

# PIXEL BIT

N° 72 ENERO 2025  
CUATRIMESTRAL

e-ISSN:2171-7966

ISSN:1133-8482

Revista de Medios y Educación



# PIXEL BIT



# PIXEL-BIT

REVISTA DE MEDIOS Y EDUCACIÓN

Nº 72 - ENERO - 2025

<https://revistapixelbit.com>

Pixel-Bit: Revista de Medios y Educación. 2025 - ISSN: 1133-8482. e-ISSN: 2171-7966.



EDITORIAL  
UNIVERSIDAD DE SEVILLA



Ciencias de la  
Educación

**EQUIPO EDITORIAL (EDITORIAL BOARD)**

**EDITOR JEFE (EDITOR IN CHIEF)**

Dr. Julio Cabero Almenara, Departamento de Didáctica y Organización Educativa, Facultad de CC de la Educación, Director del Grupo de Investigación Didáctica. Universidad de Sevilla (España)

**EDITOR ADJUNTO (ASSISTANT EDITOR)**

Dr. Juan Jesús Gutiérrez Castillo, Departamento de Didáctica y Organización Educativa. Facultad de CC de la Educación, Universidad de Sevilla (España)

Dr. Óscar M. Gallego Pérez, Grupo de Investigación Didáctica, Universidad de Sevilla (España)

**EDITORES ASOCIADOS**

Dra. Urtza Garay Ruiz, Universidad del País Vasco. (España)

Dra. Ivanovna Milqueya Cruz Pichardo, Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. (República Dominicana)

Dra. Carmen Llorente Cejudo, Universidad de Sevilla (España)

**CONSEJO METODOLÓGICO**

Dr. José González Such, Universidad de Valencia (España)

Dr. Antonio Matas Terrón, Universidad de Málaga (España)

Dra. Cynthia Martínez-Garrido, Universidad Autónoma de Madrid (España)

Dr. Luis Carro Sancristóbal, Universidad de Valladolid (España)

Dra. Nina Hidalgo Farran, Universidad Autónoma de Madrid (España)

**CONSEJO DE REDACCIÓN**

Dra. María Puig Gutiérrez, Universidad de Sevilla. (España)

Dra. Sandra Martínez Pérez, Universidad de Barcelona (España)

Dr. Selín Carrasco, Universidad de La Punta (Argentina)

Dr. Jackson Collares, Universidades Federal do Amazonas (Brasil)

Dra. Kitty Gaona, Universidad Autónoma de Asunción (Paraguay)

Dr. Vito José de Jesús Carioca. Instituto Politécnico de Beja Ciências da Educação (Portugal)

Dra. Elvira Esther Navas, Universidad Metropolitana de Venezuela (Venezuela)

Dr. Angel Puentes Puente, Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Santo Domingo (República Dominicana)

Dr. Fabrizio Manuel Sirignano, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa (Italia)

Dra. Sonia Aguilar Gavira. Universidad de Cádiz (España)

Dra. Eloisa Reche Urbano. Universidad de Córdoba (España)

**CONSEJO TÉCNICO**

Dra. Raquel Barragán Sánchez, Grupo de Investigación Didáctica, Universidad de Sevilla (España)

Dr. Antonio Palacios Rodríguez, Grupo de Investigación Didáctica, Universidad de Sevilla (España)

Dr. Manuel Serrano Hidalgo, Grupo de Investigación Didáctica, Universidad de Sevilla (España)

Diseño de portada: Dña. Lucía Terrones García, Universidad de Sevilla (España)

Revisor/corrector de textos en inglés: Dra. Rubicelia Valencia Ortiz, MacMillan Education (México)

Revisores metodológicos: evaluadores asignados a cada artículo

**CONSEJO CIENTÍFICO**

Jordi Adell Segura, Universidad Jaume I Castellón (España)

Ignacio Aguaded Gómez, Universidad de Huelva (España)

María Victoria Aguiar Perera, Universidad de Las Palmas de Gran Canaria (España)

Olga María Alegre de la Rosa, Universidad de la Laguna Tenerife (España)

Manuel Área Moreira, Universidad de la Laguna Tenerife (España)

Patricia Ávila Muñoz, Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (México)

María Paz Prendes Espinosa, Universidad de Murcia (España)

Angel Manuel Bautista Valencia, Universidad Central de Panamá (Panamá)

Jos Beishuizen, Vrije Universiteit Amsterdam (Holanda)

Florentino Blázquez Entonado, Universidad de Extremadura (España)  
Silvana Calaprince, Università degli studi di Bari (Italia)  
Selín Carrasco, Universidad de La Punta (Argentina)  
Raimundo Carrasco Soto, Universidad de Durango (México)  
Zulma Cataldi, Universidad de Buenos Aires (Argentina)  
Luciano Ceconi, Università degli Studi di Modena (Italia)  
Jean-François Cerisier, Université de Poitiers, Francia  
Jordi Lluís Coiduras Rodríguez, Universidad de Lleida (España)  
Jackson Collares, Universidades Federal do Amazonas (Brasil)  
Enricomaria Corbi, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa (Italia)  
Marialaura Cunzio, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa (Italia)  
Brigitte Denis, Université de Liège (Bélgica)  
Floriana Falcinelli, Università degli Studi di Perugia (Italia)  
Maria Cecilia Fonseca Sardi, Universidad Metropolitana de Venezuela (Venezuela)  
Maribel Santos Miranda Pinto, Universidade do Minho (Portugal)  
Kitty Gaona, Universidad Autónoma de Asunción (Paraguay)  
María-Jesús Gallego-Arrufat, Universidad de Granada (España)  
Lorenzo García Aretio, UNED (España)  
Ana García-Valcarcel Muñoz-Repiso, Universidad de Salamanca (España)  
Antonio Bautista García-Vera, Universidad Complutense de Madrid (España)  
José Manuel Gómez y Méndez, Universidad de Sevilla (España)  
Mercedes González Sanmamed, Universidad de La Coruña (España)  
Manuel González-Sicilia Llamas, Universidad Católica San Antonio-Murcia (España)  
António José Meneses Osório, Universidade do Minho (Portugal)  
Carol Halal Orfali, Universidad Tecnológica de Chile INACAP (Chile)  
Mauricio Hernández Ramírez, Universidad Autónoma de Tamaulipas (México)  
Ana Landeta Etxeberria, Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)  
Linda Lavelle, Plymouth Institute of Education (Inglaterra)  
Fernando Leal Ríos, Universidad Autónoma de Tamaulipas (México)  
Paul Lefrere, Cca (UK)  
Carlos Marcelo García, Universidad de Sevilla (España)  
Francois Marchessou, Universidad de Poitiers, París (Francia)  
Francesca Marone, Università degli Studi di Napoli Federico II (Italia)  
Francisco Martínez Sánchez, Universidad de Murcia (España)  
Ivory de Lourdes Mogollón de Lujo, Universidad Central de Venezuela (Venezuela)  
Angela Muschitiello, Università degli studi di Bari (Italia)  
Margherita Musello, Università degli Studi Suor Orsola Benincasa (Italia)  
Elvira Esther Navas, Universidad Metropolitana de Venezuela (Venezuela)  
Trinidad Núñez Domínguez, Universidad de Sevilla (España)  
James O'Higgins, de la Universidad de Dublín (UK)  
José Antonio Ortega Carrillo, Universidad de Granada (España)  
Gabriela Padilla, Universidad Autónoma de Tamaulipas (México)  
Ramón Pérez Pérez, Universidad de Oviedo (España)  
Angel Puentes Puente, Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra. Santo Domingo (República Dominicana)  
Juan Jesús Gutiérrez Castillo, Universidad de Sevilla (España)  
Julio Manuel Barroso Osuna, Universidad de Sevilla (España)  
Rosalía Romero Tena, Universidad de Sevilla (España)  
Hommy Rosario, Universidad de Carabobo (Venezuela)  
Pier Giuseppe Rossi, Università di Macerata (Italia)  
Jesús Salinas Ibáñez, Universidad Islas Baleares (España)  
Yamile Sandoval Romero, Universidad de Santiago de Cali (Colombia)  
Albert Sangrà Morer, Universidad Oberta de Catalunya (España)  
Ángel Sanmartín Alonso, Universidad de Valencia (España)  
Horacio Santángelo, Universidad Tecnológica Nacional (Argentina)  
Francisco Solá Cabrera, Universidad de Sevilla (España)  
Jan Frick, Stavanger University (Noruega)  
Karl Steffens, Universidad de Colonia (Alemania)  
Seppo Tella, Helsinki University (Finlandia)  
Hanne Wachter Kjaergaard, Aarhus University (Dinamarca)



## FACTOR DE IMPACTO (IMPACT FACTOR)

SCOPUS Q1 Education: Posición 236 de 1406 (83% Percentil). CiteScore Tracker 2023: 5,3 - Journal Citation Indicator (JCI). Emerging Sources Citation Index (ESCI). Categoría: Education & Educational Research. Posición 556 de 1506. Cuartil Q2 (Percentil: 65.29) – FECYT (2023): Ciencias de la Educación. Cuartil 1. Posición 12. Puntuación: 39,22- DIALNET MÉTRICAS (Factor impacto 2022: 1.78. Q1 Educación. Posición 13 de 235) - REDIB Calificación Glogal: 29,102 (71/1.119) Percentil del Factor de Impacto Normalizado: 95,455- ERIH PLUS - Clasificación CIRC: B- Categoría ANEP: B - CARHUS (+2018): B - MIAR (ICDS 2020): 9,9 - Google Scholar (global): h5: 34; Mediana: 52 - Journal Scholar Metric Q2 Educación. Actualización 2016 Posición: 405a de 1,115- Criterios ANECA: 20 de 21 - INDEX COPERNICUS Puntuación ICV 2019: 95.10

*Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación* está indexada entre otras bases en: SCOPUS, Fecyt, DOAJ, Iresie, ISOC (CSIC/CINDOC), DICE, MIAR, IN-RECS, RESH, Ulrich's Periodicals, Catálogo Latindex, Biné-EDUSOL, Dialnet, Redinet, OEI, DOCE, Scribd, Redalyc, Red Iberoamericana de Revistas de Comunicación y Cultura, Gage Cengage Learning, Centro de Documentación del Observatorio de la Infancia en Andalucía. Además de estar presente en portales especializados, Buscadores Científicos y Catálogos de Bibliotecas de reconocido prestigio, y pendiente de evaluación en otras bases de datos.

## EDITA (PUBLISHED BY)

Grupo de Investigación Didáctica (HUM-390). Universidad de Sevilla (España). Facultad de Ciencias de la Educación. Departamento de Didáctica y Organización Educativa. C/ Pirotecnia s/n, 41013 Sevilla. Dirección de correo electrónico: [revistapixelbit@us.es](mailto:revistapixelbit@us.es). URL: <https://revistapixelbit.com/>  
ISSN: 1133-8482; e-ISSN: 2171-7966; Depósito Legal: SE-1725-02  
Formato de la revista: 16,5 x 23,0 cm

Los recursos incluidos en Pixel Bit están sujetos a una licencia Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 Unported (Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual)(CC BY-NC-SA 4.0), en consecuencia, las acciones, productos y utilidades derivadas de su utilización no podrán generar ningún tipo de lucro y la obra generada sólo podrá distribuirse bajo esta misma licencia. En las obras derivadas deberá, asimismo, hacerse referencia expresa a la fuente y al autor del recurso utilizado.

©2025 Pixel-Bit. No está permitida la reproducción total o parcial por ningún medio de la versión impresa de Pixel-Bit.

- 1.- Análisis de la Disposición Espacial de Contenido en entornos de Realidad Aumentada y su Efecto en la Carga Cognitiva de los Usuarios** [*Analysis of the Spatial Layout of Content in Augmented Reality Environments and its Effect on Users' Cognitive Load*] **7**  
Luis Eduardo Bautista, Fernanda Maradei, Gabriel Pedraza
- 2.- Evaluación de actitudes hacia la ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas (STEM) para fomentar la creatividad en la educación secundaria** [*Assessing Attitudes Toward Science, Technology, Engineering, and Mathematics (STEM) for Enhancing Creativity in Secondary Education*] **39**  
Mujib Mujib, Mardiyah Mardiyah
- 3.- Distinción entre textos de guion escritos por humanos y generados por IA: un estudio preliminar con estudiantes de Cine** [*Distinction between Screenplay Texts Written by Humans and Generated by AI: a Preliminary Study with Film Students*] **70**  
Javier Luri-Rodríguez, Elio Quiroga-Rodríguez
- 4.- Efecto mediador del autocontrol sobre la autoestima y el uso de Instagram en adolescentes. Relaciones con el rendimiento académico y el estrés tecnológico** [*Mediating effect of self-monitoring on self-esteem and Instagram use in adolescents. Relationships with academic performance and technological stress*] **87**  
Francisco José Rubio-Hernández, Adoración Díaz-López, Vanessa Caba-Machado, Elena González-Calahorra
- 5.- Phubbing: edad y presencia en línea como condiciones necesarias** [*Phubbing: Age and Online Presence as Necessary Conditions*] **103**  
Antonio Matas-Terrón
- 6.- IA generativa versus profesores: reflexiones desde una revisión de la literatura** [*Generative AI vs. Teachers: insights from a literature review*] **119**  
Andres Chiappe, Carolina San Miguel, Fabiola Mabel Sáez Delgado
- 7.- ¿Coinciden la comunidad científica y la sociedad sobre el uso de la Inteligencia Artificial en educación?** [*Do the scientific community and society agree on the use of Artificial Intelligence in education?*] **139**  
Sonia Martín-Gómez, Ángel Bartolomé Muñoz de Luna
- 8.- La utilidad percibida del ChatGPT por parte del alumnado universitario** [*Perceived usefulness of ChatGPT by university students*] **159**  
Pablo Javier Ortega-Rodríguez, Francisco Javier Pericacho Gómez
- 9.- La hora del Booktok: caracterización de nuevos vídeos para la promoción lectora en el móvil** [*Booktok Time: Characterization of New Videos for Mobile Reading Promotion*] **180**  
José Rovira-Collado, Francisco Antonio Martínez-Carratalá, Sebastián Miras
- 10.- A Cómo potenciar el pensamiento crítico en la universidad a través de competencias en línea: evaluación de la información y la netiqueta: Un análisis en futuros docentes según el sexo** // Critical thinking and skills in evaluating online information, a 21st century challenge: A gender analysis of prospective teachers **199**  
Magalí Denoni Buján, Ana Cebollero Salinas

# Efecto mediador del autocontrol sobre la autoestima y el uso de Instagram en adolescentes. Relaciones con el rendimiento académico y el estrés tecnológico

Mediating effect of self-monitoring on self-esteem and Instagram use in adolescents. Relationships with academic performance and technological stress

 **Dr. Francisco José Rubio-Hernández**

Universidad Internacional de Valencia. España

 **Dra. Adoración Díaz-López**

Universidad Internacional de la Rioja. España

 **Dra. Vanessa Caba-Machado**

Universidad Internacional de la Rioja. España

 **Dña. Elena González-Calahorra**

Universidad de Nebrija. España

Recibido: 2024/07/29; Revisado: 2024/09/23; Aceptado: 2024/12/04; Online First: 2024/12/18; Publicado: 2025/01/07

## RESUMEN

Se exploraron las interrelaciones entre el uso de Instagram, el autocontrol, la autoestima, el estrés tecnológico y el rendimiento académico en adolescentes. Mediante un diseño cuantitativo transversal, con enfoque correlacional-explicativo, se encuestó a 158 estudiantes de educación secundaria. Se aplicaron técnicas de análisis correlacional y ecuaciones estructurales. Los principales resultados revelaron lo siguiente: a) una mayor frecuencia de uso de redes sociales se asoció con un peor desempeño académico y una menor autoestima; b) el estrés tecnológico y el uso específico de Instagram se vincularon con una disminución de la autoestima; c) la intención de dedicar más tiempo al estudio se relacionó con expectativas de mejores calificaciones; d) reducir el tiempo en línea se asoció con la percepción de un mejor rendimiento académico. Además, se observó que el autocontrol actuaba como mediador en la relación entre el uso de Instagram y la autoestima. En conclusión, aunque usar Instagram y tener un buen autocontrol no parecen estar directamente relacionados con la autoestima por sí solos, la capacidad de control al usar dicha red social sí que parece influir, lo cual debe tenerse en cuenta en futuras intervenciones de carácter socioeducativo.

## ABSTRACT

The interrelationships between Instagram use, self-control, self-esteem, technological stress and academic performance in adolescents were explored. A quantitative, cross-sectional, non-experimental design with correlational-exploratory approach was conducted. A total of 158 high school students participated through snowball sampling. Correlation tests and structural equation models were used to analyze the data. The main results were: a) the frequency of use of social networks was associated with worse academic performance, self-esteem and expectations of improvement; b) technological stress and the use of Instagram were linked to lower self-esteem; c) wanting to dedicate more time to study was related to expecting better grades; d) reducing time online made one think of increased academic performance; d) when self-control was considered as an intermediate factor, it was observed that it did have an impact on the relationship between Instagram and self-esteem. In conclusion, although using Instagram and having good self-control do not seem to be directly related to self-esteem on their own, the ability to control oneself when using Instagram does influence how we feel about ourselves, which should be taken into account in future socio-educational interventions.

## PALABRAS CLAVES · KEYWORDS

Instagram, autoestima, autocontrol, rendimiento académico, estrés tecnológico, uso de Redes Sociales, adolescentes.  
Instagram, self-esteem, self-monitoring, academic performance, technological stress, social media use, adolescents.

## 1. Introducción

Los avances tecnológicos han traído consigo nuevas oportunidades de comunicación y participación en la sociedad. Han transformado la manera en la que los sujetos aprecian y valoran la vida, la familia, el amor y la sexualidad, o la educación, afectando en gran medida a los puntos de vista de los adolescentes respecto a estos aspectos (Garzón et al., 2019).

Las redes sociales se han convertido en una vía de comunicación fundamental. No obstante, a pesar de las ventajas, estos contextos digitales entrañan riesgos y peligros, especialmente para las personas más jóvenes, que utilizan de modo continuado y masivamente los dispositivos electrónicos conectados a Internet (Trillo & Rubio, 2024).

En esta tesitura, la adolescencia ha sido considerada una etapa crucial marcada por cambios de distinta naturaleza, y las redes sociales, concretamente Instagram, han adquirido gran relevancia en este grupo poblacional (Camacho-Vidal et al., 2023). Por ello, es preciso comprender la relación entre el uso de Instagram, la autoestima y el autocontrol en adolescentes por sus implicaciones psico-socioeducativas. Dicho conocimiento podría contribuir a su bienestar psicológico, a un desarrollo saludable, a su rendimiento académico o a intervenciones de corte socioeducativo que promoviesen un uso positivo de estas herramientas en la era digital, más cuando podría ocurrir que la comparación con otra información o con otras personas, debido a un déficit de autocontrol en la utilización de redes sociales (y de la imagen idealizada que en ellas se proyecta), provocase una disminución de la confianza en uno mismo o de la autoestima (Alodia & Suryadi, 2021).

Así pues, la autoestima hace referencia a una serie de sentimientos, pensamientos y creencias negativas y positivas en cuanto a uno mismo. También incluye las percepciones intrapersonales acerca de las expectativas, habilidades, inteligencia y relaciones sociales, lo cual expresa en qué medida el sujeto siente que puede tener éxito o cree ser merecedor de algo. Estas evaluaciones pueden verse impactadas por las retroalimentaciones del propio sujeto hacia sus acciones, así como por las de tipo social mediante comentarios externos sobre su desempeño. No obstante, la autoestima puede sufrir cambios a lo largo de la vida, por lo que no es inalterable, estando a merced de las experiencias cotidianas (Sánchez-Villena et al., 2021). Es una variable que puede permitir a la persona poner en marcha acciones exitosas o fallidas en su contexto inmediato, jugando un papel fundamental en el desarrollo personal de los adolescentes (Usán et al., 2023).

En cuanto al autocontrol, este ha sido definido como la fuerza de voluntad de los sujetos para regular sus propios comportamientos al enfrentarse a la consecución de objetivos valiosos a largo plazo (factor instigador), así como para ser capaz de contenerse ante las tentaciones o gratificaciones de tipo inmediato (factor inhibitor). Esta competencia autorreguladora, que se desarrolla durante las primeras etapas de la vida, es necesaria para regular emociones, pensamientos y conductas, así como para inhibir o retirar impulsos inaceptables socialmente (Oliva et al., 2019). El esfuerzo que lleva a cabo el sujeto para modificar sus reacciones y acciones puede influir de modo negativo o positivo en su ambiente. Por ello, un bajo autocontrol en la adolescencia podría facilitar la constante necesidad de los individuos por coger los dispositivos electrónicos conectados a Internet y utilizar sus aplicaciones y redes sociales, presentando menor capacidad de inhibir ese impulso (Álvarez & Moral, 2020).

Por otro lado, Instagram es una red social muy popular entre los adolescentes, en la que los usuarios comparten fotografías y vídeos, junto con textos breves (Camacho-Vidal

et al., 2023). A través de Instagram, los adolescentes exploran gran cantidad de información gráfica y textual, a menudo llevando a cabo comparaciones entre la información que ven con ellos mismos. Además, esta red social permite a los sujetos modificar o embellecer las imágenes mediante la aplicación de diferentes filtros de mejora, mostrando algo que no es del todo real, creando una historia personal que pueden considerar su propio mundo aun cuando de un cuento de hadas se tratase (Alodia & Suryadi, 2021). En este sentido, no son pocos los adolescentes que editan vídeos y fotografías antes de ser compartidos para que queden lo más perfectos posibles (Widiastuti et al., 2023).

En consecuencia, la literatura científica ha señalado la existencia de una asociación negativa entre la utilización de Instagram y la autoestima, lo cual podría implicar el uso de estos medios comunicativos en sujetos con bajos niveles de autoestima para huir de las emociones y sentimientos generados por los mismos, o para alcanzar niveles más elevados (Andreassen et al., 2017). Sin embargo, Torres-Serrano (2020) no evidenció dichas relaciones entre variables en su indagación. Adicionalmente, otros estudios han demostrado que el uso intensivo de Instagram está asociado con comparaciones sociales que pueden afectar negativamente la autoestima de los individuos (Jiang & Ngien, 2020; Sherlock & Wagstaff, 2019) y provocar estrés en los más jóvenes (García et al., 2014; López-Sáez et al., 2024). Por ejemplo, la exposición a imágenes idealizadas en Instagram puede llevar a los usuarios a realizar comparaciones desfavorables con otros, lo que a su vez puede resultar en una disminución de la autoestima (Sherlock & Wagstaff, 2019; Lo Destro, 2024; Siddiqi et al. 2024), depresión (Kim et al., 2021), una distorsión de la imagen corporal (Camacho-Vidal et al., 2023) llegando incluso a relacionarse con trastornos de la conducta alimentaria (García-Puertas, 2020).

Por otra parte, Zheng et al. (2022) identificaron que el autocontrol actuaba como factor protector en la salud mental de los adolescentes, influyendo en sus niveles de autoestima. En esta misma línea, Suparman (2024) encontró una asociación positiva entre la autoestima y el autocontrol en sujetos adolescentes, afectando el autocontrol directa e indirectamente a la resiliencia de los menores de edad a través de la autoestima.

Respecto a la intersección entre el autocontrol y el uso de Instagram, Hasanah y Halimah (2023) hallaron que el autocontrol afectaba de forma significativa a lo que denominaron trastorno o desorden de los medios sociales en cuanto a la utilización de Instagram. Sari & Purwaningtyas (2023) descubrieron una asociación moderada entre el uso compulsivo de Instagram y la falta de autocontrol en los estudiantes. De la misma manera, Rahmanissa et al., (2023) confirmaron la existencia de una correlación negativa entre el autocontrol de los sujetos y su adicción a la red social Instagram, con una contribución del 60% de la primera variable respecto a la segunda atendiendo al coeficiente de determinación ( $R^2$ ).

En otro orden de ideas, un uso excesivo o inapropiado de las redes sociales en la adolescencia puede conducir a una distorsión de la percepción de la realidad, favoreciendo el aislamiento social, problemas de salud mental como ansiedad y depresión, y afectando negativamente su rendimiento académico debido a la procrastinación y la dificultad para concentrarse (Díaz-López et al. 2021; Caba-Machado et al., 2023). Así pues, si bien la competencia digital permite aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen las tecnologías digitales, es crucial ser conscientes de los riesgos asociados a su uso y adoptar prácticas seguras (Rubio et al., 2024).

Por ende, se ha detectado un vacío en la literatura científica respecto al análisis de los efectos directos del uso de Instagram sobre la autoestima cuando media el autocontrol.

Además, se pretende indagar sobre cómo afecta la frecuencia de uso de redes sociales, en general, tanto a la autoestima, como al autocontrol. Hasta donde los investigadores saben, ningún estudio hasta la fecha ha abordado este aspecto en concreto, exceptuando la aproximación de Oliva et al. (2019). Estos autores identificaron que los sujetos con puntuaciones más elevadas en adicción a redes sociales presentaban menores niveles en autocontrol, sugiriendo la importancia de promover el autocontrol para la prevención de la adicción a Internet en adolescentes.

Por consiguiente, se formularon las siguientes preguntas de investigación: ¿de qué manera el autocontrol influye en el uso de Instagram y los niveles de autoestima en adolescentes? ¿existe una relación entre los niveles de autoestima, autocontrol, el uso de Instagram y la percepción del rendimiento académico en los menores?

De las anteriores cuestiones, se extrajeron una serie de objetivos:

1. Analizar el efecto directo del uso de Instagram sobre la autoestima
2. Evaluar el papel mediador del autocontrol en la relación entre uso de Instagram y autoestima.
3. Identificar relaciones entre la frecuencia de uso de redes sociales y los niveles de autocontrol, autoestima y estrés tecnológico.
4. Detectar relaciones entre la percepción de estrés tecnológico y los niveles de autocontrol, autoestima y uso de Instagram.
5. Explorar/Identificar relaciones entre la percepción del rendimiento académico y los niveles de autocontrol, autoestima y uso de Instagram.

## 2. Metodología

### 2.1. Diseño

Siguiendo los lineamientos de Ato et al. (2013), este estudio se enmarca dentro de una investigación empírica no experimental. Se adopta un enfoque cuantitativo con una estrategia descriptiva, correlacional y explicativa, utilizando un diseño transversal para la recolección de datos.

### 2.2. Muestra

El estudio contó con la participación de 158 estudiantes de Educación Secundaria Obligatoria (ESO), quienes respondieron voluntariamente al instrumento de recolección de datos. Se empleó la técnica de muestreo no probabilístico de bola de nieve para reclutar a los participantes.

La muestra estuvo compuesta por un 57.6% de mujeres (n=91) y un 42.4% de hombres (n=67). En cuanto al curso de matriculación, el 48.7% (n=77) de los participantes cursaban 2º de ESO, el 26.6% (n=42) 1º de ESO, el 15.2% (n=24) 4º de ESO y el 9.5% (n=15) 3º de ESO.

La mayoría de los adolescentes (84.8%, n=134) estaban escolarizados en centros públicos, seguidos de los centros concertados (8.2%, n=13) y los de titularidad privada (7%, n=11). En lo que respecta a la Comunidad Autónoma (CCAA), el 56.9% (n=90) de la muestra correspondía a Madrid, mientras que el 8.2% (n=13) pertenecía a Castilla-La Mancha. Además, se encontraron respuestas de adolescentes procedentes del País Vasco (5.7%, n=9), Extremadura (5.1%, n=8), Castilla y León (13.9%, n=22) y Murcia (10.1%, n=16).

Por otro lado, los sujetos presentaron una edad media de 14.02 años, con una desviación típica de 2.403 años, un mínimo de 12 años y un máximo de 17 años.

### 2.3. Instrumento

El instrumento empleado para la recogida de datos constó de cuatro dimensiones: 1) elementos sociodemográficos-educativos (9 ítems: sexo, edad, curso, tipo de centro, localidad, percepción del rendimiento académico, expectativas de mejorar las notas, expectativas de dedicar más tiempo al estudio, estrés ante la ausencia de Internet): dichos elementos evaluados a través de respuestas dicotómicas, politómicas o abiertas numéricas; 2) frecuencia de uso de redes sociales en general (10 ítems) y de Instagram en particular (Rubio et al., 2024b) (5 ítems): ambos aspectos evaluados a través de escala Likert con 4 puntos, de siempre a nunca; 3) autoestima (Rosenberg et al., 2000) (10 ítems evaluados a través de escala Likert con 4 puntos, de muy de acuerdo a muy en desacuerdo); 4) autocontrol (Del Valle et al., 2019) (11 ítems evaluados a través de escala Likert con 5 puntos, de mucho a nada).

En cuanto a la fiabilidad del instrumento, se calculó mediante el coeficiente Alfa de Cronbach ( $\alpha$ ). Se obtuvo  $\alpha=.85$  para la dimensión de uso de Instagram,  $\alpha=.72$  para la de autoestima y  $\alpha=.75$  para la de autocontrol. Todas las escalas tuvieron una buena confiabilidad interna. La fiabilidad de la totalidad del instrumento arrojó un índice  $\alpha=0.78$ , lo cual es considerado como aceptable.

### 2.4. Análisis de datos

El programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS v29) se utilizó para realizar un análisis descriptivo de las variables, empleando medidas de tendencia central (medias), dispersión (desviaciones típicas), asimetría y curtosis para comprender las características de los datos.

Antes de realizar el análisis de correlación, se verificó si las variables cumplían con el supuesto de normalidad mediante la prueba de Kolmogórov-Smirnov (K-S). Al no satisfacerse este supuesto, se optó por utilizar un coeficiente de correlación no paramétrico, en este caso el de Spearman.

A continuación, se utilizó el programa AMOS (V29). Se realizó un modelo de medición para probar la estructura factorial de la variable Instagram como una variable latente. Esta variable latente fue formada por cuatro componentes de medición. Luego, se modelaron las relaciones entre el uso de Instagram, el autocontrol y la autoestima para probar sus relaciones entre sí. El ajuste del modelo fue evaluado con los índices de ajuste más confiables (Hu & Bentler, 1999), a saber, el estadístico chi-cuadrado relativo ( $\chi^2/df$ ), el Error Cuadrático Medio de Aproximación (RMSEA), el Índice de Ajuste Comparativo (CFI), el

Índice de Tucker-Lewis (TLI) y el Residual Estándar Raíz Cuadrada (SRMR). Se considera que los modelos se ajustan adecuadamente a los datos con valores de  $\chi^2/df \leq 2$  a 3,  $\leq .08$  para el RMSEA (Browne & Cudeck, 1993),  $\geq .90$  para el CFI y el TLI (Bentler & Bonett, 1980), con valores superiores a .95 preferidos y valores  $\leq .08$  preferidos para el SRMR.

Un procedimiento crítico en los modelos de ecuaciones estructurales (SEM) es establecer un tamaño de muestra adecuado, aunque no hay consenso en la literatura sobre cuál sería un tamaño de muestra suficiente (Wang & Wang, 2012). Sin embargo, usualmente se ha considerado que el tamaño mínimo de muestra para realizar SEM es  $N = 100-150$  (Anderson & Gerbing, 1988; Ding et al., 1995; Tabachnick & Fidell, 2007; Tinsley & Tinsley, 1987).

## 2.5. Procedimiento

Se contactó con estudiantes de diversas regiones de España. El cuestionario se les hizo llegar a través de aplicaciones de mensajería instantánea, solicitándoles además que lo difundieran entre sus compañeros. Previamente a su aplicación, el instrumento se digitalizó mediante Google Formularios. La recogida de datos se llevó a cabo entre el 8 de mayo y el 6 de agosto de 2023. La investigación se desarrolló en estricto cumplimiento de la Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (2018) y de los principios éticos en ciencias sociales publicados por la Comisión Europea (2018).

## 3. Análisis y resultados

### 3.1. Correlaciones entre las variables de análisis

Se encontraron correlaciones negativas estadísticamente significativas entre la percepción del rendimiento académico general y la frecuencia de uso de redes sociales ( $p \leq .05$ ), entre esta última y la autoestima ( $p \leq .01$ ), entre la expectativa de mejorar los resultados académicos si se estuviese menos tiempo conectado a Internet y la percepción del rendimiento académico general ( $p \leq .01$ ), entre el estrés tecnológico y la autoestima ( $p \leq .05$ ) y entre el uso de Instagram y la autoestima ( $p \leq .01$ ). Las correlaciones fueron positivas y estadísticamente significativas entre la expectativa de dedicar más tiempo a las tareas académicas si se estuviese menos tiempo conectado a Internet y la expectativa de mejorar los resultados académicos si se estuviese menos tiempo conectado a Internet ( $p \leq .01$ ), entre el estrés tecnológico y la frecuencia de uso de redes sociales ( $p \leq .01$ ) y la expectativa de mejorar los resultados académicos si se estuviese menos tiempo conectado a Internet ( $p \leq .05$ ); entre la autoestima y la percepción del rendimiento académico general ( $p \leq .01$ ), así como la expectativa de alcanzar mejores resultados si se estuviese menos tiempo conectado a Internet ( $p \leq .05$ ) y el estrés tecnológico ( $p \leq .01$ ) (Tabla 1).

**Tabla 1***Correlación, estadística descriptiva y fiabilidad de las variables*

	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)
FURS (1)	1							
PRA (2)	-.191*	1						
EAMR (3)	.092	-.229**	1					
EDMTE (4)	-.089	-.111	.665**	1				
ET (5)	.319**	-.121	.165*	.140	1			
AE (6)	-.375**	.310**	-.143	-.013	-.191*	1		
AC (7)	-.078	.023	.022	.083	-.016	.021	1	
IG (8)	.520**	-.148	.159*	.031	.407**	-.290**	-.026	1
Media	3.28	3.92	2.76	2.70	2.07	28.67	35.59	8.18
DT	1.150	.849	.870	.826	.945	6.054	6.38	3.51
A	-	-	-	-	-	.72	.75	.85
Asimetría	.193	-.867	-.216	-.290	.410	-.125	-.661	.251
Curtosis	-.919	1.395	-.645	-.369	-.852	-.423	1.448	-1.067

Notas. (1) FURS= frecuencia de uso de redes sociales; (2) PRA= percepción del rendimiento académico general; (3) EAMR= expectativa de alcanzar mejores resultados; (4) EDMTE= expectativa de dedicar más tiempo al estudio; (5) ET= estrés tecnológico; (6) AE= autoestima; (7) AC= autocontrol; (8) IG= Instagram: DT= desviación típica; \* $p \leq .05$ ; \*\* $p \leq .01$ .

### 3.2. Modelo de ecuaciones estructurales

El valor absoluto de la asimetría y la curtosis de cada variable estuvo dentro del rango de  $\pm 1.96$  y por debajo de los valores establecidos para datos de distribución normal al usar SEM de  $\pm 3$  y  $\pm 10$  (Brown, 2015).

El modelo presentado en la Figura 1 fue construido mediante la prueba de las relaciones entre el uso de Instagram, el autocontrol y la autoestima. Antes del análisis, se utilizó un modelo de medición para probar la estructura factorial de las redes sociales como una variable latente. Las cargas factoriales ( $\geq .4$ ) (Hair Jr et al., 2010; Stevens, 2009) apoyaron una solución de un solo factor. El modelo general tuvo un buen ajuste ( $\chi^2(260) = 327.884$ , RMSEA = .041 (CI 90% .025–.054, CFI = .943, TLI = .935, SRMR = .0697).

Los resultados indicaron que el uso de Instagram no se relacionaba significativamente por efectos directos con el autocontrol ( $\beta = -.591$ ,  $p > .05$ ), y tampoco se relacionaba significativamente con la autoestima ( $\beta = -.591$ ,  $p > .05$ ). Por otro lado, el autocontrol tampoco se relacionó significativamente con la autoestima ( $\beta = 2.590$ ,  $p > .05$ ). Además, al mediar la relación entre el uso de Instagram y la autoestima, el autocontrol ( $\beta = -1.53$ ) fue estadísticamente significativo, como se observó en el Bootstrapping (Intervalos de Confianza del 95% [IC]: -1.361, -1.083,  $p \leq .05$ ) (ver Tabla 2)

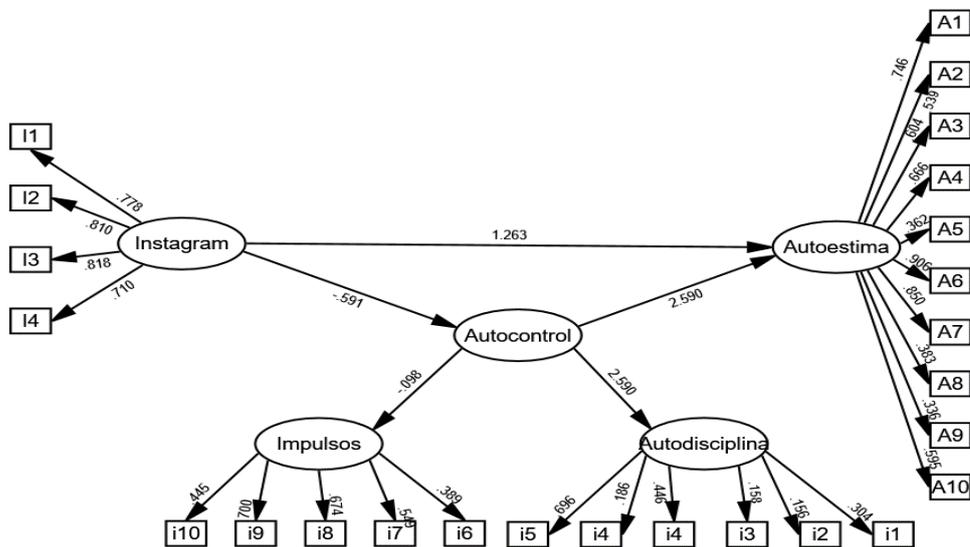
**Tabla 2**

*Relación entre las variables del modelo*

Relación	Coefficientes estandarizados	Significancia
Uso Instagram → Autocontrol	$\beta = -.591$	$p > .05$
Uso Instagram → Autoestima	$\beta = -.591$	$p > .05$
Autocontrol → Autoestima	$\beta = 2.590, p > .05$	$p > .05$
Uso Instagram → Autoestima (vía Autocontrol)	$\beta = -1.53$	IC: [-1.361, -1.083], $p \leq .05$

**Figura 1**

*SEM de las variables Instagram, autocontrol y autoestima*



#### 4. Discusión y conclusiones

La discusión sobre el impacto del uso de Instagram en la autoestima es un tema de creciente interés en la investigación psicológica y educativa. La plataforma de Instagram, caracterizada por su enfoque en la imagen y la autorrepresentación, puede influir en la

percepción que los usuarios tienen de sí mismos. Además, un autocontrol deficiente puede llevar a un uso problemático de Instagram, exacerbando las comparaciones sociales y sus efectos adversos en la autoestima (Fard et al., 2023). Así, parece importante explorar cómo el autocontrol puede mediar la relación entre el uso de Instagram y la autoestima, considerando tanto los aspectos positivos como negativos de esta interacción.

Para dar cumplida respuesta a los objetivos 1 y 2 de este estudio, que versan sobre analizar el efecto directo del uso de Instagram sobre la autoestima cuando está mediado por el autocontrol, los resultados indicaron, en primer lugar, que el uso de Instagram no mostró una relación directa significativa con la autoestima. Esto significa que el tiempo o la intensidad con la que una persona utiliza esta red social no parece afectar directamente a este constructo. En la misma línea, tampoco se encontró una relación directa con el autocontrol, lo cual puede sugerir que el uso de Instagram podría no afectar automáticamente la capacidad de las personas para controlar impulsos o comportamientos. Esto puede estar relacionado con el hecho de que la influencia de las redes sociales sobre el autocontrol podría depender de otros factores contextuales o individuales, como el tipo de contenido consumido o las características personales de los usuarios. Estos resultados son coincidentes con los hallados en el estudio de Jiang & Ngien (2020) y contrarios a los reportados por Fagundes et al. (2020) y a los de Camacho-Vidal et al. (2023), quienes sí encontraron una relación significativa. De forma similar, no se observó una relación directa entre el autocontrol y la autoestima. Sin embargo, al considerar al autocontrol como una variable mediadora, este sí tuvo un papel significativo en la relación entre el uso de Instagram y la autoestima. En otras palabras, el autocontrol parece influir en cómo el uso de Instagram impacta en la evaluación que las personas hacen de sí mismas. Una posible explicación a este hecho puede radicar en la gestión de comparaciones sociales. En este sentido, Instagram es una plataforma que fomenta la comparación social debido a la naturaleza visual y curada de las publicaciones (Haller, 2020). Los usuarios tienden a comparar su vida con la de otros, lo que puede llevar a sentimientos de insuficiencia y baja autoestima y, en este escenario, las personas con mayor autocontrol pueden ser más capaces de manejar estas comparaciones de manera saludable (Martínez-Cardama y Gómez-López, 2023). Otra explicación puede ser que la exposición a contenido idealizado en Instagram puede generar emociones negativas como envidia, tristeza o ansiedad, por lo que un alto nivel de autocontrol podría ayudar a las personas a regular sus emociones de manera efectiva (Haller, 2020). Además, la baja autoestima puede ser exacerbada por la interacción en redes sociales, donde la validación externa es común y el autocontrol está vinculado a una mayor resiliencia y habilidades de afrontamiento, permitiendo a las personas enfrentar desafíos a su autoestima de manera más efectiva.

Otro de los aspectos clave de este estudio era identificar la relación entre la frecuencia de uso de redes sociales, la autoestima, el estrés tecnológico y el autocontrol (objetivo 3). En este sentido, este estudio pone de manifiesto que la frecuencia de uso de redes sociales se relaciona negativamente con la autoestima. Estos resultados van en la línea de lo reportado por Garro-Aburto et al. (2024). Adicionalmente, se encontró que la frecuencia de uso de redes sociales se relaciona positivamente con el estrés tecnológico, estos resultados refuerzan las conclusiones de Díaz-López et al. (2020), quienes apuntaron que una mayor frecuencia de exposición a las pantallas correlaciona positivamente con un mayor estrés tecnológico. Un hallazgo llamativo es que no se encontró relación entre la frecuencia de uso de redes sociales y el autocontrol, este resultado es coherente con el trabajo de Álvarez-Menéndez y Moral-Jiménez (2020), en el cual se destaca que los adolescentes que reportan un uso problemático de redes sociales a menudo enfrentan déficits en autocontrol, pero

esto no implica que el uso frecuente de redes sociales cause directamente una disminución en el autocontrol (Álvarez-Menéndez & Moral-Jiménez, 2020). Desde ese punto de vista, la investigación también sugiere que la regulación emocional, que está relacionada con el autocontrol, no siempre se ve afectada de manera negativa por el uso de redes sociales, lo que refuerza la idea de que la relación entre estas variables es compleja y no necesariamente directa (Granados et al., 2020).

Para dar cumplida respuesta al objetivo 4, se abordó el análisis de la relación entre la percepción de estrés tecnológico y los niveles de autocontrol, autoestima y uso de Instagram. En ese marco, el estrés tecnológico relaciona positivamente con el uso de Instagram. Estos hallazgos van en la línea de los informados en un estudio de revisión sobre estrés, en el cual se concluye que una mayor frecuencia de uso de redes sociales se relaciona con mayores niveles de estrés (Keles et al., 2020; López-Sáez et al., 2024) y disienten de otros desenlaces en los que los usuarios de Instagram no difirieron significativamente de los no usuarios en cuanto a sus niveles de estrés auto-informado (Brailovskaia y Margraf, 2018). Por otro lado, el estrés tecnológico se relaciona negativamente con la autoestima, coincidente con el estudio de Korzynski et al. (2021). Sin embargo, no se encontró una relación entre el estrés tecnológico y el autocontrol, lo cual disiente de lo reportado por Wang et al. (2021), quienes informan de que el tecnoestrés puede perjudicar indirectamente el autocontrol de los jóvenes.

Finalmente, en el objetivo 5, se analizaron las relaciones entre la percepción del rendimiento académico y los niveles de autocontrol, autoestima y uso de Instagram. De esta forma, se encontró que la expectativa de mejorar los resultados académicos si se estuviese menos tiempo conectado a Instagram se relaciona con la frecuencia de uso de Instagram. Estos resultados van en la línea de lo reportado por Díaz-López et al. (2020) sobre internet, en general, y por Muñoz-Franco et al. (2023) sobre Tik Tok en particular. En ambos estudios se concluye que aquellos jóvenes que afirman que dedicarían más tiempo a las tareas escolares y a estudiar si pasaran menos tiempo en la red, presentan una mayor frecuencia de uso de aplicaciones y peores calificaciones. Adicionalmente, la expectativa de mejorar los resultados académicos si se estuviese menos tiempo conectado a Instagram, también se relaciona con la autoestima. Una posible explicación a este hecho puede estar ligada a que el desempeño académico de un niño o adolescente incide directamente en su autoestima y autoconcepto (Luo et al., 2020).

Así pues, este estudio no está exento de limitaciones. En primer lugar, el tamaño de la muestra no es representativo y el muestreo se ha realizado siguiendo un criterio no probabilístico con una menor proporción de hombres que de mujeres. Esto se justifica teniendo en cuenta el carácter exploratorio del estudio al tratarse de una primera aproximación que condujeron a una mayor rapidez en la recogida de datos. Para ello se han tenido en cuenta los criterios de accesibilidad de los entrevistadores. Esta salvedad se pretende solventar con la ampliación del rango muestral a otros centros de educación secundaria obligatoria que permitan establecer datos más concluyentes que los ya reportados a partir de nuestros datos. En este sentido, una segunda limitación estaría relacionada con la extensión del instrumento y el sesgo de deseabilidad social al tratarse

de autoinformes y ser una investigación que aborda temas relacionados con el análisis crítico de rasgos comportamentales. Respecto al artefacto, se debe indicar que no se procedió a un proceso de pilotaje, puesto que se basó en escalas validadas previamente.

Por ende, se puede concluir que el impacto del uso de Instagram en la autoestima está completamente mediado por el nivel de autocontrol del usuario. Así, mientras que el uso de Instagram por sí solo no tiene una relación directa con la autoestima, la presencia de autocontrol sí media esta relación, permitiendo a los usuarios manejar mejor las comparaciones sociales y regular sus emociones frente al contenido idealizado de la plataforma. Además, se encontró que una mayor frecuencia de uso de redes sociales se relaciona con un aumento del estrés tecnológico, una disminución de la autoestima y una peor percepción del logro académico. Por último, cabe destacar como hallazgo reseñable que el estrés tecnológico repercute negativamente en la autoestima. Estos hallazgos pueden presentar ciertas implicaciones prácticas y futuras líneas de investigación, en este sentido, las conclusiones de esta investigación podrían ser tenidas en cuenta de cara al diseño de intervenciones para niños y adolescentes sobre el uso responsable de Internet en general, y redes sociales en particular. Así mismo, parece pertinente replicar este estudio con otras redes sociales, como Tik Tok o Snatchap, para ver si se encuentran resultados similares y poder trazar patrones de conducta en función de las redes empleadas. Del mismo modo, parece reseñable incorporar los riesgos del uso de las redes sociales, tales como el descenso de la autoestima, en las formaciones destinadas a progenitores. Finalmente, las políticas socioeducativas deben hacerse eco de esta cuestión y comenzar a regular el uso de redes sociales, valorando su prohibición en determinadas edades, como ya ocurre en otros contextos como Australia y Florida.

### Contribuciones de los Autores

A. D.-L. (Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Metodología, Redacción - borrador original, Validación), V. C.-M. (Conceptualización, Redacción - borrador original, Validación, Redacción - revisión y edición), F.J.R.-H (Metodología, Curación de datos, Análisis formal), E.G.-C. (Conceptualización, Investigación, Redacción - revisión y edición).

### Referencias

- Alodia, A., & Suryadi, D. (2021). *The Relationship Between Social Comparison and Self-Esteem Among Late Adolescent Instagram Users*. International Conference on Economics, Business, Social, and Humanities (ICEBSH). <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210805.083>
- Álvarez Menéndez, M., & Moral Jiménez, M. D. L. V. (2020). Phubbing, uso problemático de teléfonos móviles y de redes sociales en adolescentes y déficits en autocontrol. *Health and Addictions/Salud y Drogas*. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i1.487>
- Andreassen, C.S., Pallesen, S. & Griffiths, M.D. (2017). The relationship between addictive use of social media, narcissism, and self-esteem: Findings from a large national survey. *Addictive Behaviors*, 64, 287-293. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2016.03.006>
- Ato, M., López-García, J. J., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 29(3), 1038-1059. <https://dx.doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>

- Brailovskaia, J., Margraf, J., Schillack, H., & Köllner, V. (2019). Comparing mental health of Facebook users and Facebook non-users in an inpatient sample in Germany. *Journal of Affective Disorders*, 259, 376–381. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2019.08.078>
- Caba-Machado, V., McIlroy, D., Padilla-Adamuz, F. M., Murphy, R., & Palmer-Conn, S. (2023). The associations of use of social network sites with perceived social support and loneliness. *Current Psychology*, 42(17), 14414-14427. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02673-9>
- Calvo-González, S., Arcos-Romero, A. I., Rodríguez-Fernández, N., & Posada-Corrales, J. A. (2024). Consumo y usos de Instagram en adolescentes de Asturias (España): ¿para qué aplican filtros en sus fotografías y cómo impactan en sus interacciones sociales?. *Revista Latina De Comunicación Social*, (83), 1–17. <https://doi.org/10.4185/rlds-2025-2326>
- Camacho-Vidal, P., Díaz-López, A., & Sabariego-García, J.A. (2023). Relación Entre el uso de Instagram y la Imagen Corporal de los Adolescentes. *Apuntes de Psicología*, 41(2), 117-122. <https://doi.org/10.55414/ap.v41i2.1537>
- Comisión Europea (2018). *Ethics in Social Science and Humanities*. <https://bit.ly/3nZVzFw>
- Díaz-López, A., Maquilón-Sánchez, J. J., & Mirete-Ruiz, A. B. (2020). Uso desadaptativo de las TIC en adolescentes: Perfiles, supervisión y estrés tecnológico. *Comunicar: Revista Científica de Comunicación y Educación*, (64), 29-38. <https://doi.org/10.3916/C64-2020-03>
- Díaz-López, A., Mirete-Ruiz, A. B., & Maquilón-Sánchez, J. (2021). Adolescents' perceptions of their problematic use of ICT: relationship with study time and academic performance. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(12), 6673. <https://doi.org/10.3390/ijerph18126673>
- Fagundes, L. S., Marot, T. A., & Natividade, J. C. (2020). Use of Instagram, social comparison, and personality as predictors of self-esteem. *Psico-USF*, 25(4), 711-724. <https://doi.org/10.1590/1413/82712020250410>
- García, B. C., de Ayala López, M. L., & Jiménez, A. G. (2014). Los riesgos de los adolescentes en Internet: los menores como actores y víctimas de los peligros de Internet. *Revista latina de comunicación social*, (69), 462-485.
- García Puertas, D. (2020). Influencia del uso de Instagram sobre la conducta alimentaria y trastornos emocionales. Revisión sistemática. *Revista Española De Comunicación En Salud*, 11(2), 244-254. <https://doi.org/10.20318/recs.2020/5223>
- Garro-Aburto, L. L., Salvador, H. H. V., Carrillo-Flores, J. W., & Sánchez, R. M. S. (2024). Impacto del consumo de contenido audiovisual en la autoestima de estudiantes universitarios. *VISUAL REVIEW International Visual Culture Review/Revista Internacional de Cultura Visual*, 16(5), 177-186. <https://doi.org/10.62161/revvisual.v16.5336>
- Garzón, R., León, K. M., & Trejo Garzón, S. (2019). El impacto del uso de la red social Instagram en la autoestima del estudiante adolescente. *Social Review. International Social Sciences Review / Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 8(3), 197–209. <https://doi.org/10.37467/gka-revsocial.v8.2324>

- Granados, B. G., Orts, C. Q., & Peña, L. R. (2020). Regulación emocional y uso problemático de las redes sociales en adolescentes: el papel de la sintomatología depresiva. *Health and addictions: salud y drogas*, 20(1), 77-86. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i1.473>
- Haller, S. L. (2020). *An Examination of Instagram Use and Body Image in a Sociocultural Model of Disordered Eating*. University of Toronto (Canada).
- Hasanah, P. R. A., & Halimah, L. (2023). Pengaruh Loneliness dan Self-Control terhadap Instagram Social Media Disorder pada Emerging Adulthood. Bandung *Conference Series: Psychology Science*, 3(1), 1-11. <https://doi.org/10.29313/bcsps.v3i1.5524>
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The effects of Instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social media+ Society*, 6(2), <https://doi.org/10.1177/2056305120912488>
- Keles, B., McCrae, N., & Grealish, A. (2020). A systematic review: The influence of social media on depression, anxiety and psychological distress in adolescents. *International Journal of Adolescence and Youth*, 25(1), 79–93.
- Kim, J., Uddin, Z. A., Lee, Y., Nasri, F., Gill, H., Subramanieapillai, M., ... & McIntyre, R. S. (2021). A systematic review of the validity of screening depression through Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Journal of affective disorders*, 286, 360-369. <https://doi.org/10.1016/j.jad.2020.08.091>
- Korzynski, P., Rook, C., Florent Treacy, E., & Kets de Vries, M. (2021). The impact of self-esteem, conscientiousness and pseudo-personality on technostress. *Internet Research*, 31(1), 59-79. <https://doi.org/10.1108/INTR-03-2020-0141>
- Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre, de Protección de Datos Personales y garantía de los derechos digitales (2018). Boletín Oficial del Estado (BOE), 294, de 6 de diciembre, 119788-119857. <https://www.boe.es/eli/es/lo/2018/12/05/3>
- López-Sáez, M. Á., Pérez-Torres, V., Pastor, Y., Lobato-Rincón, L. L., Thomas, H., & Angulo-Brunet, A. (2024). Social media uses amongst adolescents: motives, minority stress and eudaimonic well-being. <https://doi.org/10.6018/analesps.556871>
- Luo, J., Yeung, P. S., & Li, H. (2020). The relationship among media multitasking, academic performance and self-esteem in Chinese adolescents: The cross-lagged panel and mediation analyses. *Children and Youth Services Review*, 117, 105308 <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.105308>
- Martínez-Cardama, S., & Gómez-López, E. (2023, March). Impact of Social Media on Self-esteem and Emotions: An Instagram-Based Case Study. In *International Conference on Information* (pp. 109-122). Cham: Springer Nature Switzerland.
- Oliva, A., Antolín-Suárez, L., & Rodríguez-Meirinhos, A. (2019). Uncovering the Link between Self-control, Age, and Psychological Maladjustment among Spanish Adolescents and Young Adults. *Psychosocial Intervention*, 28(1), 49–55. <https://doi.org/10.5093/pi2019a1>

- Rahmanissa, A., Agustina, V. T., & Kencana, S. C. (2023). Hubungan Antara Self Control dengan Kecanduan Media Sosial Instagram pada Siswa Kelas X di SMA Keluarga Widuri Jakarta Selatan. *Sultra Educational Journal*, 3(2), 44-48. <https://doi.org/10.54297/seduj.v3i2.497>
- Rubio, F. J., Giménez-Gualdo, A. M., Díaz-López, A., & Machado, V. C. (2024). Risks analysis and internet perception among spanish university students. *European Journal of Educational Research*, 13(4), 1727-1740. <https://doi.org/10.12973/eu-jer.13.4.1727>
- Rubio, F. J., González, E., & Olivo, J. L. (2024b). Adolescentes en la era digital. Desvelando las relaciones entre las redes sociales, el autocontrol, la autoestima y las habilidades sociales. *Ciencia Y Educación*, 8(3), 39–58. <https://doi.org/10.22206/cyed.2024.v8i3.3209>
- Trillo, M. P., & Rubio, F. J. (2024). Riesgos socioeducativos por uso inadecuado de las tecnologías de la relación, la información y la comunicación. En E. Vázquez Cano y J.M. Sáez López, *Tecnologías emergentes y activas en educación* (pp. 31-55). Dykinson.
- Sánchez-Villena, A.R., De la Fuente-Figuerola, V., & Ventura-León, J. (2021). Modelos factoriales de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes peruanos. *Revista de Psicología y Psicopatología Clínica*, 26(1), 47-55, 2021. <https://doi.org/10.5944/rppc.26631>
- Sari, N. N., & Purwaningtyas, F. D. (2023). Self-control and Instagram social media addiction in students of Wijaya Putra University Surabaya. *Jurnal Gesi*, 2(1), 1-7. <https://doi.org/10.38156/gesi.v2i1.144>
- Sharifi Fard, S. A., Griffiths, M. D., Mohseni, F., Nabi Zadeh, S., & Ali Babaei, G. (2024). Basic Psychological Needs and Psychological Well-being: The Mediating Role of Instagram Addiction. *Journal of Technology in Behavioral Science*, 9(2), 171-179. <https://doi.org/10.1007/s41347-023-00313-6>
- Sherlock, M., & 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. <https://doi.org/10.1037/ppm0000182>
- Siddiqa, A., Seçim, G., & Mukhtar, H. (2024). Influence of Instagram Exposure on People Happiness and Self Esteem. *Pakistan Journal of Humanities and Social Sciences*, 12(1), 748-755. <https://doi.org/10.52131/pjhss.2024.v12i1.1941>
- Suparman, L. H. (2024). The effect of social support, self-esteem, and self-control, on adolescent resilience at child welfare institution. *Journal of Child, Family, and Consumer Studies*, 3(1), 1–11. <https://doi.org/10.29244/jcfcs.3.1.1-11>
- Torres-Serrano, M. (2020). Fear of missing out (FoMO) y el uso de Instagram: análisis de las relaciones entre narcisismo y autoestima. *Aloma*, 38(1), 31-38. <http://dx.doi.org/10.51698/aloma.2020.38.1.31-38>
- Usán, P., Salavera, C., Quílez, A., Lozano, R., & Latorre, C. (2023). Empathy, self-esteem and satisfaction with life in adolescent, *Children and Youth Services Review*, 144, 106755. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2022.106755>

- Wang, X., Li, Z., Ouyang, Z., & Xu, Y. (2021). The Achilles heel of technology: how does technostress affect university students' wellbeing and technology-enhanced learning. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(23), 12322. <https://doi.org/10.3390/ijerph182312322>
- Whelan, E., Golden, W., & Tarafdar, M. (2022). How technostress and self-control of social networking sites affect academic achievement and wellbeing. *Internet Research*, 32(7), 280-306. <https://doi.org/10.1108/INTR-06-2021-0394>
- Widiastuti, N. N. E., Wulanyani, N. M. S., & Shaheen, S. (2023). The Role of Instagram Usage Intensity on Body Dissatisfaction in Adolescent Girls in Denpasar with Self-Esteem as a Moderating Variable. *Sinergi International Journal of Psychology*, 1(1), 1–16. <https://doi.org/10.61194/psychology.v1i1.47>
- Zheng, M., Peng, K., Yan, W., Lin, Y., Ni, Z., & Zhang, P. (2022). Self-control protects Tibetan adolescent orphans from mental problems: A mediating role of self-esteem. *Journal of Adolescence*, 94(2), 253–263. <https://doi.org/10.1002/jad.12025>