

Relación entre diseño gráfico y formas de expresión personal de adolescentes en redes sociales.

Relationship Between Graphic Design and Forms of Personal Expression of Adolescents on Social Media.

Cáceres-Yanchapanta, Paula Camila¹; Villegas-Castillo, Juan Carlos²; Vargas-Hurtado, Jenniffer Viviana³; Garcés-Yanzapanta, Santiago David⁴.

Cita: Cáceres-Yanchapanta, P. C., Villegas-Castillo, J. C., Vargas-Hurtado, J. V., & Garcés-Yanzapanta, S. D. (2026). Relación entre diseño gráfico y formas de expresión personal de adolescentes en redes sociales. *Innova Science Journal*, 4(2), 784-794. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v4/n2/313>

Recibido: 15/12/2025
Aceptado: 20/04/2026
Publicado: 30/04/2026



Copyright: © 2026 por los autores. Este artículo es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos y condiciones de la **Licencia Creative Commons, Atribución-NoComercial 4.0 Internacional. (CC BY-NC)**.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

- ¹ Unidad Educativa Nuevo Mundo; Ecuador, Ambato; <https://orcid.org/0009-0002-2340-7746>; paulacaceres@nuevomundoambato.edu.ec
- ² Unidad Educativa Nuevo Mundo; Ecuador, Ambato; <https://orcid.org/0009-0004-6754-8158>; jvillegas@nuevomundoambato.edu.ec
- ³ Unidad Educativa Nuevo Mundo; Ecuador, Ambato; <https://orcid.org/0009-0004-1519-3607>; jvargas@nuevomundoambato.edu.ec
- ⁴ Unidad Educativa Nuevo Mundo; Ecuador, Ambato; <https://orcid.org/0009-0005-2448-0859>; sgarces@nuevomundoambato.edu.ec

¹ Autor Correspondencia

 <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v4/n2/313>

Resumen: El uso de plataformas de redes sociales por parte de adolescentes constituye un entorno sociotécnico donde la producción de contenido visual opera como un mecanismo de expresión personal y construcción identitaria, el presente estudio analiza la relación entre la apropiación de recursos de diseño gráfico y las modalidades de expresión personal en dichos contextos digitales, mediante un diseño cuantitativo de carácter descriptivo-correlacional, se administró un cuestionario estructurado a 84 estudiantes de educación media, evaluando seis dimensiones: integración de elementos visuales, expresión identitaria, dinámicas de socialización, influencia algorítmica, creatividad digital y patrones de consumo informativo. Los análisis descriptivos revelaron un nivel moderado en la adopción de herramientas visuales ($M = 3,24$) y una asociación intermedia con la expresión personal ($M = 3,03$), mientras que se registró un mayor reconocimiento de las redes como espacios de interacción social ($M = 3,38$), en contraste, la percepción de la influencia algorítmica ($M = 2,66$) y de la incidencia de la cultura popular ($M = 2,59$) resultó baja, estos hallazgos indican que, aunque los recursos de diseño gráfico están incorporados en las prácticas digitales adolescentes, su función expresiva y los factores sociotécnicos que los condicionan no son reconocidos de manera homogénea, la discrepancia entre la ejecución técnica y la conciencia explícita sobre los condicionantes digitales subraya la necesidad de integrar competencias de alfabetización visual y crítica algorítmica en los programas educativos contemporáneos.

Palabras clave: diseño gráfico; redes sociales; adolescentes; expresión personal; comunicación visual.

Abstract: Adolescents' use of social media platforms constitutes a sociotechnical environment in which visual content production functions as a mechanism for personal expression and identity construction. This study examines the relationship between the appropriation of graphic design resources and modes of personal expression within these digital contexts. Using a quantitative descriptive-correlational design, a structured questionnaire was administered to 84 secondary education students, assessing six dimensions: visual element integration, identity expression, socialization dynamics, algorithmic influence, digital creativity, and informational consumption patterns. Descriptive analyses revealed a moderate level of visual tool adoption ($M = 3.24$) and an intermediate association with personal expression ($M = 3.03$), alongside a stronger recognition of social networks as spaces for interpersonal interaction ($M = 3.38$). In contrast, perceptions of algorithmic influence ($M = 2.66$) and the impact of popular culture ($M = 2.59$) were low. These findings indicate that, although graphic design resources are integrated into adolescents' digital practices, their expressive function and the sociotechnical factors conditioning their use are not uniformly recognized. The discrepancy between technical execution and explicit awareness of digital conditioning factors underscores the need to integrate visual literacy and algorithmic critical thinking competencies into contemporary educational curricula.

Keywords: graphic design; social media; adolescents; personal expression; visual communication.

1. Introducción

La proliferación de los entornos digitales ha reconfigurado sustancialmente las dinámicas de interacción social y los mecanismos de construcción identitaria en la población adolescente. Este fenómeno se sustenta en la consolidación de plataformas en línea y en la adopción intensiva de las redes sociales como ámbitos estructurales para el intercambio comunicativo, la generación de contenidos y la socialización (Aparicio, 2024). De manera paralela, la masificación del acceso a dispositivos móviles y la conectividad ubicua han integrado estas tecnologías en la cotidianidad juvenil, estableciendo un modelo comunicativo regido por interfaces digitales y gramáticas visuales que determinan la producción, circulación y visibilidad de los discursos (Vilches, 2023).

La adolescencia representa una fase crítica en el desarrollo identitario, concebido como un constructo multidimensional influido por determinantes socioculturales. En la contemporaneidad, dicho proceso está mediado por ecosistemas digitales que incorporan los repertorios propios de la cultura juvenil, modificando sustancialmente las prácticas de autorrepresentación. Estas dinámicas operan bajo un régimen de visibilidad permanente e interacción pública, donde el flujo continuo de contenidos reconfigura los modelos tradicionales de socialización (Cid, 2013).

Bajo esta óptica, el concepto de generación digital refleja la asimilación de las redes sociales en las rutinas comunicativas de los adolescentes (Gómez y Jiménez, 2022). Dicha articulación sociotecnológica ha motivado líneas de investigación centradas en los impactos de la digitalización, con especial énfasis en la asociación entre el uso problemático de estas plataformas y diversos indicadores de salud mental (Misas, 2022).

Simultáneamente, la comunicación visual ocupa un lugar preponderante en la producción de significados, valiéndose de componentes como la tipografía, la paleta cromática y la composición espacial (Calderón, 2020). El diseño gráfico, trascendiendo su función meramente estética, opera como un sistema estructural que modula la interpretación de los mensajes (Martín, 2018). Desde esta perspectiva, la articulación entre imagen y significado se establece mediante procesos cognitivos que organizan los estímulos visuales en esquemas coherentes (Pérez, 2019).

En los entornos virtuales, los adolescentes recurren a herramientas como filtros, esquemas de color y variantes tipográficas para materializar su identidad (Vallejos, 2018). Paralelamente, las redes sociales, en calidad de sistemas sociotécnicos, norman estas prácticas a través de arquitecturas algorítmicas y patrones de interacción que condicionan la exposición del contenido (Di Porto, 2021). Como resultado, la autopresentación se edifica a partir de elecciones visuales que entrelazan narrativas individuales y demarcan adscripciones grupales (Zambrano, 2022; Zambrano, 2023).

En este marco, el presente estudio se propone analizar la relación entre el empleo de recursos de diseño gráfico y la expresión personal en adolescentes, con el fin de identificar patrones asociados a la construcción identitaria en contextos digitales.

2. Materiales y Métodos

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo de carácter descriptivo-correlacional, con el propósito de examinar la relación entre el uso de recursos de diseño

gráfico y las formas de expresión personal en adolescentes dentro de redes sociales. Este enfoque permitió analizar la asociación entre variables a partir de información estructurada (Galarza, 2020).

La población estuvo conformada por estudiantes de bachillerato usuarios de redes sociales, de los cuales se seleccionó una muestra de 84 participantes mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, considerando la accesibilidad y pertinencia de los sujetos respecto al fenómeno de estudio.

Para la recolección de datos se empleó un cuestionario estructurado aplicado a través de Google Forms, basado en una escala tipo Likert de cinco niveles (desde totalmente en desacuerdo hasta totalmente de acuerdo), lo que permitió evaluar percepciones, actitudes y comportamientos vinculados al uso de recursos visuales (Matas, 2018). El instrumento se organizó en varias dimensiones: uso de elementos visuales, expresión personal mediante diseño, influencia de plataformas y algoritmos, interacción social y creatividad digital asociada a referentes culturales.

La aplicación se realizó en un entorno digital, lo que facilitó la estandarización del proceso y la organización de la información, garantizando además la participación voluntaria y confidencial de los encuestados. El análisis de los datos se efectuó mediante estadística descriptiva, empleando frecuencias, porcentajes y promedios por ítem y dimensión, con el fin de identificar tendencias y patrones de respuesta (Álvarez, 2020).

Finalmente, la fiabilidad del instrumento se determinó mediante el coeficiente alfa de Cronbach, asegurando la consistencia interna de las dimensiones evaluadas. Este diseño metodológico permitió vincular los resultados empíricos con las bases teóricas del estudio, facilitando la interpretación de los procesos de identidad, interacción y representación en entornos digitales.

3. Resultados

El análisis de los datos obtenidos a partir del cuestionario permite identificar las percepciones y prácticas de los adolescentes en relación con el uso de recursos de diseño gráfico en redes sociales, a partir de la distribución de frecuencias, medidas de tendencia central y dispersión en cada una de las dimensiones evaluadas.

Tabla 1.

Distribución de la muestra según sexo y nivel de bachillerato

Variable	Categoría	Frecuencia (n)	Porcentaje (%)
Sexo	Femenino	52	61.9
	Masculino	32	38.1
Nivel educativo	Primero de Bachillerato	25	29.8
	Segundo de Bachillerato	31	36.9
	Tercero de Bachillerato	28	33.3
Total	—	84	100

Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta

La muestra analizada presenta una distribución relativamente equilibrada en cuanto al nivel educativo, con una ligera predominancia de estudiantes de segundo de bachillerato (36.9%), seguidos por tercero (33.3%) y primero (29.8%), esta distribución permite una representación equilibrada de las distintas etapas del bachillerato, lo que facilita el análisis de los resultados desde diversas fases del desarrollo adolescente, en relación con el sexo, se evidencia una mayor participación de mujeres (61,9%) en comparación con hombres (38,1%), aspecto que podría influir en la interpretación de los hallazgos, especialmente en variables vinculadas con la expresión estética y las prácticas visuales, dado que diversas investigaciones han señalado diferencias en el uso de redes sociales según el género, en términos generales, la composición de la muestra resulta adecuada para un análisis descriptivo, aunque con una ligera sobrerrepresentación femenina que debe considerarse en la discusión de los hallazgos.

Con base en esta población heterogénea, la encuesta aplicada se dividió en módulos de cinco preguntas cada uno, los cuales analizan las diferentes dimensiones del tema. A continuación, se analizan los principales resultados que arrojaron cada una de ellas según su bloque correspondiente y respectivo análisis estadístico.

3.1. Uso de elementos visuales en redes sociales

Tabla 2.

Tendencias centrales y dispersión en el uso de elementos visuales

Ítem	Media	Mediana	Moda	DE	Tendencia predominante
P1	3.37	3	3	1.30	Neutral
P2	3.57	4	5	1.41	Acuerdo moderado
P3	3.20	3	5	1.52	Neutral
P4	2.94	3	3	1.41	Neutral
P5	3.12	3	3	1.46	Neutral

Promedio de la dimensión: 3.24

Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta

Los resultados muestran que los adolescentes presentan una relación moderada con la construcción estética de sus publicaciones, evidenciada en prácticas como la selección de tipografías (P1), el uso de filtros (P3) y el cuidado del encuadre (P4). El ítem P2, referido a la modificación de brillo, contraste y tonos, alcanza los valores más altos, lo que sugiere una mayor apropiación de herramientas básicas de edición visual. Sin embargo, el mantenimiento de una identidad visual coherente (P5) no se presenta como una práctica generalizada, lo que indica que la estética digital es trabajada más a nivel de publicaciones individuales que como una estrategia de construcción de perfil. En conjunto, estos resultados evidencian que el diseño gráfico está presente en la experiencia digital adolescente, pero operando más como recurso instrumental que como sistema estructurado de comunicación visual.

3.2. Expresión personal mediante diseño

Tabla 3.

Representación de la identidad a través de recursos visuales

Ítem	Media	Mediana	Moda	DE	Tendencia
P6	3.02	3	3	1.36	Neutral
P7	3.20	3	3	1.34	Neutral
P8	2.87	3	3	1.39	Neutral
P9	2.46	2	1	1.36	Desacuerdo
P10	2.87	3	3	1.36	Neutral
P11	2.98	3	3	1.35	Neutral

Promedio de la dimensión: 3.03

Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta

Esta dimensión aborda directamente la relación entre diseño y expresión personal, revelando una apropiación parcial del contenido visual como medio de representación identitaria. Aunque los participantes reconocen en cierta medida que los colores, estilos y decisiones de edición pueden comunicar emociones (P7) o aspectos personales (P6), el desacuerdo observado en el ítem P9 sugiere que no todos consideran que sus decisiones gráficas representen explícitamente sus gustos o intereses. Asimismo, la percepción del contenido como una “versión construida de sí mismos” (P10) se mantiene en niveles neutros, lo que indica una conciencia limitada sobre la construcción simbólica del yo digital. En este sentido, el diseño gráfico funciona como un lenguaje expresivo, pero no plenamente reconocido como mecanismo consciente de auto-representación.

3.3. Influencia de plataformas y algoritmos

Tabla 4.

Condicionamiento percibido en la producción de contenido

Ítem	Media	Mediana	Moda	DE	Tendencia
P12	3.39	4	5	1.41	Acuerdo
P13	2.43	2	3	1.21	Desacuerdo
P14	2.56	2	2	1.32	Desacuerdo
P15	2.57	2.5	2	1.23	Desacuerdo
P16	2.58	3	1	1.34	Neutral–desacuerdo
P17	2.54	2	1	1.34	Desacuerdo
P18	2.13	2	1	1.32	Desacuerdo

Promedio de la dimensión: 2.66

Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta.

Los resultados evidencian que los adolescentes no reconocen de forma consistente la influencia de los algoritmos en sus decisiones de publicación, esta distribución garantiza una cobertura representativa de las diferentes etapas del bachillerato, lo que posibilita interpretar los resultados considerando las diversas fases del desarrollo adolescente, en cuanto al sexo, se observa una mayor proporción de participantes femeninas (61,9%) frente a masculinos (38,1%), situación que podría incidir en el análisis de los resultados, especialmente en variables relacionadas con la expresión estética y las prácticas visuales, ya que distintos estudios han evidenciado diferencias en el uso de redes sociales según el género.

3.4. Socialización e interacción visual

Tabla 5.

Uso de lo visual en la construcción de relaciones sociales

Ítem	Media	Mediana	Moda	DE	Tendencia
P19	4.20	5	5	1.18	Alto acuerdo
P20	3.61	4	5	1.34	Acuerdo
P21	3.33	3	5	1.43	Neutral-acuerdo
P22	2.56	2	2	1.21	Desacuerdo
P23	3.20	3	3	1.41	Neutral
P24	3.40	3	3	1.35	Neutral-acuerdo

Promedio de la dimensión: 3.38

Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta

Los resultados indican que las redes sociales se emplean principalmente como entornos de interacción social basados en lo visual, evidenciándose un alto nivel de acuerdo respecto a su uso para mantener comunicación con pares (P19), de igual manera, el hecho de compartir contenido comprensible dentro del grupo (P20) respalda la idea de que las publicaciones operan como códigos comunicativos comunes, no obstante, el desacuerdo en relación con la influencia directa de la apariencia del perfil en la interacción (P22) sugiere que los adolescentes no reconocen plenamente el papel de la estética en la construcción de vínculos sociales, aunque sí participan activamente en dinámicas visuales colectivas (P21, P23), en este sentido, el diseño gráfico se configura como un lenguaje social implícito, que articula pertenencia e interacción sin ser necesariamente reconocido como tal.

3.5. Creatividad digital y cultura popular

Tabla 6.

Influencia de referentes culturales en la producción visual

Ítem	Media	Mediana	Moda	DE	Tendencia
P25	2.64	3	1	1.44	Neutral–desacuerdo
P26	2.56	2.5	1	1.33	Desacuerdo
P27	2.73	2.5	1	1.45	Neutral–desacuerdo
P28	2.68	3	3	1.33	Neutral
P29	2.12	2	1	1.33	Desacuerdo
P30	2.81	3	3	1.30	Neutral

Promedio de la dimensión: 2.59

Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta

Los resultados indican una baja identificación consciente con la influencia de la cultura popular en la construcción visual del contenido, particularmente en relación con artistas, series o comunidades digitales (P27–P29). Sin embargo, el comportamiento neutro en ítems como la experimentación con herramientas (P25) sugiere que la creatividad sí está presente, aunque no necesariamente vinculada a referentes culturales explícitos. Esta aparente contradicción puede interpretarse como una internalización de la cultura visual, donde las influencias externas se incorporan de manera naturalizada y no reflexiva. En consecuencia, el diseño gráfico opera como un espacio de reproducción cultural implícita, más que como un proceso consciente de apropiación estética.

3.6. Consumo informativo y reflexión crítica

Tabla 7.

Redes sociales como espacio de información y construcción de opinión

Ítem	Media	Mediana	Moda	DE	Tendencia
P31	3.60	4	5	1.34	Acuerdo
P32	3.49	3.5	5	1.34	Acuerdo
P33	3.19	3	3	1.23	Neutral
P34	2.77	3	3	1.37	Neutral
P35	3.10	3	3	1.31	Neutral
P36	3.27	3	4	1.33	Neutral–acuerdo

Promedio de la dimensión: 3.31

Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta

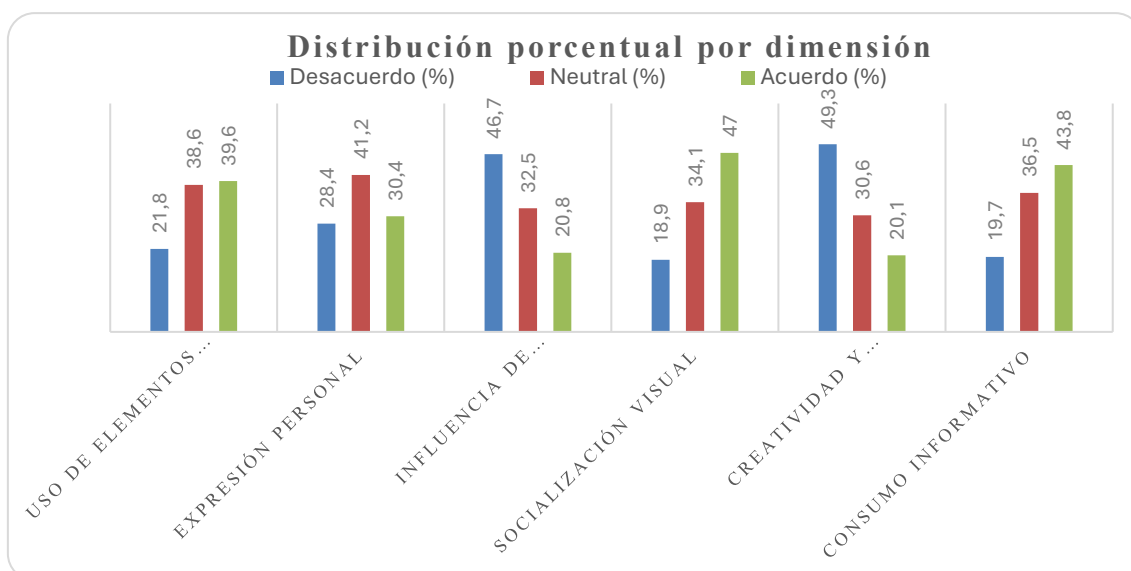
Los hallazgos muestran que las redes sociales funcionan como fuentes significativas de información y formación de opiniones, particularmente en relación con noticias y contenidos de interés (P31, P32), sin embargo, los valores moderados en los ítems

asociados a la verificación de la información (P36) y al impacto emocional del contenido (P34) evidencian diferencias en los niveles de pensamiento crítico entre los usuarios, asimismo, la incidencia de las publicaciones en la manera de pensar (P33) sugiere que el entorno digital no solo cumple una función informativa, sino que también influye activamente en la construcción de marcos interpretativos, en términos generales, se configura un escenario donde el consumo informativo está presente, pero acompañado de procesos críticos aún en desarrollo, propios de la etapa adolescente.

De este modo, y a manera de síntesis, la figura 1 presenta la distribución porcentual de las respuestas agrupadas en tres categorías analíticas para cada una de las dimensiones del instrumento: uso de elementos visuales, expresión personal, influencia de plataformas y algoritmos, socialización visual, creatividad digital y cultura popular, y consumo informativo. A fin de generar una mejor visión del comportamiento global de la muestra, lo que, a su vez, facilita la identificación de patrones predominantes en la percepción y uso del diseño gráfico como medio de expresión en redes sociales.

Figura 1

Distribución porcentual de tendencias por dimensión.



Nota. Elaborado por los autores a partir de datos de encuesta

Los resultados evidencian una mayor proporción de respuestas en la categoría de acuerdo en las dimensiones de socialización visual (47,0%) y consumo informativo (43,8%). En cambio, las dimensiones de creatividad digital y cultura popular (49,3%) e influencia de algoritmos (46,7%) concentran principalmente respuestas en desacuerdo. Por otro lado, en las dimensiones de uso de elementos visuales (38,6%) y expresión personal (41,2%) predomina la tendencia hacia respuestas neutrales.

En conjunto, los datos evidencian variaciones entre dimensiones, con mayores niveles de acuerdo en aquellas relacionadas con el uso social e informativo de las redes, y menores niveles en las vinculadas a influencia externa y procesos creativos.

4. Discusión

Los resultados evidencian una asociación significativa entre el empleo de recursos gráficos y la expresión identitaria de adolescentes en redes sociales, en un marco sociotécnico donde las prácticas visuales operan de manera predominantemente implícita, si bien los elementos visuales estructuran la comunicación digital, su uso cotidiano no se corresponde con una comprensión formal del lenguaje gráfico, lo que revela una disonancia entre la práctica instrumental y el conocimiento conceptual (Zambrano, 2023).

La construcción identitaria se manifiesta de forma heterogénea y, en numerosos casos, no deliberada, sugiriendo que la autorrepresentación en entornos digitales puede ser fragmentada y poco reflexiva (Zambrano, 2022; Gaona-Sánchez et al., 2025; Gálvez-Ayora & Saraguro-Salinas, 2025). Asimismo, se identifica una baja percepción del impacto algorítmico y de las dinámicas de plataforma, en contraste con la evidencia sobre su rol en la visibilidad de contenidos; esta discrepancia señala una brecha entre la arquitectura técnica y la conciencia del usuario (Díaz Posligua & Vélez Álava, 2024).

En el plano de la socialización, la interacción se encuentra altamente mediatizada por lo visual, aunque los participantes no suelen reconocer el carácter estructurante de estos elementos ni la influencia cultural internalizada que los sustenta (Guerrero, 2025), respecto al consumo informativo, las redes operan como fuentes relevantes, pero con un pensamiento crítico moderado, lo que indica una participación interpretativa activa en la formación de opiniones (Vallejos, 2018).

En síntesis, el estudio destaca un desfase entre el uso instrumental de recursos visuales y la conciencia sobre su función en la configuración identitaria y la dinámica digital. Como limitación metodológica, se reconoce la dependencia de instrumentos de autopercepción y la acotación contextual de la muestra, por lo que se recomienda que futuras investigaciones prioricen el análisis directo de contenidos digitales y la exploración empírica de las condiciones sociotécnicas que regulan su producción y circulación (Thomas, 2011).

5. Conclusiones

Los hallazgos permiten concluir que los recursos gráficos se han integrado de manera orgánica en las prácticas sociodigitales adolescentes, manifestándose en un uso recurrente de elementos cromáticos, tipográficos y compositivos durante la generación de contenidos en plataformas en línea. No obstante, esta apropiación se circunscribe predominantemente a un nivel instrumental, sin que medie una conceptualización sistemática del diseño como lenguaje de comunicación visual.

En el plano de la expresión identitaria, la configuración del yo en entornos digitales no emerge como un acto deliberado, sino como un proceso mediado por la interacción social y la internalización de códigos visuales colectivos; de este modo, las elecciones gráficas contribuyen sustancialmente a la autorrepresentación, aunque su carácter intencional y reflexivo permanece frecuentemente implícito para los propios usuarios. Paralelamente, se evidencia una limitada percepción respecto al impacto de las arquitecturas algorítmicas y de los marcos culturales visuales en la producción de contenidos, lo que revela una brecha significativa entre la práctica digital cotidiana y la comprensión crítica de los sistemas sociotécnicos que la regulan.

A la luz de estos resultados, se deriva la necesidad de implementar estrategias de alfabetización visual y competencia digital, orientadas a fomentar en los adolescentes una lectura crítica de los recursos gráficos y de los mecanismos estructurales que gobiernan la producción, visibilidad y circulación de contenidos en los ecosistemas de redes sociales.

Referencias Bibliográficas

- Álvarez, E. (2020). La estadística descriptiva en la formación investigativa del instructor de arte. *Conrado*, 16(73), 100–107. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442020000200100&script=sci_arttext
- Aparicio, W. (2024). Los entornos digitales en el comportamiento de compra de jóvenes universitarios: Una revisión sistemática. *Revista Kutimuy*, 1(1). <https://doi.org/10.71727/kutimuy.v1i1.197>
- Calderón, B. (2020). Comunicación visual: Procesos de construcción de los signos visuales en los mensajes. *Dominio de las Ciencias*, 6(3), 995–1006. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7504254>
- Cid, M. (2013). Estudio sobre el desarrollo de la identidad en la adolescencia. *Tendencias Pedagógicas*, 21, 211–224. <https://revistas.uam.es/tendenciaspedagogicas/article/view/2034>
- Díaz Posligua, K. L. ., & Vélez Álava, N. . (2024). Las redes sociales como fuente de información y exploración científica en los estudiantes universitarios. *Revista San Gregorio*, 1(Especial_1), 104-111. https://doi.org/10.36097/rsan.v1iEspecial_1.2572
- Di Porto, F. (2021). Co-regulating algorithmic disclosure for digital platforms. *Policy and Society*, 40(2), 272–293. <https://academic.oup.com/policyandsociety/article-abstract/40/2/272/6509319>
- Galarza, C. (2020). Los alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1–6. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7746475>
- Galvez-Ayora, N. D., & Saraguro-Salinas, S. M. (2025). Influencia de los valores éticos, morales, sociales en la salud y bienestar de los adolescentes en un entorno escolar. *Innova Science Journal*, 3(4), 44-66. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v3/n4/121>
- Gaona-Sánchez, L. D., Jiménez-Gutiérrez, M. J., & Vaca-Gallegos, A. M. (2025). Factores psicosociales en adolescentes de educación secundaria: un análisis mediante la herramienta POSIT. *Innova Science Journal*, 3(3), 542-554. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v3/n3/100>
- Gómez, V., & Jiménez, A. (2022). Identidad en la era digital: Construcción de perfiles en redes sociales en adolescentes chilenos/as. *Convergencia*, 29, e17430. <https://www.scielo.org.mx/pdf/conver/v29/2448-5799-conver-29-e17430-en.pdf>
- Guerrero Bermúdez, Ángel E., Calero Mielles, V. M., & Delgado Calero, L. R. (2025). Estrategias para fomentar la competencia informacional en entornos educativos virtuales. *Innova Science Journal*, 3(1), 30-43. <https://doi.org/10.63618/omd/isj/v3/n1/3>

- Martín, J. (2018). El lenguaje visual de las marcas gráficas de los restaurantes de alta cocina en España. *Arquetipo*, 17, 123–140. <https://revistas.ucp.edu.co/index.php/arquetipo/article/view/86>
- Matas, A. (2018). Diseño del formato de escalas tipo Likert: Un estado de la cuestión. *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, 20(1), 38–47. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-40412018000100038
- Misas, J. (2022). Las redes sociales como espacio de formación de líderes juveniles. *Conrado*, 18(88), 375–383. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S1990-86442022000500375&script=sci_arttext&lng=en
- Pérez, M. (2019). Self-expressive creativity in the adolescent digital domain: Personality, self-esteem, and emotions. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(22), 4527. <https://www.mdpi.com/1660-4601/16/22/4527>
- Thomas, B. (2011). *Creative expression activities for teens: Exploring identity through art, craft and journaling*. Kingsley Publishers. <https://books.google.com/books?id=VcMaZ4aFDy0C>
- Vallejos, E. (2018). Use of digital media for self-expression in children and adolescents. En *Child and adolescent psychiatry and the media* (p. 187). <https://books.google.com/books?id=9J9qDwAAQBAJ>
- Vilches, M. (2023). La producción de discursos sociales en entornos digitales. *Teknokultura*, 20(2), 183–194. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9014286>
- Zambrano, A. (2022). Construcción de identidad en jóvenes infractores de ley. *Revista Criminalidad*, 64(1), 67–82. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S1794-31082022000100067&script=sci_arttext
- Zambrano, I. (2023). Las redes sociales (Instagram) como lugares de socialización y creación cultural. *Journal of Science and Research*, 8(2), 85–100. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9234346>

CONFLICTO DE INTERESES

“Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses”.