológico. También sería interesante profundizar en el papel que desempeñan las distintas plataformas y los sistemas algorítmicos en la intensificación de la comparación social y la búsqueda de validación, especialmente en un contexto de creciente personalización de contenidos mediante inteligencia artificial. Habría que incorporar variables personales con el fin de comprender mejor los factores que aumentan o reducen la vulnerabilidad a la presión estética y a la búsqueda de validación externa. Finalmente, sería pertinente diseñar y evaluar intervenciones de alfabetización digital y mediática que permitan comprobar su eficacia para reducir la presión estética, fortalecer el bienestar emocional y promover una relación más crítica con los modelos de apariencia que circulan en los entornos digitales.

7. REFERENCIAS

- Åberg, E., Koivula, A. y Kukkonen, I. (2020). A feminine burden of perfection? Appearance-related pressures on social networking sites. *Telematics and Informatics*, 46, 101319. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101319>
- Appel, H., Gerlach, A. L. y Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current Opinion in Psychology*, 9, 44-49. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.10.006>
- Arumugam, N., Manap, M. R., Mello, G. De y Dharinee, S. (2022). Body shaming: Ramifications on an individual. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 12(4), 1067-1078. <https://doi.org/10.6007/IJARBS/v12-i4/13180>
- Bonfanti, R. C., Melchiori, F., Teti, A., Albano, G., Raffard, S., Rodgers, R. y Lo Coco, G. (2025). The association between social comparison in social media, body image concerns and eating disorder symptoms: A systematic review and meta-analysis. *Body Image*, 52, 101841. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841>
- Burnell, K., Trekels, J., Prinstein, M. J. y Telzer, E. H. (2024). Adolescents' social comparison on social media: Links with momentary self-evaluations. *Affective science*, 5(4), 295-299. <https://doi.org/10.1007/s42761-024-00240-6>
- Cash, T. F. y Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Cuzzolaro, M., & Fassino, S. (Eds.). (2018). *Body image, eating, and weight: a guide to assessment, treatment, and prevention*. Springer.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Global overview report*. DataReportal / We Are Social / Meltwater. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-global-overview-report>
- Demetriou, M., Anagnostopoulou, V., Markatis, V., Peyioti, M. y Argitis, P. (2025). The impact of social media on adolescent body image: A comprehensive review. *European Psychiatry*, 68 (Suppl 1), S548. <https://doi.org/10.1192/j.eurpsy.2025.1124>
- Fardouly, J. y Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1-5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117-140. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/001872675400700202>
- Gerwin, R. L., Kaliebe, K. y Daigle, M. (2018). The interplay between digital media use and development. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics of North America*, 27(2), 345-355. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1056499317301256?via%3Dihub>
- IAB Spain. (2025). *Estudio de redes sociales 2025*. IAB Spain. <https://iabspain.es/estudio/estudio-redes-sociales-2025-iab-spain/>

Instituto Nacional de Estadística. (2021). *Población por edad (año a año) y sexo*. INEbase.

Kirrily, C., Maitland, E., & Christy, M. (2023). The impact of social media on body image and self-esteem: A comparative study of adolescent girls in United States and South Korea. *Studies in Social Science & Humanities*, 2(11), 30–37. <https://doi.org/10.56397/SSSH.2023.11.05>

Kudlová, K., Hollá, K., Turzík, J. y Hrkotáčová, N. (2024). Body shaming in online space: Systematic review. *Journal of Ecohumanism*, 3(8), 247-263. <https://ecohumanism.co.uk/joe/ecohumanism/article/view/4728>

Lo Coco, G. y Rodgers, R. F. (2025). *A proposed model of the maintenance and exacerbation of body image and eating concerns in the context of problematic social network use*. Addictive Behaviors Reports, 22, 100623. <https://doi.org/10.1016/j.abrep.2025.100623>

Mironica, A., Popescu, C. A., George, D., Tegzeşiu, A. M. y Gherman, C. D. (2024). Social media influence on body image and cosmetic surgery considerations: A systematic review. *Cureus*, 16(7), e65626. <https://doi.org/10.7759/cureus.65626>

Möri, M., Mongillo, F. y Fahr, A. (2022). Images of bodies in mass and social media and body dissatisfaction: The role of internalization and self-discrepancy. *Frontiers in psychology*, 13, 1009792. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1009792>

Nesi, J. y Prinstein, M. J. (2015). Using social media for social comparison and feedback-seeking: Gender and popularity moderate associations with depressive symptoms. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 43(8), 1427-1438. <https://doi.org/10.1007/s10802-015-0020-0>

Novotný, J. S., Kvintová, J., Váchová, L., Szotkowski, R., Kopecký, K. y Romero-Rodríguez, J.-M. (2025). Exploring the negative consequences of online body shaming: A study of czech adolescents. *Journal of Child and Family Studies*, 34, 1268-1282. <https://doi.org/10.1007/s10826-025-03032-z>

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71(11-12), 363-377. <https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>

Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K. E., Lim, M. S. C. y Tiggemann, M. (2020). The effect of Instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. *Body Image*, 33, 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.002>

Saiphoo, A. N. y Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259-275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>

Sathyan, K. y Basistha, S. (2025). Social comparison and social media's effects on self-esteem. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 7(4). <https://www.ijfmr.com/papers/2025/4/50913.pdf>

- Sattarpanahi, E., Kiani, L., Hesami, S., Salehi, N., & Kavousighafi, M. (2024). Body image and social media: A qualitative investigation of the influence of Instagram on young women's self-perception and body satisfaction. *Psychology of Woman Journal*, 5(2), 25–32. <https://doi.org/10.61838/kman.pwj.5.2.5>
- Sharma, A. y Vidal, C. (2023). A scoping literature review of the associations between highly visual social media use and eating disorders and disordered eating: A changing landscape. *Journal of Eating Disorders*, 11(1), 170. <https://doi.org/10.1186/s40337-023-00898-6>
- Sherlock, M. y Wagstaff, D. L. (2019). Exploring the relationship between frequency of Instagram use, exposure to idealized images, and psychological well-being in women. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 482-490. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Silva de Paula, L. K., & Leardi, M. R. (2024). Bodies on screen: The impact of social networks on body image and mental health. *Gamification and Augmented Reality*, 2, 22. <https://doi.org/10.56294/gr202422>
- Valkenburg, P. M., Meier, A. y Beyens, I. (2022). Social media use and its impact on adolescent mental health: An umbrella review of the evidence. *Current Opinion in Psychology*, 44, 58-68. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2021.08.017>
- World Medical Association. (2013). World Medical Association Declaration of Helsinki: Ethical principles for medical research involving human subjects. *JAMA*, 310(20), 2191–2194. <https://doi.org/10.1001/jama.2013.281053>
- Xu, J., Alivi, M. A., Mustafa, S. E. B., Dharejo, N., Brony, M. y Haoyue, W. (2025). Examining the varied effects of social media on body image across genders: An in-depth systematic review. *SAGE Open*, 15(4). <https://doi.org/10.1177/21582440251374734>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Conceptualización: Vázquez-Barrio, Tamara. **Metodología:** Vázquez-Barrio, Tamara **Software:** Vázquez-Barrio, Tamara y Monteagudo-Barandalla, Laura. **Validación:** Vázquez-Barrio, Tamara y Monteagudo-Barandalla, Laura. **Análisis formal:** Vázquez-Barrio, Tamara y Torres-Sáez-de-Ibarra, Ainhoa. **Curación de datos:** Vázquez-Barrio, Tamara y Sáez de Ibarra, Ainhoa. **Redacción-Preparación del borrador original:** Vázquez-Barrio, Tamara y Monteagudo-Barandalla, Laura. **Redacción-Revisión y Edición:** Vázquez-Barrio, Tamara, Torres-Sáez-de-Ibarra, Ainhoa y Monteagudo-Barandalla, Laura. **Visualización:** Torres-Sáez-de-Ibarra, Ainhoa. **Supervisión:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Administración de proyectos:** Vázquez-Barrio, Tamara. **Todos los autores han leído y aceptado la versión publicada del manuscrito.**

Financiación: Esta investigación sí recibió financiamiento externo. Este artículo es resultado de la investigación titulada “Incidencia, características y efectos de la violencia online entre jóvenes y adolescentes” realizada por el GIR ThinkOnMedia, financiada por la Universidad San Pablo CEU. Asimismo, cuenta con el respaldo del proyecto “Conocimientos, actitudes y opiniones de la población española sobre los algoritmos de internet y diseño de Alfabetizaciones Algorítmicas Críticas (AlgorLit)” (ref. PDI2022-140183OB-100), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Agradecimientos: Este artículo es resultado de la investigación titulada “Incidencia, características y efectos de la violencia online entre jóvenes y adolescentes” realizada por el GIR ThinkOnMedia, financiada por la Universidad San Pablo CEU. Asimismo, cuenta con el respaldo del proyecto “Conocimientos, actitudes y opiniones de la población española sobre los algoritmos de internet y diseño de Alfabetizaciones Algorítmicas Críticas (AlgorLit)” (ref. PDI2022-140183OB-100), financiado por el Ministerio de Ciencia, Innovación y Universidades del Gobierno de España.

Conflicto de intereses: Ninguno.

AUTORES

Tamara Vázquez-Barrio

Universidad San Pablo CEU

Catedrática de Periodismo. Investigadora Principal de Grupo de Investigación Consolidado ThinkOnMedia y del proyecto AlgorLit. Tiene reconocidos dos sexenios de investigación por CNEAI. Es la Coordinadora del Programa de Doctorado en Comunicación Social de la Escuela Internacional de Doctorado CEINDO y editora científica de la Revista Doxa Comunicación. Participa de forma ininterrumpida en proyectos de investigación competitivos desde el año 2004, siendo IP de tres de ellos, dos financiados por el Plan Estatal de Investigación Científica y Técnica y de Innovación. Sus investigaciones se centran en los usos, riesgos y oportunidades de Internet y de las redes sociales para jóvenes y adolescentes, la alfabetización mediática, la vulnerabilidad digital y la comunicación política.

taamarav@ceu.es

Índice H: 20

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2789-8554>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=LWsMlhIAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://researchgate.net/profile/Tamara-Vazquez-Barrio>

Academia.edu: <https://uspceu-es.academia.edu/TamaraV%C3%A1zquezBarrio>

Laura Monteagudo-Barandalla

Universidad San Pablo CEU

Doctora Cum Laude en Comunicación Social y profesora universitaria especializada en comunicación digital, marketing y entornos tecnológicos. Imparte docencia en grado y posgrado en la Universidad San Pablo CEU y es directora Académica Internacional en la Escuela Universitaria del Real Madrid - Universidad Europea. Su investigación se centra en redes sociales, cultura digital y alfabetización mediática, con especial atención al empoderamiento digital y las prácticas comunicativas en entornos hiperconectados. Participa en proyectos de investigación e innovación docente. Es miembro del Grupo de Investigación ThinkOnMedia.

laura.monteagudo@ceu.es

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-2956-0581>

Scopus ID: <https://scopus.com/authid/detail.uri?authorId=57192915742>

Ainhoa Torres-Sáez-de-Ibarra

Universidad San Pablo CEU

Doctora en Periodismo y directora del Grado en Comunicación Digital en la Universidad San Pablo CEU, donde también es profesora. Su investigación se centra en las redes sociales, la cultura digital y el impacto de los entornos digitales en la juventud, la identidad y la salud mental, con especial atención a los algoritmos y la inteligencia artificial. Combina la investigación académica con la experiencia profesional en estrategia digital y comunicación, y participa activamente en innovación docente e investigación interdisciplinar. Es miembro del Grupo de Investigación ThinkOnMedia.

ainhoa.torressaezdeibarra@ceu.es

Índice H: 1

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-1618-4209>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=rsI5VPQAAAAJ&hl=es>

ResearchGate: <https://researchgate.net/profile/Ainhoa-Torres-5>