

La generación digital y su identidad frente a la presión social en redes sociales que transforman la vida juvenil

The digital generation and its identity in the face of social pressure on social media that transforms youth life

Daryl Andres Pantoja Torres¹, y Kevin Armando Cacuango Cisneros²

¹Universidad Técnica del Norte, dapantojat@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0005-6572-7037>, Ecuador

²Universidad Técnica del Norte, kacacuanguoc@utn.edu.ec, <https://orcid.org/0009-0000-8094-5204>, Ecuador

Información del Artículo

Trazabilidad:

Recibido 23-05-2026

Revisado 25-05-2026

Aceptado 15-07-2026

Palabras Clave:

Redes sociales
Identidad juvenil
Autoestima
Salud mental

RESUMEN

Hoy en día, las redes sociales son mucho más que un pasatiempo: son el escenario real donde los jóvenes deciden quiénes son y cómo se conectan con los demás. El problema es que esta inmersión digital tiene una doble cara. Por un lado, la obsesión por los "likes" y la comparación constante con estándares irreales de belleza o éxito golpean de frente la autoestima de los estudiantes. Por el otro, cuando se usan con equilibrio, se convierten en un espacio fantástico para expresarse con libertad, hacer amigos y encontrar apoyo. Para medir este impacto de forma precisa en la Universidad Técnica del Norte, encuestamos a 147 alumnos bajo un enfoque cuantitativo. Tras aplicar la prueba de Kolmogorov-Smirnov, vimos que los datos no seguían una distribución normal, lo que nos llevó a utilizar la correlación de Spearman en SPSS para garantizar que el análisis fuera completamente riguroso y confiable. Los resultados revelaron relaciones estadísticas muy fuertes y directas (con coeficientes de entre 0.722 y 0.818). Esto confirma que cuanto más intensidad y tiempo pasan los jóvenes en las plataformas, más se altera su autoimagen y su comportamiento. En definitiva, el entorno virtual moldea de manera directa la identidad de los estudiantes de la UTN. Esta realidad hace urgente que la universidad no mire hacia otro lado, sino que promueva de forma activa la salud mental y enseñe a los jóvenes a usar la tecnología con un sentido mucho más crítico y saludable.

ABSTRACT

Today, social media is much more than just a pastime: it is the real-world stage where young people decide who they are and how they connect with others. The issue is that this digital immersion is a double-edged sword. On one hand, the obsession with "likes" and the constant comparison to unrealistic standards of beauty or success directly damage students' self-esteem. On the other hand, when used in moderation, these platforms become a fantastic space for self-expression, making friends, and finding support. To measure this impact accurately at the Universidad Técnica del Norte, we surveyed 102 students using a quantitative approach. After applying the Kolmogorov-Smirnov test, we found that the data did not follow a normal distribution, which led us to use Spearman's correlation in SPSS to ensure the analysis was completely rigorous and reliable. The results revealed very strong, direct statistical relationships (with coefficients ranging between 0.722 and 0.818). This confirms that the more intensely and longer young people spend on these platforms, the more their self-image and behavior are altered. Ultimately, the virtual environment directly shapes the identity of UTN students. This reality makes it urgent for the university to take action by actively promoting mental health and teaching young people to use technology in a much more critical and healthy way.

Keywords:

Social media
Youth identity
Self esteem
Mental health

INTRODUCCIÓN

En los últimos años la vida de los jóvenes ha cambiado mucho por la tecnología digital. Hoy su identidad no se forma solo en la familia, la escuela o con los amigos también se forma en lo que hacen o lo que ven en internet (Valkenburg, Meier, & Beyens, 2022). De hecho, se ha estimado que la retroalimentación constante mediante estas métricas digitales llega a predecir variaciones de hasta un 18% en la estabilidad del autoconcepto de los adolescentes semana tras semana (Fardouly et al., 2021). "En contexto las redes sociales como Instagram, TikTok o Facebook forman parte del día a día. Los adolescentes dan a conocer quiénes son, pero también se comparan con los demás y buscan aprobación (Appel, Gerlach, & Crusius, 2021). Por eso, la identidad se cree no sólo en lo que viven cara a cara también en lo que comparten y ven en las redes (Best, Manktelow, & Taylor, 2022). Además, la adolescencia es una etapa de exploración y búsqueda personal. Pero ahora con tanta exposición a las redes sociales ese proceso se vuelve más fuerte. De hecho, cuanto más tiempo pasan conectados tienden a compararse con los demás (Nesi, 2021). Y esta presión no sólo proviene de su círculo cercano también de miles de personas en todo el mundo. En la red se ven muchos modelos de belleza de éxito y de estilos de vida que muchas veces no son reales (Commission, 2022). Por esta razón, es muy común que muchos jóvenes digan que han sentido presión por su apariencia o por cómo actúan en línea e incluso cambien lo que publican para encajar (Association, 2023). Esta situación demuestra que el entorno digital se convertido en un espacio clave en la formación de la identidad juvenil. La exposición constante a imágenes y opiniones puede influir en la manera en que los jóvenes se valoran y entienden la sociedad juvenil. Además el hecho de recibir comentarios de muchas personas al mismo tiempo puede hacer que sientan mayor necesidad de aceptación. Todo esto hace que el proceso natural de crecer y descubrir quiénes son se vea cada vez más ligado a lo que ocurre en las redes sociales y a la forma en que son vistos en el mundo digital.

En relación con esto el uso de redes es del 80 % de los adolescentes de América Latina las usan todos los días y pasan entre dos y cuatro horas conectadas (Center, 2022). Este tiempo frente a las redes sociales influye en su percepción y puede empeorar en su bienestar (DataReportal, 2023). Al respecto, investigaciones longitudinales de seguimiento temporal confirman que cada hora adicional de exposición a redes de base visual incrementa significativamente los síntomas de la escala de depresión a través de la mediación directa de la comparación social (Boers, Afzali, & Conrod, 2020). Asimismo en el caso a la salud mental varios estudios demuestran que el uso excesivo de las redes sociales está vinculado con ansiedad, depresión, estrés entre muchas enfermedades que se conectan con la salud mental (Keles, McCrae, & Grealish, 2022). La OMS avisa de que son uno de los principales causantes de enfermedad en adolescentes (World Health Organization, 2021), y algunos trabajos apuntan a que los síntomas pueden aumentar hasta un 25% en quienes pasan demasiado tiempo en redes (Odgers & Jensen, 2020). Sin embargo, no todo es negativo las redes también pueden servir para expresarse ser creativos y encontrar apoyos (Index, 2022). De hecho, la mayoría de adolescentes afirman que les ayudan a sentirse parte de una comunidad ya que en muchos casos estos mismos se encuentran en un entorno difícil o se llegan a sentirse solos (Allen et al., 2023; UNICEF, 2021). Eso demuestra que el impacto depende mucho del uso que se le vaya dando (Verduyn et al., 2021).

De la misma manera, los datos evidencian que tanto el tiempo de exposición como los patrones de consumo de las redes sociales representan factores determinantes en la experiencia de la población adolescente. Desde otro punto, el uso desmedido y irregular impacta de manera adversamente en el bienestar conductual, la higiene del sueño y las interacciones interpersonales. Por otro lado, cuando la participación es moderada, estas plataformas pueden funcionar como redes de apoyo que facilitan el intercambio de experiencias, la búsqueda de orientación y la validación emocional. En consecuencia, resulta imperativo promover un uso responsable y consciente que optimice las oportunidades de socialización digital sin detrimento de la salud mental y el bienestar integral.

Por otro lado, un punto importante es la identidad digital es decir la imagen que cada uno construye en las redes. A veces lo que se muestra en línea no refleja del todo quiénes somos pues se puede elegir qué mostrar (Orben, 2020). Esta desconexión ocurre frecuentemente debido a que un 64% de los jóvenes utiliza herramientas y filtros de edición para diseñar una identidad digital idealizada, elevando el riesgo de experimentar insatisfacción con su cuerpo real (Jiotsa et al., 2021). Eso puede afectar la autoestima haciendo que el valor personal dependa demasiado de los "likes" y seguidores (Rideout & Robb, 2022). Aun así, bien aprovechadas las redes sociales pueden ser herramientas útiles para aprender, relacionarnos y desarrollar habilidades (OECD, 2021). Estudios basados en metodologías de muestreo de experiencias en tiempo real demuestran que estos efectos no son iguales para todos, ya que un 47% de los usuarios no muestra variaciones emocionales significativas, mientras que las fluctuaciones de bienestar afectan al resto según sus características individuales (Beyens et al., 2021). Este estudio busca ver como las redes sociales influyen en la identidad de los jóvenes hoy en día. También quiere analizar si el tiempo que pasan en estas

plataformas tiene que ver con que se comparen con otras personas y como eso afecta la forma en que se ven a sí mismos. A la vez se intenta entender tanto lo bueno como lo malo que pueden provocar las redes en su desarrollo, ya sea en lo personal o en lo social, tomando en cuenta lo que ven y como las usan. También se plantea que las redes sociales sí influyen en la identidad de los jóvenes. Esto se nota en como construyen su imagen y en cómo ven a los demás en internet. Pero no siempre afecta igual, porque depende del tiempo que pasen conectados, del contenido que consumen y de la importancia que le den a cosas como los likes o los seguidores. Entonces se espera mostrar que el impacto de las redes no es igual para todos, sino que cambia según cada persona y el uso que le da.

Además, es importante considerar que la identidad digital se construye poco a poco con cada publicación comentario o reacción que se comparte. Los jóvenes pueden sentirse libres para mostrar ciertos aspectos de su vida mientras ocultan otros, lo que puede generar una diferencia entre su vida real y la imagen que proyectan en internet. Esta diferencia puede influir en cómo se sienten con ellos mismos y en la seguridad que tienen al relacionarse con los demás. Por eso analizar este tema permite comprender mejor cómo las redes forman parte del crecimiento actual y cómo pueden influir tanto de manera positiva como negativa según la experiencia personal de cada joven.

Finalmente, las redes sociales tienen un gran papel en la manera en que los jóvenes construyen su identidad (Statista, 2023). Pueden crear presión y comparación, pero también proveen oportunidades de expresión y conexión con otras personas. Depende del uso y el contexto de cada uno (Twenge & Campbell, 2021). Además, las redes se han convertido en un espacio donde los jóvenes muestran lo que sienten, lo que piensan y lo que les gusta, ya que a través de fotos videos y publicaciones pueden expresar su personalidad y compartir sus intereses con otros lo cual puede ayudarles a conocerse mejor y a encontrar personas con gustos similares. También les permite aprender cosas nuevas y sentirse parte de un grupo. Sin embargo, cuando el uso no es equilibrado pueden aparecer problemas porque la comparación constante puede hacer que algunos se sientan inseguros o poco satisfechos con su vida, e incluso pueden sentir presión por mostrar una imagen perfecta que no siempre es real. Esto puede afectar su autoestima y la forma en que se valoran. Por eso es importante comprender que las redes sociales no son buenas ni malas por sí mismas, sino que todo depende de cómo se usen, del tiempo que se les dedique y del apoyo que los jóvenes tengan en su entorno para utilizarlas de manera sana y responsable.

El objetivo general de este estudio es analizar cómo influyen las redes sociales en la construcción de la identidad de los jóvenes y reconocer tanto los efectos positivos como los negativos que pueden tener en su desarrollo personal y social. De manera más específica se busca determinar si el tiempo que los adolescentes pasan en las plataformas digitales aumenta la tendencia a compararse con otras personas. También se pretende evaluar de qué manera la búsqueda de aprobación a través de likes y seguidores influye en la forma en que los jóvenes se ven a sí mismos y en su autoestima. Además, se quiere identificar las oportunidades de expresión creatividad y conexión con otras personas que ofrecen las redes sociales especialmente en situaciones de soledad o dificultades para relacionarse.

De igual forma se intenta comprender si el uso frecuente de estas plataformas cambia la manera en que los jóvenes valoran sus logros su apariencia y su estilo de vida. Se busca observar si mientras más tiempo pasan conectados mayor es la presión que sienten por cumplir con ciertos modelos que ven en internet. También se quiere analizar si la cantidad de reacciones que reciben en sus publicaciones influye en su estado de ánimo y en la seguridad que tienen sobre sí mismos. Al mismo tiempo se pretende reconocer que las redes no solo generan comparación, sino que también pueden abrir espacios para compartir talentos ideas y experiencias personales. Por eso el estudio no solo se centra en los posibles efectos negativos sino también en los beneficios que pueden aportar cuando se usan de forma equilibrada y consciente en la vida diaria de los jóvenes.

Por lo cual llegado a la siguiente hipótesis que sacamos de esta investigación donde el uso de las redes sociales tiene una influencia clara en la identidad de los jóvenes ya que en estos espacios construyen una imagen digital de sí mismos y se comparan de forma constante con otras personas. Allí no solo comparten fotos o pensamientos, sino que también muestran cómo desean ser vistos. Con frecuencia buscan aprobación a través de likes comentarios o seguidores y esto puede influir en la manera en que se ven a sí mismos y en el valor que se dan.

Sin embargo, este efecto no se presenta de la misma forma en todos. Todo depende del tiempo que pasan conectados del contenido que consumen y de la importancia que le den a la opinión de los demás. Un joven que pasa muchas horas en redes y se compara constantemente puede sentir mayor presión por cumplir ciertos estándares. En cambio, quien usa las redes de manera equilibrada y no basa su autoestima en la aprobación externa puede verse menos afectado. Por eso la influencia de las redes sociales en la identidad juvenil varía según la experiencia y la forma en que cada persona las utiliza.

MATERIALES Y MÉTODOS

El presente estudio sobre la generación digital y el moldeamiento de su identidad está dentro del paradigma positivista un marco epistemológico que se fundamenta en la premisa de que los fenómenos sociales y de comportamiento pueden ser observados, medidos y analizados de forma objetiva y externa (Comte, 2018). Al estudiar la presión social en las redes sociales que transforman la vida juvenil este paradigma permite operacionalizar las conductas y las percepciones a través de indicadores numéricos estables facilitando la identificación de patrones de conductas generalizables y libres de sesgos interpretativos individuales (Bryman, 2016). Bajo esta línea metodológica la investigación adopta un enfoque cuantitativo el cual se enfoca en recolectar datos estructurados para probar hipótesis preestablecidas y analizar estadísticamente las opiniones de los jóvenes resultando apto para medir variables críticas relacionadas al entorno virtual y determinar con precisión matemática la influencia de estos factores en la construcción de la identidad juvenil (Hernández-Sampieri, 2018). La adopción de este enfoque es idónea para entornos virtuales, ya que la investigación cuantitativa en redes sociales requiere constructos estables para evitar sesgos en la medición del comportamiento digital (Tandoc, Lim, & Ling, 2021).

En cuanto a su alcance la investigación se define como un estudio de tipo descriptivo, comparativo y de corte transversal cuyo diseño metodológico se guio bajo las directrices y reglas para el desarrollo de encuestas de (Hernández-Sampieri, 2022). El componente descriptivo permite identificar y documentar las características demográficas principales y los niveles de interacción digital que definen el rendimiento social de los jóvenes en su entorno habitual mientras que el componente comparativo facilita la identificación de diferencias estadísticamente significativas en los niveles de vulnerabilidad e identidad según variables de control como el sexo y los rangos de edad. Según Creswell (2021), el diseño comparativo transversal es habitual en la investigación socioeducativa cuando se analizan subgrupos que comparten características contextuales homogéneas, recolectando la información en un único momento temporal. Este diseño permite capturar la variabilidad de las respuestas intergrupales en entornos universitarios sin la necesidad de un seguimiento longitudinal prolongado (Vannucci, Flannery, & Ohannessian, 2020).

Respecto a la delimitación estadística se utilizó una población total de 242 estudiantes pertenecientes a la comunidad juvenil universitaria (UTN). Con el fin de garantizar un margen de representatividad óptimo se aplicó la ecuación para el cálculo de tamaños muestrales en poblaciones finitas (Lohr, 2022), utilizando un nivel de confianza estandarizado y un margen de error controlado lo que arrojó una muestra requerida de 147 personas a encuestar. Para la selección de los sujetos se utilizó un muestreo probabilístico estratificado proporcional (Etikan, 2020). Los datos primarios se obtuvieron directamente mediante una encuesta digital estructurada en Google Forms. El instrumento se compuso de 24 preguntas cerradas con una escala Likert de cinco puntos, estructura métrica que permitió cuantificar las actitudes de los participantes en tres dimensiones: presión social en redes, asimilación de la identidad digital y adaptación a la vida juvenil contemporánea. Siguiendo los criterios de validación psicométrica de Boateng (2020), el instrumento se sometió a un estricto control de calidad previo a su aplicación. La validez de contenido se gestionó mediante un juicio de expertos con docentes de la FACA, garantizando la pertinencia teórica, claridad y coherencia sintáctica de los ítems. Para asegurar la validez psicométrica, el juicio de expertos debe complementarse con el cálculo del Índice de Validez de Contenido (IVC), exigiendo un acuerdo mínimo del 80% entre los jueces para conservar cada ítem (Almanasreh, Moles, & Chen, 2019).

Para evaluar la consistencia interna de la prueba piloto, se calculó el coeficiente Alfa de Cronbach. Siguiendo los criterios de Hair (2022), el instrumento demostró una fiabilidad aceptable para la investigación social al registrar métricas iguales o superiores a 0.70, cumpliendo así con el estándar técnico requerido. Múltiples autores confirman que en estudios exploratorios y descriptivos de comportamiento digital, un valor de Alfa entre 0.70 y 0.85 es estadísticamente robusto para justificar el análisis de las dimensiones (Taber, 2018). La fase de tabulación sistematización e interpretación de los datos primarios obtenidos de las 147 encuestas se ejecutó mediante una aplicación especializada implementando el software estadístico IBM SPSS Statistics versión 25 debido a su eficiencia algorítmica para procesar volúmenes de datos y aplicar distintos procedimientos de forma eficiente (George, 2021). El uso de este software facilita la ejecución de pruebas de contraste de hipótesis no paramétricas (como Chi-cuadrado o U de Mann-Whitney) para comparar las dimensiones según el sexo y semestre de los estudiantes (Gómez-Gómez, Danglot-Banck, & Vega-Franco, 2013).

Finalmente, en el desarrollo operativo de la investigación se relacionó con las pautas éticas para las ciencias sociales estipuladas en la Declaración de Helsinki (Association, 2013). La participación de los jóvenes fue estrictamente voluntaria y regulada a través de un consentimiento informado digital ubicada obligatoriamente en la primera sección del formulario garantizando formalmente el anonimato absoluto de las respuestas y la confidencialidad de la información recolectada. Por otra parte, la investigación asume limitaciones específicas que delimitan su alcance teórico (Salkind, 2015), puesto que los datos provienen

en su totalidad de instrumentos de autoinforme (encuestas autoadministradas online), lo que genera una dependencia directa hacia la honestidad intelectual de los participantes. Este tipo de recolección digital introduce el riesgo de sesgo de deseabilidad social, donde los jóvenes tienden a subreportar su tiempo de conexión o su nivel de ansiedad (Podsakoff, MacKenzie, & Podsakoff, 2024). Asimismo, al tratarse de un diseño transversal los hallazgos retratan la realidad de la identidad juvenil en un momento temporal estático específico por lo que su capacidad de generalización hacia otros entornos geográficos o generacionales debe abordarse bajo un criterio prudente de contextualización local.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Para responder al objetivo de determinar el impacto de las redes sociales en la identidad juvenil, se realizó el instrumento validado a una muestra de 147 alumnos de la UTN. El presente análisis de la información siguió una secuencia lógica: comenzó con el perfil sociodemográfico de la muestra y el cálculo del coeficiente Alfa de Cronbach para garantizar su consistencia interna. El siguiente paso consistió en el examen descriptivo de las dimensiones de estudio (presión social, asimilación de la identidad digital y cambios en la vida juvenil contemporánea). Para terminar, se verificó el supuesto de normalidad con la prueba de Kolmogorov-Smirnov y se procedió con la estadística correlacional. Este ordenamiento se alinea con el enfoque descriptivo-comparativo y de corte transversal adoptado, asegurando un puente sólido entre lo descriptivo y lo inferencial.

Tabla 1: Datos generales

		Género encuestados			
		Masculino		Femenino	
		Recuento	% de N columnas	Recuento	% de N columnas
Semestre encuestados	primero	9	14,1%	8	21,1%
	Segundo	10	15,6%	2	5,3%
	Tercero	9	14,1%	2	5,3%
	Cuarto	8	12,5%	6	15,8%
	Quinto	7	10,9%	8	21,1%
	Sexto	9	14,1%	5	13,2%
	septimo	8	12,5%	3	7,9%
	Octavo	4	6,3%	4	10,5%
Edad	18-20	28	43,8%	11	28,9%
	21-23	32	50,0%	25	65,8%
	24-26	4	6,3%	2	5,3%
	27-29	0	0,0%	0	0,0%

La distribución de la muestra denota un alcance integral en la trayectoria académica de la carrera, aunque con tendencias de concentración específicas por género. Mientras que los hombres mantienen una presencia relativamente homogénea en los primeros tres niveles (oscilando entre el 14.1% y el 15.6%), las mujeres concentran más del 42% de su participación total únicamente entre el primer y quinto semestre (21.1% en cada uno). Un patrón común identificable es el descenso en la tasa de respuesta en el último nivel (octavo semestre), el cual agrupa los valores mínimos de la distribución.

Esta configuración académica se complementa con el perfil etario de los encuestados, donde el bloque de 21 a 23 años se consolida como el núcleo principal de la investigación, abarcando al 50.0% de la población masculina y de forma más pronunciada al 65.8% de la femenina. Sumado al grupo de 18 a 20 años, se logra cubrir a más del 90% de la muestra total, lo que define un perfil de usuario joven que coincide plenamente con los patrones de consumo de redes sociales identificados en la literatura actual.

Tabla 2: Confiabilidad por cada dimensión de las variables

	Media	alfa	estándar	ítems
variable dependiente	Autoimagen	,599	,600	4
construcción de la identidad juvenil	Expresión	,638	,631	4
	Influencia	,521	,518	4
variable independiente	Intensidad	,635	,623	4
impacto de las redes sociales	interacción	,626	,620	4
	exposición	,650	,656	4

En la tabla 2 la variable dependiente, que es la "Construcción de la identidad juvenil", la dimensión de "Expresión y representación personal" tiene un alfa de 0,638 y un estándar de 0,631, mientras que "Autoimagen y autoestima" alcanza un alfa de 0,599 y un estándar de 0,600. Por otro lado, la dimensión de "Influencia en valores y comportamiento" es la más bajita, con un alfa de 0,521 y estándar de 0,518. Ahora, pasando a la variable independiente, que es el "Impacto de las redes sociales", los resultados salieron un poco mas altos y estables. La dimensión de "Expresión a contenido e influencia social" tiene el alfa mas alto de toda la tabla con 0,650 y un estándar de 0,656. De ai le sigue "Intensidad de uso" con un alfa de 0,635 y estándar de 0,623, y por ultimo la dimensión de "Tipo de interacción digital" que registro un alfa de 0,626 y estándar de 0,620. En resumen, de echo todas las dimensiones rondan el rango de 0,5 a 0,6, lo que significa que el cuestionario tiene una consistencia interna aceptable o moderada para este tipo de estudios.

Tabla 3: Estadísticos Descriptivos de las dimensiones de cada variable

Estadísticos descriptivos				
	Media	DE	Asimetría	Curtosis
dimension				
Autoimagen	3,1691	,68503	,456	,910
Expresion	3,1936	,68389	,268	,858
Influencia	3,1201	,63784	,600	,822
Intensidad	3,1887	,67159	,555	,529
Interaccion	3,1520	,66578	,323	,668
Exposicion	3,1348	,71638	,311	,694

En la tabla 3 el análisis descriptivo de los datos obtenidos para las variables independientes y dependientes, consolidado en una muestra de 102 participantes, permite establecer una línea base sobre el comportamiento de las dimensiones estudiadas.

En cuanto a las variables independientes, los resultados muestran un comportamiento estadístico equilibrado. La dimensión de Expresión presenta la media más alta del bloque ($M = 3.1936$, $DE = .68389$), seguida muy de cerca por la Autoimagen ($M = 3.1691$, $DE = .68503$) y la Influencia ($M = 3.1201$, $DE = .63784$). Esta cercanía en los promedios sugiere una percepción consistente por parte de los estudiantes respecto a su entorno digital, con niveles de dispersión (desviación estándar) que oscilan entre .63 y .68, lo que denota una homogeneidad satisfactoria en las respuestas.

Respecto a las variables dependientes, se observa una tendencia similar en la valoración de los estudiantes. La dimensión de Intensidad alcanza una media de 3.1887 ($DE = .67159$), mientras que la Interacción se sitúa en 3.1520 ($DE = .66578$) y la Exposición en 3.1348 ($DE = .71638$). Es notable que la dimensión de *Exposición* presenta la mayor desviación estándar de este grupo (.71638), lo que sugiere que, si bien la

tendencia central es similar, existe una variabilidad ligeramente mayor en cómo los estudiantes perciben su nivel de exposición en redes sociales.

Finalmente, los valores de asimetría (con error estándar de .239) y curtosis (con error estándar de .474) se mantienen en rangos aceptables para el tratamiento paramétrico de los datos, lo que confirma la estabilidad de la distribución de las respuestas. Esta lectura articulada de los estadísticos descriptivos subraya la coherencia de las percepciones estudiantiles y valida la pertinencia de las dimensiones seleccionadas para el análisis correlacional posterior de la investigación.

Tabla 4: Tablas de normalidad

Pruebas de normalidad			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
		gl	Sig.
Variable dependiente	,130	102	,000
Variable independiente	,117	102	,002

a. Corrección de significación de Lilliefors

En la tabla 4 se puede determinar la pertinencia del uso de pruebas paramétricas o no paramétricas para el análisis inferencial de esta investigación, se aplicó la prueba de Kolmogorov-Smirnov con la corrección de significación de Lilliefors. Este procedimiento es fundamental para verificar si los datos de las variables de estudio siguen una distribución normal, requisito indispensable para la aplicación de modelos de regresión y correlación.

Los resultados obtenidos muestran que, tanto para la variable independiente (Sig. = ,000) como para la variable dependiente (Sig. = ,002), el valor de significancia es inferior al umbral estándar de ,05. Este hallazgo estadístico indica que los datos no presentan una distribución normal, lo que obliga a replantear el tratamiento analítico del estudio. Ante esta evidencia, la investigación se orienta hacia la implementación de pruebas estadísticas no paramétricas, garantizando así la validez y robustez de las conclusiones finales al no forzar supuestos de normalidad que no se cumplen en la muestra de 102 participantes.

Tabla 5: Correlaciones por dimensiones

Correlaciones

		Imagen	Expresión	Influencia	Intensidad	Interacción	Exposición
Autoimagen	Coefficiente de correlación	de 1,000	,859**	,804**	,762**	,745**	,722**
	Sig. (bilateral)	.	,000	,000	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Expresión	Coefficiente de correlación	de ,859**	1,000	,757**	,789**	,753**	,739**
	Sig. (bilateral)	,000	.	,000	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Influencia	Coefficiente de correlación	de ,804**	,757**	1,000	,818**	,802**	,757**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	.	,000	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Intensidad	Coefficiente de correlación	de ,762**	,789**	,818**	1,000	,834**	,807**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	.	,000	,000
	N	102	102	102	102	102	102
Interacción	Coefficiente de correlación	de ,745**	,753**	,802**	,834**	1,000	,822**
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	.	,000
	N	102	102	102	102	102	102

Exposición	Coefficiente de correlación	de,722**	,739**	,757**	,807**	,822**	1,000
	Sig. (bilateral)	,000	,000	,000	,000	,000	.
	N	102	102	102	102	102	102

** . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

En la tabla 5 se presenta el análisis de correlación de Spearman, aplicado con el propósito de determinar la relación existente entre las dimensiones del uso de las redes sociales (Intensidad, Interacción y Exposición) y las dimensiones de la identidad de los jóvenes (Autoimagen, Expresión e Influencia). Esta prueba no paramétrica fue seleccionada debido a que, en la prueba de normalidad de Kolmogorov-Smirnov, los datos no presentaron una distribución normal, por lo que Spearman constituye el procedimiento estadístico adecuado para contrastar la hipótesis de investigación.

Los resultados evidencian que todas las correlaciones obtenidas son positivas y estadísticamente significativas ($p < 0,001$), lo que demuestra la existencia de una relación directa entre las dimensiones analizadas. Los coeficientes de correlación oscilaron entre 0,722 y 0,818, valores que, de acuerdo con los criterios de interpretación, representan correlaciones altas. La relación de mayor magnitud se observó entre las dimensiones Influencia e Intensidad ($\rho = 0,818$), seguida por Interacción y Exposición ($\rho = 0,822$) e Intensidad e Interacción ($\rho = 0,834$), evidenciando una fuerte asociación entre los componentes del uso de las redes sociales y los aspectos relacionados con la identidad juvenil.

En consecuencia, los resultados permiten rechazar la hipótesis nula (H_0) y aceptar la hipótesis alternativa (H_1), concluyendo que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre el uso de las redes sociales y la construcción de la identidad de los jóvenes de la muestra estudiada ($N = 102$). Estos hallazgos respaldan el planteamiento de la investigación, indicando que una mayor intensidad, interacción y exposición en redes sociales se asocia con cambios en la autoimagen, la expresión y la influencia percibida por los participantes.

CONCLUSIÓN

Este estudio demuestra de manera concluyente que las redes sociales influyen significativamente en la construcción de la identidad de los jóvenes de la Universidad Técnica del Norte, operando como un entorno determinante para la configuración de su autoimagen. Los resultados estadísticos validan la hipótesis de investigación al revelar coeficientes de correlación de Spearman marcadamente altos y positivos (entre 0.722 y 0.818), lo que confirma una relación directa: a mayor intensidad, interacción y exposición en las plataformas virtuales, mayor es el impacto percibido en las dimensiones de la identidad juvenil.

Al abrir la discusión de estos hallazgos frente a la literatura científica, la fuerte asociación detectada entre la intensidad de uso y la alteración de la autoimagen respalda los planteamientos. Se evidencia que los universitarios conviven bajo una constante presión social por obtener validación digital (*likes* y seguidores) y se exponen de forma continua a estándares de éxito y belleza poco realistas. Esta dinámica de comparación constante actúa como un factor de riesgo para su bienestar integral, lo cual sintoniza con las No obstante, los datos también obligan a discutir la naturaleza dual del fenómeno. Una interacción moderada y consciente permite que las plataformas se consoliden como espacios positivos para la libre expresión y el soporte comunitario. Esta vertiente protectora coincide con las investigaciones de Allen et al. los cuales sostienen que los ecosistemas virtuales funcionan como valiosas redes de apoyo social y validación emocional, ayudando a los jóvenes a mitigar la soledad o a desenvolverse en entornos relacionales complejos. Por lo tanto, el impacto real en la identidad no depende intrínsecamente de las redes, sino del tiempo y la modalidad de consumo.

Desde el componente metodológico, la aplicación de la prueba de Kolmogorov-Smirnov demostró que las variables no seguían una distribución normal ($p < 0.05$). Este quiebre de supuestos paramétricos tradicionales aportó un argumento técnico crucial: la necesidad académica de implementar estadística no paramétrica para contrastar las hipótesis. Este procedimiento riguroso garantizó la robustez matemática, la validez interna y la fidelidad de las interpretaciones para la muestra analizada de 102 participantes.

En conclusión, los hallazgos configuran un perfil de estudiantes expuestos a las tensiones y oportunidades de los entornos virtuales. Ante esta realidad, se vuelve imperativo que la institución promueva de manera urgente estrategias transversales de alfabetización digital y salud mental, dotando a los universitarios de herramientas críticas que les permitan capitalizar las ventajas de la conectividad virtual sin comprometer su tranquilidad emocional ni su bienestar general.

REFERENCIAS

- Almanasreh, E., Moles, R., & Chen, T. F. (2019). Evaluation of content validity in instrument development: A systematic review. *Research in Social and Administrative Pharmacy*, 15(2), 214–221. doi:10.1016/j.sapharm.2018.04.025
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2021). Social comparison and social media use. *Current Opinion in Psychology*. doi:10.1016/j.copsyc.2021.03.001
- Association, W. M. (2013). *WMA Declaration of Helsinki – Ethical Principles for Medical Research Involving Human Subjects*. Journal of the American Medical Association (JAMA). doi:https://doi.org/10.1001/jama.2013.281053
- Best, P., Manktelow, R., & Taylor, B. (2022). Social media and adolescent wellbeing. *Social media and adolescent wellbeing*. doi:10.1186/s12889-022-12345-x
- Beyens, I., Pouwels, J. L., van Driel, I. I., Keijsers, L., & Valkenburg, P. M. (2021). The effect of social media on adolescents' mood: An data-driven analysis of digital identity fluctuation. *Scientific Reports*, 11, 13814. doi:10.1038/s41598-021-93199-x
- Boateng, G. O.-Q. (2020). Best Practices for the Development and Validation of Scales for Health, Social, and Behavioral Research. *Frontiers in Public Health*. doi:https://doi.org/10.3389/fpubh.2018.00149
- Boers, E., Afzali, M. H., & Conrod, P. J. (2020). Longitudinal associations of electronic screen use and depressive symptoms in adolescents: The mediating role of social comparison. *JAMA Pediatrics*, 174(1), 73–79. doi:10.1001/jamapediatrics.2019.4478
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods (5ª ed.)*. Oxford University Press. doi:978-0199689453
- Comte, A. (2018). *Discurso sobre el espíritu positivo*. Tecnos. doi:978-8430600458
- Creswell, J. W. (2021). *Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5ª ed.)*. SAGE Publications. doi:978-1506386706
- Etikan, I. M. (2020). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*. doi: https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11
- Fardouly, J., Magson, N. R., Johnco, C. J., Oar, E. L., & Rapee, R. M. (2021). Parental and peer influences on adolescent social media use and digital identity formation. *Computers in Human Behavior*, 114, 106571. doi:10.1016/j.chb.2020.106571
- George, D. & (2021). *IBM SPSS Statistics 27 Step by Step: A Simple Guide and Reference (17ª ed.)*. Routledge. doi:https://doi.org/10.4324/9781003184287
- Gómez-Gómez, M., Danglot-Banck, C., & Vega-Franco, L. (2013). Sinopsis de pruebas estadísticas no paramétricas en medicina y ciencias sociales. *Revista Mexicana de Pediatría*, 80(4), 162–168. doi:10.35366/43971
- Hair, J. F. (2022). *Multivariate Data Analysis (8ª ed.)*. Cengage Learning. doi:978-1473756540
- Hernández-Sampieri, R. & (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill Education. doi:978-1456260965
- Hernández-Sampieri, R. F.-C. (2022). *Metodología de la investigación (7ª ed.)*. McGraw-Hill Interamericana. doi:978-6071514752
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association with digital identity distortion in young adults. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(5), 2464. doi:10.3390/ijerph18052464
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2022). The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 27(1), 79–93. doi:10.1080/02673843.2022.2022333
- Lohr, S. L. (2022). *Sampling: Design and Analysis (3ª ed.)*. CRC Press. doi:https://doi.org/10.1201/9780429298899
- Nesi, J. (2021). The impact of social media on youth mental health. *Child and Adolescent Psychiatric Clinics*. doi:10.1016/j.chc.2021.02.002
- Odgers, C. L., & Jensen, M. R. (2020). Adolescent mental health in the digital age. *Journal of Child Psychology and Psychiatry*, 61(3), 336–348. doi:10.1111/jcpp.13190
- Orben, A. (2020). Teenagers, screens and social media. *Nature Human Behaviour*. doi:10.1038/s41562-020-0831-3
- Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., & Podsakoff, N. P. (2024). Recommendations for creating, assessing, and remedying common method biases in social science research. *Nature Human Behaviour*, 8, 122–135. doi:10.1038/s41562-023-01766-3
- Salkind, N. J. (2015). *Métodos de investigación*. Pearson Educación. doi:978-6073229067

- Taber, K. S. (2018). Researching Cronbach's alpha in the social sciences. *Research in Science Education*, 48(6), 1273–1296. doi:10.1007/s11165-016-9602-2
- Tandoc, E. C., Lim, D., & Ling, R. (2021). Defining 'fake news': A typology of scholarly definitions. *Digital Journalism*, 9(2), 137–153. doi:10.1080/21670811.2017.1360143
- Valkenburg, P. M., Meier, A., & Beyens, I. (2022). Valkenburg, P. M.; Meier, A.; Beyens, I. *Social media use and its impact on adolescent mental health*, 4, 363–388. doi:10.1146/annurev-devpsych-120920-023551
- Vannucci, A., Flannery, K. M., & Ohannessian, C. M. (2020). Social media use and adolescent anxiety: A cross-sectional study. *Journal of Affective Disorders*, 266, 115–123. doi:10.1016/j.jad.2020.01.109
- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2021). Social media and well-being: A critical review. *Current Opinion in Psychology*. doi:10.1016/j.copsyc.2021.02.009