

FACULTAD DE HUMANIDADES

Escuela Académico Profesional de Psicología

Tesis

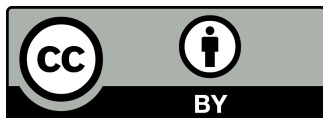
**Relación entre adicción a redes sociales e insatisfacción
corporal en estudiantes de
Psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023**

**Jimena Soto Casis
Alejandra Daniela Valencia Arce**

Para optar el Título Profesional de
Licenciado en Psicología

Arequipa, 2025

Repositorio Institucional Continental
Tesis digital



Esta obra está bajo una Licencia "Creative Commons Atribución 4.0 Internacional" .

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decana de la Facultad de Humanidades
DE : Julia Rita Alemán Mansilla
 Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 1 de Marzo de 2025

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

Relación entre Adicción a Redes Sociales e Insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023

Autores:

1. JIMENA SOTO CASIS – EAP. Psicología
2. ALEJANDRA DANIELA VALENCIA ARCE – EAP. Psicología

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 19 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI ☒ NO ☐
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores
Nº de palabras excluidas (en caso de elegir "SI"): 15 SI ☒ NO ☐
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI ☐ NO ☒

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original
 (No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

DEDICATORIA

A mis padres

A las personas, que, por el pleno hecho de ser
humanos, me inspiran a diario

A él.

A mis padres y hermanos.

A mi abuelito quien siempre fue una inspiración.

AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a los estudiantes de psicología por participar en este estudio y a la Universidad Continental por el apoyo y enseñanzas de varios años.

RESUMEN

La presente tesis examina la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada en Arequipa durante el año 2023. El tema adquiere relevancia dado el impacto considerable que las plataformas digitales ejercen sobre la vida de los jóvenes, especialmente en lo que concierne a su bienestar mental y autopercepción física. Así, esta investigación busca arrojar luz sobre estos efectos y contribuir al desarrollo de estrategias de intervención y apoyo para los jóvenes universitarios. El estudio emplea una metodología cuantitativa, con un diseño descriptivo-correlacional. La población de estudio consistió en 400 estudiantes de psicología, de los cuales se seleccionó una muestra representativa de 300 individuos mediante un muestreo no probabilístico por cuotas. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el *Cuestionario de Insatisfacción con la Imagen Corporal* y el *Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales*. Los resultados indican una correlación moderada y positiva entre la insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales ($Rho=0,33$, $p<0,001$). Se encontró que la mayoría de los estudiantes presentan niveles medios a altos de adicción a las redes sociales, con un 34 % alcanzando un nivel alto. Además, el 67,7 % de los participantes mostró un nivel alto de insatisfacción corporal. Las dimensiones de *obsesión*, *falta de control personal* y *uso excesivo de redes sociales* mostraron toda una correlación significativa con la insatisfacción corporal.

Palabras clave: adicción a redes sociales, insatisfacción corporal, estudiantes universitarios, salud mental, redes sociales, imagen corporal

ABSTRACT

The present thesis examines the relationship between social media addiction and body dissatisfaction among psychology students at a private university in Arequipa during the year 2023. This topic is of great relevance due to the significant impact social media has on the lives of young people, particularly in aspects related to their mental health and body image perception. Thus, this research aims to shed light on these effects and contribute to the development of intervention and support strategies for university students. The study employs a quantitative methodology, using a descriptive-correlational design. The study population consisted of 400 psychology students, from which a representative sample of 300 individuals was selected through non-probabilistic quota sampling. The instruments used for data collection were the *Body Image Dissatisfaction Questionnaire* and the *Social Media Addiction Questionnaire*. The results indicate a moderate and positive correlation between body dissatisfaction and excessive use of social media ($Rho=0,33$, $p<0,001$). It was found that the majority of students present medium to high levels of social media addiction, with 34 % reaching a high level. Additionally, 67,7 % of the participants showed a high level of body dissatisfaction. The dimensions of *obsession*, *lack of personal control*, and *excessive use of social media* all showed significant correlations with body dissatisfaction.

Keywords: social media addiction, body dissatisfaction, university students, mental health, social media, body image

ÍNDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	14
1.1 Planteamiento y formulación del problema	14
1.2 Formulación del problema	19
1.2.1 Problema general	19
1.2.2 Problemas específicos	19
1.3 Objetivos	20
1.3.1 Objetivo general	20
1.3.2 Objetivos específicos	20
1.4 Justificación	21
1.4.1 Justificación teórica	21
1.4.2 Justificación metodológica	22
1.4.3 Justificación práctica	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	25
2.1 Antecedentes del problema	25
2.1.1 Antecedentes internacionales	25

2.1.2	Antecedentes nacionales	29
2.1.3	Antecedentes regionales	32
2.2	Bases teóricas	33
2.2.1	Redes sociales	33
2.2.2	Adicción a redes sociales	34
2.2.3	Imagen corporal.....	36
2.2.4	Insatisfacción corporal.....	37
2.2.5	Definiciones teóricas	39
2.2.6	Relación entre variables.....	40
	CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES	41
3.1	Hipótesis	41
3.1.1	Hipótesis general	41
3.1.2	Hipótesis específicas	41
3.2	Operacionalización de variables.....	42
	CAPÍTULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO	44
4.1	Métodos, tipo y nivel de la investigación	44
4.1.1	Método de la investigación	44
4.1.2	Tipo de la investigación.....	44
4.2	Diseño de la investigación	44
4.3	Población y muestra.....	45
4.3.1	Criterios de inclusión.....	45
4.3.2	Criterios de exclusión	46
4.4	Técnicas de recolección y análisis de información	46
4.4.1	Instrumentos.....	47
4.5	Consideraciones éticas.....	49

CAPÍTULO V. RESULTADOS.....	50
5.1 Participantes	50
5.2 Resultados	52
5.3 Discusión.....	58
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	69
REFERENCIAS	71
ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de operacionalización de la variable Redes Sociales	42
Tabla 2.	Matriz de operacionalización de la variable Insatisfacción con la imagen corporal	43
Tabla 3.	Frecuencias y porcentajes de la edad de los participantes	50
Tabla 4.	Lugares desde donde se conectan a redes sociales	50
Tabla 5.	Frecuencias y porcentajes de uso de redes sociales y uso de datos verdaderos en sus cuentas de redes sociales.....	51
Tabla 6.	Estadísticos descriptivos y prueba de normalidad de las escalas y dimensiones totales de la Insatisfacción Corporal y Adicción a las Redes de los estudiantes universitarios	52
Tabla 7.	Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios	54
Tabla 8.	Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la Insatisfacción corporal de los estudiantes universitarios.....	55
Tabla 9.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la obsesión por las redes sociales de los estudiantes universitarios.....	56
Tabla 10.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la falta de control personal en las redes sociales de los estudiantes universitarios	56
Tabla 11.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales de los estudiantes universitarios.....	57
Tabla 12.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios	57

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las redes sociales han emergido como plataformas *omnipresentes* que moldean significativamente las interacciones sociales y autopercepción, especialmente entre los jóvenes y estudiantes universitarios. La influencia de estas plataformas va más allá de simples herramientas de comunicación; han transformado la manera en que las personas construyen y gestionan su identidad en línea, afectando aspectos críticos como la imagen corporal y la salud mental.

Se ha documentado cómo el uso frecuente y la participación activa en redes sociales están asociados con una serie de consecuencias psicológicas y emocionales. Por ejemplo, investigaciones recientes han destacado el nexo entre la adicción a las redes sociales y la percepción distorsionada de la imagen corporal (Delgado-Rodríguez et al., 2022). Estos estudios han demostrado que la exhibición constante de imágenes idealizadas en plataformas como Instagram y Facebook puede fomentar sentimientos de insatisfacción corporal y provocar la internalización de ideales de delgadez (Jiotsa et al., 2021; Filippone et al., 2022).

Además, la preocupación por la apariencia y los pensamientos automáticos se relacionan con la adicción a redes, lo que agrava problemas emocionales (Aslan & Tolan, 2022). La capacidad de estas plataformas para intensificar la comparación social y el temor a la exclusión (FOMO) aumenta la vulnerabilidad emocional (Young, 2005). Asimismo, estudios sobre la pandemia de COVID-19 señalan cómo el confinamiento afectó los hábitos de uso de redes y la percepción de la imagen corporal, resaltando la influencia del contexto socioambiental en la salud emocional (Aucancela-Buri et al., 2020).

El presente estudio se estructura en varias secciones que abordan aspectos clave de la investigación. Primero, se expone el planteamiento del problema, junto con los objetivos

y la relevancia del tema. Luego, se revisan los antecedentes teóricos, proporcionando el marco conceptual que explica la relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal. Posteriormente, se presentan las hipótesis y variables.

El diseño metodológico describe el enfoque, tipo de estudio, técnicas de recolección de datos y análisis estadístico. Los resultados ofrecen un análisis claro de los datos obtenidos. En la discusión, se comparan estos resultados con estudios previos, identificando fortalezas y debilidades. Finalmente, las conclusiones sintetizan los aportes del estudio y sugieren futuras líneas de investigación.

El presente estudio se propone explorar la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes universitarios. A través de un enfoque multidimensional, se buscará identificar los mecanismos subyacentes que vinculan el comportamiento en redes sociales con la salud mental y la percepción corporal/insatisfacción de los jóvenes adultos. Este estudio se limita a la población de estudiantes universitarios de psicología en una universidad privada de Arequipa, con edades comprendidas entre los 18 y 25 años. No se extiende a otras poblaciones ni a estudios longitudinales sobre los efectos a largo plazo. Se espera que este análisis contribuya a una comprensión más profunda de los efectos psicosociales de las redes sociales en la población universitaria, proporcionando rutas relevantes para el desarrollo de intervenciones y políticas de salud mental orientadas a promover un uso/control saludable de la tecnología digital. Entre las limitaciones de este estudio se incluyen el uso de un muestreo no probabilístico, lo que podría influir en la generalización de los resultados. Además, la información recolectada se basa en autoinformes, lo que puede estar sujeto a sesgos de respuesta.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Planteamiento y formulación del problema

Hoy en día, la globalización y la simplicidad de la conexión inmediata ha traído la incorporación de redes sociales en la vida cotidiana en la era digital hiperconectada de cada individuo, logrando así que el contacto no solo sea con familiares y amigos, sino también con personas de otras partes del mundo. Es tan versátil que se puede estar en contacto desde cualquier dispositivo, en cualquier momento del día y lugar en el que uno se encuentre. Se da este acceso desde muy temprana edad por lo que, desde el primer contacto, se logra ingresar a un mundo diferente donde se muestra lo que las autoras consideran “todo lo necesario, lo que se quiere mostrar, lo que se necesita”. Gentina y Delecluse (2018) mencionan que una sociedad digital es aquella en la que el uso de Internet y las redes informáticas, incluidos ordenadores, teléfonos móviles, tabletas y otros aparatos, es fundamental para el funcionamiento diario. Las personas nacidas después de 1996, o Generación Z, fueron las primeras en crecer en una sociedad digital. El uso de los medios digitales ha evolucionado hasta convertirse en una fuente crucial de entretenimiento para esta generación. Ngemba (2023, como se cita en Blasco, 2021) refiere a “la reclusión obligada de la pandemia nos hace topar con una realidad insoslayable: la inmensa mayoría de las personas ha perdido la capacidad de estar en soledad” (p. 102). El rápido desarrollo de estos canales de comunicación señala un importante punto de inflexión en el estilo de vida de los jóvenes. En esta época, las redes sociales en particular son demasiado accesibles en la mayoría de los hogares.

Se considera que el consumo continuo, ya sea dependiente o excesivo, es placentero al principio, pero al perder el control con el tiempo este se ajusta

potencialmente a los criterios (DSM-5, CIE-10) de una adicción, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). En las adicciones conductuales es posible observar una activación específica del cerebro donde se incrementan diferentes neurotransmisores que proporcionan un refuerzo positivo a la acción realizada y conducen a la búsqueda de espacios más amplios donde reproducir esa sensación; en cambio, al inhibirse de ello aparecen síntomas de abstinencia (Blas et al., 2022).

Las investigaciones actuales se centran en los resultados de estas fascinantes interacciones sociales en diversos "entornos de realidad". Se ha demostrado que los usuarios habituales se aíslan cada vez más de la realidad y del mundo exterior, lo que se ha observado que acelera la aparición de síntomas de enfermedad mental debido a que hoy en día las redes sociales son las fuentes principales de socialización incluyendo la búsqueda de relaciones amorosas y sexuales, dirigiéndose a todo tipo de individuo sin importar la edad o característica de personalidad y sin duda alguna esto involucra un efecto secundario visible en la sociedad (Dessal, 2020).

En plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok, por mencionar algunas, hay un flujo incesante de fotografías y otros contenidos cuidadosamente seleccionados. Estas plataformas promueven con frecuencia una noción idealizada de la belleza. La preocupación por la posible relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal aumenta a medida que la gente pasa más tiempo en ellas (Herencia, 2020).

Las plataformas han hecho posible que se glorifique la información errónea provocando que la información que se pretende comunicar pueda estar distorsionada, mejorando su capacidad para propagar engaños deliberados y noticias falsas de todo tipo y esto no es nada nuevo. Desde que existen personas, la información se ha utilizado de una

manera que oculta información, mal informa a las personas incorrectamente y difunde propaganda (Blasco, 2021).

La impresión que originan las redes sociales en la representación propia de cada individuo se ve influenciada por múltiples factores. Entre ellos, cómo los estereotipos en cada sociedad van cambiando en base a los estándares de belleza y lo que se ve como “saludable” inevitablemente lleva a una comparación social, la cual fue propuesta en 1954 por Festinger. Las diversas plataformas en las que los individuos se encuentran “dispuestos, vulnerables, como blanco fácil” de diversas formas motivan al tener una imagen saludable (aquello que incrementa la producción y venta en la industria de la belleza y salud); una figura esbelta, rostro terso, musculatura definida, etc., siendo estos poco realistas o inalcanzables. Esto genera que cada vez el interés por una composición corporal o que comer, como vestir; lo que se corrobora con la aprobación de los cibernautas con *likes* o comentarios. Por otra parte, los individuos tienen una influencia significativa en la forma en que las personas aparecen en público en Internet, ya que la satisfacción corporal parece estar relacionada con la deseabilidad social. Según una encuesta, un porcentaje cada vez mayor de adolescentes modifica sus fotos antes de subirlas a las redes sociales para realzar cómo quieren presentarse ante los demás (Hernández et al., 2019). Las personas que no están contentas con su aspecto suelen tener baja autoestima en la vida real y recurren con frecuencia a las redes sociales en busca de afirmación. Los comentarios positivos de las interacciones en línea con otras personas pueden, a su vez, animar a los jóvenes a utilizar teléfonos inteligentes, aumentando la probabilidad de que se vuelvan adictos a ellos, por lo que es un ciclo vicioso (Liu et al., 2020).

El INEI reportó que el 95,4 % de los jóvenes de 19 a 24 años accedieron a Internet en el primer trimestre de 2024, siendo el grupo con mayor conectividad, seguido de los de

25 a 40 años (91,4 %). El 90,7 % de la población mayor de 6 años usa Internet diariamente, principalmente a través de teléfonos celulares (91,3 %). En Lima Metropolitana, la conexión en hogares alcanza el 77,5 %, mientras que a nivel nacional el 57,6 % de los hogares cuenta con acceso a Internet. La conectividad y el uso frecuente son factores clave que podrían influir en la adicción a redes sociales en jóvenes adultos (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2024).

Young y De Abreu (2010) también mencionan que los jóvenes universitarios están más propensos a desarrollar una adicción si es que estos tienen malos hábitos de estudio, esto incluyendo una adicción al internet (Ávila, 2023). Los efectos van desde la creación de una persona que es diferente de la verdadera en términos de atributos como la apariencia, el coeficiente intelectual y la destreza social hasta alteraciones a un nivel más profundo como el abandono académico, la desesperación, la pérdida y el reemplazo de los lazos sociales y el acceso a actividades solo para la proscripción (Young, 2005).

De acuerdo con Papalia (2012), la "adulthood emergente" o "adultos jóvenes" se refiere:

A los años comprendidos entre los 18 y los 29 años. El hecho de que ya no sean adolescentes y tampoco hayan hecho la transición a roles adultos completamente hace como una de las razones por las que este tiempo es crucial para la exploración, el reconocimiento de posibilidades y como una forma diferente de percibir y probar diferentes formas de vivir. (p. 421)

Se sabe que el desarrollo de la autoestima se da principalmente en la niñez y adolescencia, siendo la última de mayores cambios. No obstante, se encuentra presente en todas las etapas de la vida; dando a lugar a que pueda ser reconstruida y reforzada a lo largo de todo el tiempo de vida o, sin tener la guía adecuada, puede desestabilizarse con facilidad (Pineda y López, 2001, como se cita en Ponce, 2020). La corteza prefrontal, que

está involucrada en la toma de decisiones, que se desarrolla durante la adolescencia y la edad adulta temprana, hace que los adultos jóvenes sean más propensos a comportamientos impulsivos o adictivos; incluidos los relacionados con las redes sociales (Papalia, 2012). Por lo tanto, es razonable pensar que los adultos jóvenes tienen mayor probabilidad de desarrollar una dependencia hacia las redes sociales. Durante la adultez temprana, la construcción de la identidad está en curso, y muchas personas en esta etapa aún se encuentran explorando y definiendo quiénes son. La presión por ajustarse a los modelos estéticos promovidos en redes sociales puede generar insatisfacción con su imagen corporal, al sentir que no cumplen con dichas expectativas.

Por ese lado, el estilo de vida saludable se ve mediante las diversas publicaciones de comidas saludables, el ejercicio a realizar para llegar a la figura deseada, fotografías de cuerpos “perfectos-ideales”. Uno al encontrarse tan cercano a este tipo de material, genera la propia comparación. Esta comparación puede llevar a presentar satisfacción, visto como ese sentimiento de bienestar frente a algo conseguido; por el contrario, también se podría obtener la insatisfacción por no haber logrado alcanzar ese objetivo esperado. Numerosos marcos teóricos, incluidas las perspectivas socioculturales, con el “modelo de influencia tripartita” como el más prevalente según Thompson et al. (1999), este modelo hace especial hincapié en los factores de riesgo socioculturales, sobre todo en las exigencias impuestas a los individuos para que se adhieran a las normas sociales de apariencia por parte de contextos sociales como las familias obsesionadas con la apariencia, los grupos de iguales y los medios de comunicación y es que la exposición a estos entornos anima a los individuos a interiorizar los ideales de belleza, lo que aumenta la posibilidad de que hagan comparaciones con la apariencia de los demás en situaciones sociales. Esto podría llevar al individuo a tener una mala opinión de su propio aspecto y a sentirse insatisfecho con su cuerpo (Marqués et al., 2022). Aun así, no todo el mundo es susceptible a esta presión

social a pesar de su innegable existencia. Es posible predecir la probabilidad de que una persona sufra un trastorno alimentario observando en qué medida se relaciona con estos ideales de delgadez, concretamente en qué medida los interioriza (Jiotsa et al., 2021). Uno de los factores clave que influyen en la forma en que una persona percibe su físico es la comparación social en combinación con la interiorización de ideales. Ambos procesos juegan un rol fundamental en el surgimiento de la insatisfacción corporal.

Por consiguiente, se ha planteado el siguiente interrogante; ¿Cuál es la relación entre nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

1.2.2 Problemas específicos

P_{E1}. ¿Cuál es el nivel de adicción a redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

P_{E2}. ¿Cuál será el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

P_{E3}. ¿Cuál es la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

- P_{E4}. ¿Cuál es la relación entre la dimensión falta de control personal en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?
- P_{E5}. ¿Cuál es la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

1.3 Objetivos

1.3.1 *Objetivo general*

Determinar la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

1.3.2 *Objetivos específicos*

- O_{E1}. Identificar el nivel de adicción de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- O_{E2}. Reconocer el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- O_{E3}. Determinar la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- O_{E4}. Determinar la relación entre la dimensión falta de control en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

O_{E5}. Determinar la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

Al realizar el análisis bibliográfico correspondiente, se encontró estudios variados sobre la insatisfacción corporal enlazados con el manejo de las redes sociales, como por ejemplo el análisis dado por Fernández (2022), o el de Yupanqui (2020) en donde muestra la repercusión negativa de las redes sociales que de alguna manera tiene una tendencia a modificar la perspectiva que tienen las personas sobre no sólo su cuerpo si no también su mentalidad, por ello esta investigación tiene como fines sociales y académicos la concientización sobre este fenómeno tan presente de esta nueva era y generación. Además, la ansiedad y la depresión se han relacionado con la insatisfacción corporal auto declarada, por lo que es probable que estas afecciones agraven los efectos negativos de la insatisfacción corporal. En consecuencia, según Barnes et al. (2020), los medios de comunicación han prestado más atención a este tema desde el punto de vista femenino incluso llegando al punto de prohibir tallas pequeñas como protesta sin embargo todo esto está menos reconocido en varones adultos. A pesar de ello, los modelos masculinos, los artistas y los muñecos de acción aparecen cada vez más en los medios de comunicación como predominantemente jóvenes, altos y musculosos que podrían afectar de la misma manera a los hombres. Por lo que en este estudio se toma la perspectiva de ambos, femenina y masculina. Se consideraron a los estudiantes universitarios debido al tiempo que suelen tener en pantalla, según autores esta etapa se considera relativamente endeble debido a la mínima actividad física al aire libre además del abandono de la convivencia

con los familiares o incapacidad para establecer hábitos ya que es esta etapa crucial para empezar hacer ello, pero por falta de experiencia con ello, se experimenta niveles de estrés y en casos más extremos crisis de identidad (Corella et al., 2018, como se cita en Gómez et al., 2023).

1.4.2 Justificación metodológica

Para el presente estudio se usó el formulario sobre la insatisfacción corporal: “Cuestionario de Insatisfacción con la Imagen Corporal” (IMAGEN) realizado por Natalia Solano Pinto y Antonio Cano Vindel que estudia el nivel de insatisfacción con la imagen corporal; el cual fue creado en el 2010 en Madrid, España para luego ser validado en Perú por Hilario y Macedo (2022), en interacción con el “Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales” (ARS) realizado por Miguel Ecurra y Edwin Salas, el cual estudia las menciones encontradas en la adicción a redes sociales ; creado en el 2014 en Lima, Perú y validado por Torres (2021), en Lima, Perú.

1.4.3 Justificación práctica

Esta investigación se lleva a cabo con el fin de identificar la relación entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales en jóvenes de una universidad privada de Arequipa, con el objetivo de establecer una base de datos sobre la conexión entre ambas. Como se señala, los jóvenes atraviesan una fase en la que requieren fortalecer vínculos con sus pares, lo que los lleva a estar particularmente inmersos en la interrelación con estas plataformas. Sin embargo, esta etapa en la que se encuentran es considerada vulnerable y de desarrollo, por lo que tener acceso a estos recursos sin ningún control sobre ellos puede provocar cambios en cómo se perciben a sí mismos y todo a su alrededor, ya que es una etapa delicada y de desarrollo. Por ello, se eligió esta población,

con el objetivo de tener una base de datos actualizada sobre el tema en estudiantes de esta universidad. Encontrar las posibles causas de este creciente problema puede ser más fácil si se comprende la relación entre el uso de las redes sociales y el hecho de sentirse insatisfecho con el aspecto físico; al mismo tiempo estudiar la influencia de las redes sociales en la imagen corporal puede ayudar a identificar los mensajes perjudiciales y fundamentar estrategias e incluso mecanismos de afrontamiento para contrarrestar estas influencias. También se tomó en cuenta, como posible detonante, el estado de confinamiento obligatorio que las personas pasaron, obligando a todo a entrar a una etapa virtual, cambiando así los estilos de vida globalmente. Se vio en ese momento, los patrones de estilo de vida de los jóvenes fueron perjudiciales para la salud, calidad de vida y bienestar; como resultado de la naturaleza sedentaria de muchos trabajos desde la pandemia y los cambios en el entorno académico. Lo que no sorprendería que, así como afectó físicamente a las jóvenes, también les afectó psicológicamente (Aucancela-Buri et al., 2020). Hay muchos indicadores que muestran el por qué una pandemia global afectará a todo el mundo, empezando por el hecho de que nadie realmente sabe cómo sobrellevar una situación así, para empezar la insolación y la salud mental no van de la mano, es bien sabido que agrava el estrés, la preocupación y la depresión y todo ello que repercute a la autoestima e imagen corporal. La percepción que las personas tienen de su cuerpo puede haberse visto afectada por los ajustes en la rutina y el estilo de vida, incluidos los hábitos dietéticos y de ejercicio. La autoimagen puede verse afectada por las fluctuaciones de peso o las variaciones en los niveles de forma física que experimentan algunas personas. Es posible que algunas personas hayan desarrollado estrategias de adaptación, como dedicarse a nuevos intereses, hacer ejercicio con regularidad o practicar la atención plena y dependiendo de las experiencias personales, estas modificaciones pueden afectar a la imagen corporal tanto de forma favorable como negativa. La conformación de la imagen

corporal es un fenómeno que evoluciona a través del transcurso de la vida y puede manifestarse en dos direcciones: la habitual y la patológica. Esta última reviste especial relevancia para la psicología clínica, debido a que el grado de impacto presenta variaciones significativas en cada persona (Barrera, 2020). A todas estas cuestiones hay que añadir el mayor uso de pantallas y redes sociales, que con frecuencia refuerzan unos cánones de belleza inalcanzables, lo que da lugar a comparaciones y puede tener efectos perjudiciales en la autoestima.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del problema

2.1.1 Antecedentes internacionales

Como primer antecedente se encontró un estudio realizado en Arabia Saudita en el por Saud et al. (2019), contando con 307 mujeres de una universidad privada utilizando colección de datos características sociodemográficas; “Escala de adicción a los medios sociales Internet Addiction Test (IAT)” adaptada de Young, “Cuestionario de imagen corporal” adaptado de Bruchon-Schweitzer, además de medir su peso y altura. El estudio descubrió que el 50,1 % de los participantes tenían un nivel moderado de adicción a las redes sociales y que aproximadamente tres cuartas partes de ellos tenían una percepción negativa de su imagen corporal. Sin embargo, no se halló ninguna relación sustancial entre la imagen corporal y la adicción a las redes sociales. ($p=0.22$) mientras que la correlación entre la adicción a los medios sociales y el índice de masa corporal se observó que estaban fuertemente asociados ($p=0.001$).

El segundo antecedente encontrado el estudio de Fernández (2022), en dónde hace uso del “Cuestionario de insatisfacción corporal: Body Shape Questionnaire y también del Eating Attitudes Test” y para medir el uso de Instagram se utilizó el cuestionario ad hoc en 76 personas del sexo femenino entre 18 y 35 años. Concluye que la insatisfacción corporal es un causante de riesgo significativo del acrecentar de los trastornos de la conducta alimentaria entre los jóvenes, sobre todo para los que participan activamente en plataformas, donde se promueven ciertos estándares estéticos, resaltando el ítem “¿Te gustaría que tu cuerpo se pareciera al de las personas que ves en Instagram?” fue el que obtuvo la puntuación más alta. Lo que nos lleva a que la exposición constante a cuerpos

idealizados y la búsqueda de validación a través de likes y comentarios pueden llevar a comportamientos disfuncionales como una forma de control y adaptación a los ideales de belleza predominantes en la plataforma.

El siguiente estudio visto, fue realizado en Francia por Filippone et al. (2022), en una población a 103 participantes de 18 a 61 años, cuya muestra fue recaudada mediante redes sociales. Se utilizó el “Barratt Impulsiveness Scale” de Spinella para medir la impulsividad. “Three factor eating questionnaire TFEQ-R21” para ver hábitos alimenticios. “Food Cravings Questionnaire Trait Reduced” para ver la frecuencia con la que se experimenta las ansias por comer. Y por último un cuestionario personalizado para medir el tiempo de exposición a redes sociales. Se ostentó como finalidad ver la relación entre la exposición a redes sociales, ansiedad por la comida, impulsividad y restricción cognitivas; viendo, así como los procesos psicológicos y procesos alimenticios que son expuestos a redes sociales pueden causar un desarrollo de comportamientos alimenticios problemáticos. Los resultados mostraron una conexión significativa entre el uso de las redes sociales y los deseos de comer a través de un aumento en la impulsividad cognitiva ($p = 0,02$; $p = 0,04$). Los antojos de comida ($r = 0,39$; $p < 0,001$), la alimentación emocional ($r = 0,26$; $p = 0,01$) y la alimentación descontrolada ($r = 0,33$; $p < 0,001$) se relacionaron positivamente con la impulsividad cognitiva. Además, se encontró que las puntuaciones de búsqueda de comida se correlacionaron positivamente con la alimentación desordenada, la alimentación emocional y la impulsividad cognitiva ($r = 0,77$; $p < 0,001$, $r = 0,70$; $p < 0,001$, y $r = 0,32$; $p < 0,001$, respectivamente). Señala que la exposición a las redes sociales puede intensificar el anhelo de alimentos y la impulsividad cognitiva, lo que podría relacionarse con una mayor insatisfacción corporal en individuos que están expuestos a estas plataformas; esto sugiere que el uso recurrente de estas redes podría contribuir a una preocupación más intensa por la imagen física.

En el estudio descriptivo realizado por Delgado et al. (2022), con una muestra final 368 mujeres de una universidad de Andalucía, España en donde se utilizaron el “Instrumento de adicción a redes sociales”, “Cuestionario de insatisfacción corporal (BSQ)” y “Cuestionario de actitudes socioculturales hacia la apariencia-4 (SATAQ-4).” Utilizando un modelo de mediación serial, el presente estudio investigó la asociación indirecta entre los síntomas de adicción a las redes sociales y los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) a través del aumento de la conciencia de las demandas relacionadas con la apariencia y la internalización de los estándares de belleza; muestra como la conciencia de la presión para mantener una apariencia delgada y la internalización de este ideal juegan roles mediadores cruciales en la relación del uso de redes sociales y la insatisfacción corporal.

El estudio de tipo cuantitativo realizado en Ecuador por Ripalda (2022), tuvo como objetivo encontrar un vínculo entre el peligro de adicción a las redes sociales y los problemas de imagen corporal en adolescentes. Dado que las redes sociales son un relevante medio de difusión de estereotipos y cánones de belleza, es especialmente importante que los adolescentes sean conscientes de ello, que pueden provocar ansiedad e inconformismo con respecto a su cuerpo. Para ello se utilizaron la “Escala de Riesgo de Adicción a Redes Sociales e Internet” y el “Cuestionario de Forma Corporal” en 92 estudiantes adolescentes del centro “Alicia Marcuard de Yerovi” con edades comprendidas entre los 15 y los 17 años. Se reveló que la adicción a las redes sociales en adolescentes está significativamente relacionada con la insatisfacción corporal, sugiriendo que el uso intensivo de estas plataformas puede agravar los angustiantes pensamientos sobre la imagen corporal. La conexión identificada entre el uso excesivo de redes sociales y la insatisfacción corporal en adolescentes sugiere que pueden estar expuestos a presiones similares que afectan su autoimagen.

En un estudio realizado en Turquía por Aslan y Tolan (2022), donde se tuvo el objetivo de estudiar los vínculos entre la ansiedad ante la apariencia social, los pensamientos automáticos, el bienestar psicológico y la adicción a los medios sociales, así como el valor predictivo de estos factores. Se efectuó en 440 estudiantes de grado medio, licenciatura y posgrado de varias universidades dentro del país utilizando como instrumentos un formulario de la información demográfica de ellos, la “Escala de adicción a redes sociales”, “Automatic Thoughts Scale” y “Psychological Well-being Scale”. Se contempló una correlación entre la adicción a las redes sociales, la ansiedad por la apariencia social, los pensamientos automáticos y las características de bienestar psicológico; todo estrechamente vinculado con una percepción negativa de uno mismo, lo que puede agravar la insatisfacción corporal en las personas. Se concluyó que la adicción a las redes sociales estaba relacionada positivamente con la ansiedad ante la apariencia social y el pensamiento automático, pero negativamente con el bienestar psicológico.

En el estudio de Dulic en el 2023 tuvo como objetivo encontrar la posible relación entre la autoestima y la adicción de redes sociales, con un estudio cuantitativo de diseño no experimental transversal con 98 adolescentes y 81 adultos de Argentina, aplicando los instrumentos “La Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)” (adaptación de Góngora et al., 2010) y el “Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)” de Escurra y Salas, obtuvieron como resultados la correlación positiva entre algunas dimensiones de la adicción a redes sociales y la autoestima a pesar de no haber ninguna relación con sexo, nivel educativo o trabajo sin embargo si se encontró que los adolescentes eran más propensos a desarrollar una adicción a las redes sociales que los adultos.

Finalmente, en el estudio de Ponce (2020), quien investigó las conexiones entre el uso excesivo de redes sociales, la autoestima y la insatisfacción con la imagen corporal, considerando también cómo estas variables se relacionan según el género de los

participantes. Para ello, se evaluaron a 101 personas españolas de entre 18 y 25 años mediante cinco escalas autoadministradas: un cuestionario diseñado específicamente para el estudio, una escala de uso de redes sociales, el TRAS, el BSQ-14, la escala de Autoestima de Rosenberg y el SWLS. Los resultados revelaron una relación positiva entre el uso abusivo de redes sociales y la insatisfacción corporal, así como entre la autoestima y la satisfacción con la vida. En contraste, se identificaron relaciones negativas entre el abuso de redes sociales y la satisfacción vital, así como entre la insatisfacción corporal y la autoestima. Además, el estudio evidenció que las mujeres reportan mayores niveles de insatisfacción corporal en comparación con los hombres, mientras que los jóvenes en general presentan niveles bajos de autoestima. Estos hallazgos respaldan investigaciones previas y fortalecen el conocimiento actual sobre la interacción de estas variables.

2.1.2 *Antecedentes nacionales*

En el estudio dado por Yupanqui (2020), se aplicó el “Cuestionario de Adicción a las redes sociales” (ARS) y “el Inventario de Autoestima de Coopersmith” adaptado al Perú a jóvenes que asisten a una institución privada de Lima Metropolitana de 146 personas, entre 17 y 29 años; se evidencia que el uso desadaptativo de las redes sociales tiene una asociación significativa con la autoestima de los estudiantes universitarios, lo que brinda una perspectiva adicional sobre cómo la dependencia de estas plataformas podría impactar en la insatisfacción corporal. La influencia del uso excesivo de estas plataformas en la autoestima sugiere que podrían experimentar una mayor inquietud por su apariencia física debido a la comparación social y los ideales estéticos promovidos en las redes sociales. Se debaten las posibles repercusiones negativas del uso excesivo de las redes sociales, como la pérdida de tiempo y dinero, la distracción en clase y los problemas para comunicarse con las personas cercanas.

El estudio realizado por Aguilar (2023), identificó la conexión entre el uso de redes sociales y la percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios de una universidad privada en la provincia de Chiclayo, trabajando con una muestra de 300 participantes, utilizando la “Escala de riesgo de adicción adolescente a las redes sociales e internet en estudiantes peruanos (ERA-RSI)” y el “cuestionario Body Shape Questionnaire BSQ.” Se ubicó una relación positiva y significativa de ambas variables, la exposición frecuente a redes sociales puede distorsionar la percepción de la imagen corporal y aumentar la insatisfacción, viéndose influenciados por las imágenes y estándares estéticos promovidos en estas plataformas, lo que puede intensificar sus preocupaciones sobre su apariencia física a mayores conductas repetitivas con largos periodos de tiempo al día usando redes sociales mayor es la afectación en la percepción de una imagen distorsionada de su figura anatómica real; la configuración de identidad personal está en constante estimulación y que el tiempo que se haga uso en redes debe ser con criterio y conciencia, de otra manera se generaría una alteración emocional, mental y conductual del criterio que se tiene de la propia imagen corporal.

Jiménez y Sedano (2022), analizaron la asociación entre la dependencia a las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada ubicada en el distrito de Los Olivos. El enfoque del estudio fue correlacional, utilizando un diseño no experimental y de corte transversal. Para la recolección de datos, se aplicaron el "Cuestionario de Insatisfacción Corporal (IMAGEN)" y el "Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)". Los hallazgos indicaron que un mayor uso problemático de las redes sociales se asocia con un aumento en la insatisfacción corporal, además de intensificar las preocupaciones sobre la apariencia física. De este modo, el uso excesivo de redes se relaciona con niveles más altos de

insatisfacción en comparación con aquellos que mantienen un control más moderado sobre su uso.

Escurrea (2023), realizó una investigación en la "Institución Educativa Pedro Gálvez Egúsqiza", ubicada en Lima, con el objetivo de examinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de secundaria. Empleando un diseño no experimental de corte transversal y un enfoque cuantitativo, el estudio se basó en el "Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales" junto con el "Cuestionario de Insatisfacción Corporal (ARS)" para recolectar datos. La muestra estuvo conformada por 151 estudiantes, y los resultados indicaron una correlación positiva moderada entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen física ($\rho = 0,445$; $p < 0.01$), lo que sugiere que aquellos estudiantes con mayor adicción a las redes sociales son más propensos a sentirse insatisfechos con su apariencia.

Los autores Linares y Figueroa (2023), intentaron establecer la relación entre la adicción a las redes sociales mediante el instrumento "ARS Questionnaire", la autoestima mediante el "Stanley Coopersmith Self-Esteem Inventory" y la insatisfacción corporal mediante el "Body Shape Questionnaire" en estudiantes universitarios de entre 16 y 25 años. Mencionan que es más probable que la baja autoestima esté presente en las personas más adictas a las redes sociales, y viceversa. La aplicación de estos instrumentos puede ayudar a profundizar en la manera en que la adicción a las redes sociales impacta la autoestima y, a su vez, cómo estas dinámicas afectan la percepción de la imagen corporal. Esta tesis también encontró una correlación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción, siendo esta última más común en las mujeres.

2.1.3 *Antecedentes regionales*

En un estudio llevado a cabo en la escuela 'Niño de la Paz' en Arequipa, Valdez (2018), investigó la conexión entre el uso problemático de redes sociales (ARS) y los niveles de autoestima en un grupo de 152 estudiantes, compuesto por hombres y mujeres. Para la evaluación, se utilizaron dos herramientas: el "Test de Adicción a Redes Sociales" desarrollado por Escurra y Salas (2014) y el Inventario de Coopersmith (1999). Empleando un enfoque cuantitativo con un diseño transversal y correlacional, los hallazgos evidenciaron una relación inversa significativa entre las variables, lo que indica que un incremento en la adicción a redes sociales está vinculado con una reducción en la autoestima y una percepción corporal más negativa ($r = -0,682$, $p < 0,000$).

Quispe (2023), llevó a cabo un estudio que analizó cómo los modelos estéticos corporales afectan la percepción de la imagen corporal entre alumnas de primer año de secundaria en una institución educativa de Arequipa. Este trabajo, que adoptó un enfoque descriptivo-correlacional, utilizó el "Cuestionario de Influencias del Modelo Estético Corporal (CIMEC)" y la "Escala de Percepción de la Imagen Corporal (EPIC-A)" para la recolección de datos. Se consideraron varias dimensiones bajo el término “modelos estéticos”, como la “influencia de la publicidad”, la “angustia por la imagen corporal”, así como la “influencia de los modelos y situaciones sociales” y la “influencia de los mensajes verbales”. En cuanto a la “percepción de imagen corporal”, se tomaron en cuenta factores como la “impresión de la imagen corporal”, el “área sociocultural”, el “aspecto familiar” y las “amistades”, que constituyeron las dos variables principales del estudio. En los resultados se demostró un alto nivel de impacto del modelo estético corporal en el 5 % de los estudiantes, un nivel bajo en el 65 % de los estudiantes encuestados y un nivel regular en el 30 %. En cuanto a las percepciones de su cuerpo, el 65 % de los estudiantes obtuvo una puntuación alta, frente al 22,5 % de la clase que obtuvo una puntuación baja, el 10 %

de la muestra que obtuvo una puntuación media y el 2,5 % que obtuvo una puntuación muy alta, por lo que se presentó una asociación estadísticamente significativa entre los modelos estéticos corporales y la percepción de la imagen corporal.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Redes sociales

Se define una red social como una forma en la que las personas se unen entre sí por temas en común que pueden ir desde amistad hasta temas del trabajo, encontrándose en un ambiente digital facilitando la comunicación y la unión entre personas no solo alrededor tuyo si no también internacionalmente. En este ambiente digital podemos encontrar diferentes formas de intercambio de información como son las fotos, los videos, foros, etc., existiendo plataformas creadas como son Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, etc. (Girón y Pari, 2021, pp. 28-29).

Los medios sociales facilitan la creación y difusión de una amplia gama de información, incluida la comunicación, el entretenimiento y el conocimiento sobre numerosos temas. Internet permite un acceso sin precedentes a la información y el conocimiento. Hoy en día, la gente puede encontrar rápidamente conocimientos sobre una gran variedad de temas, tomar clases en línea y practicar el aprendizaje autodirigido. Las plataformas de los medios sociales se han convertido en lugares de intercambio de información, puntos de vista e ideas, fomentando la distribución mundial de información y el aprendizaje cooperativo. El carácter participativo de las plataformas de medios sociales y la disponibilidad de contenidos son dos de sus principales características. Los medios sociales también permiten establecer perfiles distintivos en los que se organizan los datos personales y se simplifican las relaciones con otras personas u organizaciones (Padín et al., 2021).

2.2.2 Adicción a redes sociales

Los autores Ecurra y Salas (2014), refieren a la adicción a redes sociales a una dependencia que de manera psicológica y conductual afectan al individuo siendo el descontrol en el tiempo de uso la principal característica.

Al igual que las demás adicciones se presenta una pérdida de control, obstaculizando la vida diaria del individuo e incluso presentando el síndrome de abstinencia.

Young (2005) descubrió que los adictos a Internet sentían una sensación de desplazamiento al estar conectados, lo que generaba problemática al gestionar áreas de su vida, laboral, familiar, de iguales y hasta de rutinas; llevando su vida a la virtualidad. Al verse como un comportamiento desadaptativo, se vio asociado a lo adictivo o compulsivo, Young con otros autores introdujeron los términos “uso excesivo de Internet, adicción o conducta problemática, adicción comportamental o adicción no asociada a sustancias” (Ávila, 2023).

Según seis síntomas básicos en un marco biopsicosocial, algunos estudiosos han caracterizado la "adicción a las redes sociales": "Saliencia" (uso mental excesivo de las redes sociales), "experiencia que altera el estado de ánimo" (molestia si no se utiliza la aplicación), "evasión" (entretenimiento que ayuda a las personas a olvidar sus preocupaciones), "descuido de la vida personal" (que puede tener efectos perjudiciales en la vida real), "desarrollo de la tolerancia" (necesidad de dedicar cada vez más tiempo a las actividades de las redes sociales) y "ocultación del comportamiento adictivo" (conflictos, problemas interpersonales que surgen directamente del uso de las redes sociales) (Griffiths, 2013; Guedes et al., 2016, como se cita en Polar y Varescon, 2022).

Ecurra y Salas (2014) hablan de dimensiones importantes para caracterizar la adicción a redes sociales, la primera siendo “obsesión por las redes sociales” que, según la

teoría, el "compromiso mental con los medios sociales" puede referirse tanto a pensamientos instintivos como a asociaciones duraderas con la plataforma, su información o sus contactos. Genera síntomas de ansiedad en la persona que pueden reducirse accediendo a las redes sociales. También aborda dificultades como la ira, la violencia, el desdén por las relaciones interpersonales y estados de abstinencia caracterizados por el aburrimiento y la desesperación. El segundo "falta de control personal" que se centra en la incapacidad del usuario para reducir su uso de las redes sociales, lo que repercute negativamente en su capacidad para gestionar su vida social, familiar y académica, así como en sus funciones cognitivas, afectivas y conductuales. Se vuelve preocupante el uso no autorizado o esporádico de las redes sociales. Y por último "uso excesivo de las redes sociales" que refiere a las dificultades para limitar el uso de las redes sociales, señalan la duración del tiempo que se pasa en ellas, destacan la incapacidad de controlar su uso y subrayan la dificultad de reducirlo.

La adicción a redes sociales se define comúnmente como una preocupación excesiva y una falta de control sobre el uso de estas plataformas, lo cual genera aislamiento y problemas cognitivos y emocionales, sin embargo, como se menciona el autor Matute (2016), en la literatura se encuentran términos variados como "uso excesivo", "uso problemático" y "dependencia" que, aunque a veces se usan de manera intercambiable, no implican necesariamente una adicción. Por ejemplo, el uso excesivo de redes puede estar motivado por necesidades laborales o educativas y no siempre muestra las características propias de una adicción, como el aislamiento o abstinencia (Alarcón y Salas, 2022). Al igual que otras adicciones conductuales, la adicción a redes sociales presenta pérdida de control y obstaculiza la vida diaria del individuo, generando un síndrome de abstinencia cuando se restringe su uso. Según los criterios establecidos en el DSM-5 para el "Trastorno de Juego por Internet", que incluye síntomas aplicables al uso

excesivo de redes sociales, una adicción conductual puede caracterizarse por la presencia de:

- **Pérdida de control:** El individuo no puede limitar la frecuencia ni la duración de uso, aunque sea consciente de las consecuencias negativas.
- **Preocupación u obsesión:** Pensamiento constante sobre redes sociales y deseos de conectarse, incluso en situaciones inapropiadas.
- **Tolerancia:** El usuario necesita pasar más tiempo en redes para obtener el mismo nivel de satisfacción, lo que lleva al uso excesivo.
- **Síntomas de abstinencia:** El individuo experimenta ansiedad, irritabilidad o incomodidad al intentar limitar o dejar de usar las redes (American Psychiatric Association, 2013).

2.2.3 *Imagen corporal*

La imagen corporal es aquella representación subjetiva creada por la mente sobre la propia imagen, compuesta por cómo los individuos se ven, la valoración que estos se generan, cómo se sienten frente a nuestra apariencia y cómo actúan en base a esa percepción; lo que conseguiría llevar a una imagen corporal positiva o negativa (García, 2020). El fenómeno de la imagen corporal ha sido objeto de estudio en una gran variedad de ámbitos, como la psicología, la psiquiatría, la medicina y la sociología, por lo que comprenderlo desde diversos ángulos es crucial para entender cómo se manifiestan los cambios en la imagen corporal y los trastornos alimentarios (Padín et al., 2021).

Esto, al definirse como una representación ideal de lo que el individuo desea puede ser de forma favorable o perjudicial y también es influenciada por varios factores externos como serían, las críticas, los estándares, algún accidente o lesión e incluso los cambios físicos que se dan con la edad. (León et al., 2018, como se cita en Nápoles et al., 2022).

Cuatro factores principales conforman la propia imagen corporal según Vaquero et al. (2015) y Salaberria et al. (2007) citados en Tineo, 2022, el primero es el “componente perceptual” el cual habla de cómo la persona ve su cuerpo en su totalidad o cada elemento específico del mismo, desde el tamaño, el peso y la forma del cuerpo, lo que puede dar lugar a sobreestimaciones o subestimaciones; “componente cognitivo” el cual describe los juicios que la persona se ha formado sobre su cuerpo o una zona concreta del mismo como las actitudes, emociones, ideas y evaluaciones que provoca el cuerpo, así como su tamaño, peso, forma o ciertas partes del mismo; “componente afectivo” donde se tienen en cuenta los sentimientos o acciones de la persona en relación con su cuerpo incorporando experiencias de placer, displacer, satisfacción, disgusto, rabia, impotencia, etc. y por último el “componente conductual” que indica que dependiendo de cómo el sujeto perciba y juzgue su cuerpo, se transmiten actos o comportamientos específicos como su exhibición, la evitación, la comprobación, los rituales, su camuflaje, etc.

Según Guimón (1999); Rosen (1995) citados en Gómez et al., 2023, la percepción, la evaluación, la valoración, la vivencia del propio cuerpo está relacionada con la imagen de uno mismo como un todo, con la personalidad y el bienestar psicológico. Señala que la imagen corporal es el modo en el que uno se percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo

2.2.4 *Insatisfacción corporal*

La imagen corporal se puede ver afectada en gran medida por el entorno globalizado actual, haciendo valoraciones en base a lo que se encuentra como "exitoso, ideal", en base al entorno sociocultural y cuales sean los estándares esperados, tanto físicos como conductuales, buscando el ser aceptado en el mismo y pertenecer; esto puede venir desde el núcleo familiar como en el laboral. Esta imagen corporal suele cambiar con el

tiempo, especialmente en etapas detonantes como lo es la adolescencia siendo la población con más riesgo de sufrir una insatisfacción corporal que, al no ser reconocida a tiempo, podría prolongarse a la edad adulta (Rincon et al., 2019; Salas et al., 2022).

Montoya (2021) menciona que:

Cómo es que la imagen corporal y su insatisfacción se encuentran basada no solo en el aspecto cognitivo (como por ejemplo los pensamientos negativos) sino también en el aspecto conductual basando las conductas de las personas en los pensamientos que puedan tener sobre su cuerpo. Estos pensamientos y conductas tienen una base sacada de algún tipo de estándar establecido, mencionando por ejemplo la diferencia del estándar de belleza en Norte América y Sudamérica teniendo una diferente percepción se crearía diferentes expectativas sobre el cuerpo (pp. 9-11).

Estos factores sociales y culturales influyen en la percepción corporal personal poniendo en riesgo el desarrollo de un trastorno alimenticio o conductas peligrosas para llegar a alcanzar un “ideal de cuerpo” cómo sería hacer dietas estrictas o ejercicios en exceso (Baños y Aguilar, 2020). En contraste con el 52,4 % de los hombres que se juzgarían a sí mismos adecuadamente, sólo el 38,7 % de las mujeres perciben su verdadera realidad. Las mujeres creen erróneamente ser más gruesas de lo que realmente son en el 41,1 % de las circunstancias (Muñoz y Gómez, 2023). Los estereotipos corporales pueden representar distinciones de género. Independientemente del peso, a las mujeres se las presiona para que parezcan delgadas, mientras que a los hombres se les aconseja tener cuerpos más fuertes y musculosos (Muñoz y Gómez, 2023).

2.2.5 Definiciones teóricas

- **Imagen corporal.** Percepción mental de cada persona sobre su propio cuerpo como se percibe este frente a los demás en base a creencias, estereotipos y sentimientos de la propia persona hacia sí misma.
- **Insatisfacción corporal.** Se ve como la devaluación hecha por la persona de su propia imagen física en base a algún ideal que presente, normalmente esta distorsión aparece en momentos de crisis o cuando no se encuentra en su zona de confort, asociado a conductas que puedan afectar su salud integral, o incluso llegando a atentar contra su persona.
- **Redes sociales.** Son aquellas conformaciones netamente sociales dadas en el ciberespacio por diversos individuos ya sean personas naturales o conjunto de personas con intereses o valores en común, personales o sociales con la finalidad de compartir diversidad de contenido. La forma en que las personas se comunican ha cambiado significativamente como consecuencia de la expansión de las redes sociales e Internet. La conexión instantánea más allá de las fronteras ha hecho posible la comunicación en tiempo real y el intercambio de información. Las personas pueden comunicarse con amigos, familiares y comunidades de todo el mundo gracias al aumento de la conectividad social que se ha producido.
- **Estudiantes.** Son aquellas personas que cursan estudios en un centro en donde se imparte la docencia teniendo como la ocupación principal la de estudiar. Se habla de estudiantes universitarios quienes cursan estudios oficiales ofrecidos por universidades con la finalidad de obtener un título académico presentando motivación alta, siendo independientes adecuándose a ambientes educativos nuevos.

2.2.6 Relación entre variables

Salmerón (2015) menciona que a pesar de que la llegada de esta forma de comunicación electrónica ofrece numerosas ventajas a sus usuarios, en muchos casos ocupa una parte importante del tiempo libre de las personas por lo que se encuentra con la preocupación por la probabilidad de adicción debido a su uso abusivo entre los jóvenes (Ponce, 2020).

Varios autores refieren que el uso de la tecnología produce una elevación significativa en la dopamina y otros neurotransmisores involucrados en el circuito del placer, produciendo un efecto similar al producido por el consumo de drogas. Los reforzadores positivos (el placer de participar en la acción adictiva) comienzan a tomar el control de la conducta (Ponce, 2020).

Por otro lado, la presión social y el sector publicitario resaltan lo importante que es mantener la apariencia física. Autores como Esnaola en el 2010 dejan en claro que existen otros tipos de presión cultural, como los entornos de constante interacción, mensajes verbales, modelos sociales y publicidad (Lugo, 2020). La exhibición incesante de imágenes “casi” perfectas de modelos y la promoción persistente de productos dietéticos y de belleza; dañan significativamente la salud emocional, los hábitos alimentarios, la ansiedad generada por el peso y la sensación de satisfacción corporal de las personas en la cultura (Spettigue y Henderson, 2004, como se cita en Lugo, 2020). Dicho de otra manera, hay cantidad variada de material que hace referencia a un problema puramente estético, el cual puede tener un efecto en la forma en que los jóvenes ven su propio cuerpo (Infante y Ramírez, 2017, como se cita en Tineo, 2022).

Peris et al. (2013) menciona que tanto, jóvenes como adolescentes utilizan las redes sociales para compartir fotografías, vídeos y comentarios en un esfuerzo por ganar fama y popularidad. Para quienes están muy involucrados en las redes y comparten cada día el

aspecto más atractivo de sus vidas, la cantidad de me gusta, comentarios, contactos y visitas al perfil, tiende a ser bastante satisfactoria y fortalecer la idea de visualización del entorno (Citado en Ponce, 2020). Las reacciones de los seguidores no siempre son favorables a todo esto por lo que contribuye a la aparición de insatisfacción corporal y lo que genera problemas emocionales en los administradores de las cuentas es la evaluación negativa de los pares (Ponce, 2020). Porque apoya la noción de que lo atractivo de alguien que determina su valor como persona depende de que esta se vea de una manera u otra físicamente (Tiggemann y Zaccardo, 2018, como se cita en Romo del Olmo, 2020).

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1 *Hipótesis general*

Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las Redes Sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

3.1.2 *Hipótesis específicas*

- H_{E1}. Existe un nivel alto en la adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- H_{E2}. El nivel de insatisfacción con la imagen corporal es moderado en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

- H_{E3}. La dimensión obsesión a redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel medio significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- H_{E4}. La dimensión falta de control en redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- H_{E5}. La dimensión uso excesivo de las redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

3.2 Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable Redes Sociales

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Definición	Indicadores	Escala
Adicción a Redes Sociales	Gallego, 2010, conjunto de individuos relacionados entre sí. Las relaciones van desde los negocios hasta la amistad.	Valencia y Soto (2024) determinan una red social como un modo o manera en que individuos con relaciones entre sí sean amicales, del trabajo, de hobbies se encuentran, mediante una plataforma.	Obsesión a redes sociales	Uso prolongado de la red social que causa el descuido del individuo tanto psicológicamente como físicamente	Conformado por 10 ítems; 2,3,5,6,7,15,17,22,28 y 29 viendo el “tiempo de conexión”, “estado de ánimo” y “relaciones interpersonales.”	Ordinal Escala Likert de 5 puntos. (Siempre, Casi siempre, A veces, Raras veces y Nunca),
			Falta de control personal en las redes sociales	Uso continuo de la red social impidiendo que el individuo empiece o continúe con actividades diarias	Conformado por 6 ítems; 13,14,16,24 y 31. Viendo el “control de tiempo”, “intensidad” y “frecuencia.”	
			Uso excesivo de la red social	Estar conectado por mucho tiempo a una red social	Conformado por 8 ítems;1,4,10,11,12,18,19,20 y 26. Viendo la “necesidad de permanecer conectados” y la “cantidad de veces conectados.”	

Tabla 2*Matriz de operacionalización de la variable Insatisfacción con la imagen corporal*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Escalas	Indicadores	Escala de Medición
Insatisfacción Corporal	El término Insatisfacción se refiere a “Falta de satisfacción”. Satisfacción se refiere a “Presunción, vanagloria. Tener mucha satisfacción de sí mismo”. Y el término Corporal se refiere a “Perteneiente o relativo al cuerpo, especialmente al humano. Presencia corporal. Pena corporal.”. (Real Academia Española, s.f.,)	Es la falta de presunción y vanagloria de la presencia corporal.	Cognitivo Emotivo (ICE)	Conformado por los ítems del 1 al 21 abarcando los pensamientos y emociones personales	Ordinal Escala Likert del 0 al 4 (Casi Nunca o Nunca, Pocas Veces, Unas Veces sí y Otras no, Muchas Veces, Casi Siempre o Siempre)
			Insatisfacción Perceptiva (IPE)	Conformado por los ítems del 22 al 31 abarcando la creencia subjetiva de un peso deseado o figura deforme	
			Insatisfacción Comportamental (ICI)	Conformado por los ítems del 23 al 38 abarcando la frecuencia de comportamientos patológicos	

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Métodos, tipo y nivel de la investigación

4.1.1 Método de la investigación

La investigación presenta un ángulo cuantitativo donde se emplea la recopilación de datos para poder acreditar la hipótesis de que existe relación entre la adicción de redes sociales y la insatisfacción corporal, al querer medir y probar dichas hipótesis, se utilizará las estadísticas descriptivas aplicándolo en una realidad con los conocimientos establecidos (Hernández et al., 2014).

4.1.2 Tipo de la investigación

Según Hernández et al. (2014), el alcance de la investigación es de tipo descriptivo correlacional, con ello se busca el poder describir aquellos sucesos y situaciones que se desarrollan, basados en dos variables, las cuales estarán bajo un análisis estadístico para poder conocer la relación que estas presentan.

4.2 Diseño de la investigación

La presente investigación tiene el diseño no experimental, según Hernández et al. (2014), recolectando así la diversa información de las muestras para responder la hipótesis dada usando las variables de una manera que no sean manipuladas por lo que la investigación evidenciará las situaciones de una forma determinada en un tiempo determinado, siendo así un tipo transeccional correlacional-causal ya que también se está explorando relaciones que sugieran una posible dirección de influencia o efecto entre las variables, en este caso, entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal.

4.3 Población y muestra

La población del estudio estuvo constituida por 400 estudiantes de la carrera de psicología, con edades entre 18 y 25 años, de ambos sexos, pertenecientes a una universidad privada en Arequipa. La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilístico por cuotas. Este tipo de muestreo permite elegir a los individuos de la muestra en función de ciertas características preestablecidas, sin que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (Hernández et al., 2014). Se optó por este método dado que el grupo de interés comparte una característica específica: la edad, lo que facilita obtener una muestra representativa de las variaciones dentro de este rango etario. En este caso, se seleccionaron los primeros individuos accesibles que cumplían con los criterios establecidos, garantizando que todos ellos cumplieran con la cuota de edad y carrera. Al considerar un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95 %, se determinó que al menos 200 personas eran necesarias para la representatividad de la muestra (Kish, 1995). Finalmente, se logró una muestra de 300 estudiantes, lo cual incrementa la precisión y validez de los resultados al contar con un tamaño de muestra adecuado.

4.3.1 Criterios de inclusión

- Estudiantes de la carrera de Psicología de una universidad privada de Arequipa.
- Estudiantes entre 18 y 25 años.
- Todo aquel que dio su consentimiento.
- Todos los que completaron los cuestionarios.
- Modalidad presencial, aunque algunas sesiones de evaluación se llevaran virtual.

4.3.2 Criterios de exclusión

- Estudiantes de instituciones educativas distintas a una universidad privada (por ejemplo, universidades públicas, colegios o institutos).
- Estudiantes de carreras distintas a Psicología.
- Estudiantes de edad inferior a 18 años o superior a 25 años.
- Falta consentimiento informado.
- Presenta cuestionario incompleto.
- Modalidad virtual o gente que trabaja.

4.4 Técnicas de recolección y análisis de información

La recolección de datos se realizó de forma presencial. El proceso comenzó con la visita a cada salón de clase, donde se explicó a los estudiantes los objetivos y alcances de la investigación, incluyendo el propósito de los cuestionarios. Durante esta presentación, se utilizó un código QR que permitía a los estudiantes acceder directamente a un formulario de Google Forms. Este formulario incluía el consentimiento informado y los cuestionarios necesarios para el estudio. Aquellos estudiantes que no pudieron acceder al formulario mediante el código QR recibieron el enlace directamente en su correo institucional para asegurar que todos los participantes interesados pudieran completar el cuestionario.

Una vez que los estudiantes completaron los cuestionarios en Google Forms, se revisó la base de datos generada para verificar que todos los ítems estuvieran respondidos. Este paso fue esencial para asegurar que los datos fueran completos y adecuados para el análisis. Los datos recopilados se descargaron desde Google Forms y se organizaron en una base de datos para facilitar su posterior análisis estadístico.

Después de la recolección, los datos fueron transferidos a una base de datos estructurada para su procesamiento. Este proceso incluyó la revisión de cada respuesta

para detectar posibles errores o respuestas incompletas que pudieran afectar la calidad del análisis. Posteriormente, los datos fueron importados al software estadístico Jamovi, en el cual se realizó el análisis.

Se realizó un análisis descriptivo para obtener frecuencias y porcentajes que permitieran entender la composición de la muestra en términos de edad, género, patrones de uso de redes sociales y frecuencia de conexión. También se calcularon las medias y desviaciones estándar de las escalas de insatisfacción corporal y adicción a las redes sociales, proporcionando una visión general de las puntuaciones obtenidas en cada dimensión. Para verificar la normalidad de las distribuciones de las variables principales, se empleó la prueba de Shapiro-Wilk, permitiendo identificar que las distribuciones no seguían una curva normal.

Posteriormente, las puntuaciones de los participantes en las escalas de insatisfacción corporal y adicción a redes sociales se categorizaron en niveles bajo, medio y alto. Esta categorización facilitó la identificación de grupos según sus niveles de insatisfacción y comportamientos adictivos hacia las redes sociales. Finalmente, se aplicó la correlación de Spearman para evaluar la relación entre la insatisfacción corporal y la adicción a redes sociales, ya que esta técnica no requiere una distribución normal y es adecuada para los niveles de medición de las variables del estudio.

4.4.1 Instrumentos

- “Cuestionario de Insatisfacción con la imagen corporal” (IMAGEN)
 - **Propósito y Composición.** Creado por Solano y Cano (2010), evalúa la insatisfacción corporal en tres dimensiones: cognitivo-emocional, perceptivo y comportamental. Hilario y Macedo (2022) adaptaron el cuestionario a la realidad peruana.

- **Aplicación y Escalado.** Dirigido a personas desde los 11 años, su duración es de aproximadamente 10 minutos. Se realiza en formato individual o colectivo. La corrección se basa en puntuaciones directas y percentiles, los cuales se interpretan conforme a tablas clínicas o no clínicas, con foco en identificar preocupaciones excesivas sobre la imagen corporal sin diagnosticar desórdenes alimentarios.
 - **Confiabilidad y Validez.** Posee alta consistencia interna, los coeficientes de Alfa de Cronbach y coeficiente de Omega de McDonald mostraron en la escala completa un $\alpha=.958$ y $\omega.988$.
 - **Dimensiones Evaluativas.** Puntuaciones altas indican preocupación excesiva por la apariencia física; en el aspecto cognitivo-emocional, reflejan obsesión; en el perceptivo, distorsión de la figura; y en el comportamental, conductas asociadas a desórdenes alimentarios.
- **“Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales” (ARS)**
 - **Propósito y Dimensiones.** Creado por Escurra y Salas (2014), en Perú, evalúa la adicción a redes en tres dimensiones: obsesión, falta de control y uso excesivo, con un total de 24 ítems. Validado por Torres (2021), en estudiantes en Lima, Perú.
 - **Aplicación y Escalado.** Administrable en formato individual o grupal, con una duración aproximada de 15 minutos, dirigido a personas desde los 13 años. La calificación se estructura a partir de baremos específicos, presentados en tablas de percentiles para cada dimensión.
 - **Muestra y Metodología de Validación.** Utilizando una muestra de 380 estudiantes universitarios, se validó el cuestionario descartando ítems fuera del rango estadístico ideal de asimetría y curtosis.

- **Confiabilidad.** Alta consistencia interna con coeficientes de Cronbach entre .88 y .92 en las distintas dimensiones, lo cual indica una fiabilidad robusta del instrumento.
- **Escalas Evaluativas.** Puntuaciones altas indican “obsesión por las redes sociales”, “falta de control personal” y “uso excesivo de las redes sociales”.

4.5 Consideraciones éticas

La información recolectada solo será la que sea necesaria para la investigación, establecido así en el consentimiento informado, este se obtuvo de cada uno de los participantes. Para ello, se les informo el motivo de la investigación, explicándoles las variables de investigación dándoles la oportunidad de decidir si querían participar o no, respetando su decisión y sin divulgar las respuestas o identidad de los participantes.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Participantes

Tabla 3

Frecuencias y porcentajes de la edad de los participantes

	<i>f</i>	<i>%</i>
<i>Edad</i>		
18-20	94	31,3
21-23	122	40,7
24-25	84	28,0
<i>Género</i>		
Femenino	180	60,0
Masculino	120	40,0

La Tabla 3 presenta la distribución de frecuencias y porcentajes de los participantes según la edad y género. La muestra total consistió en 300 sujetos. La categoría de edad con mayor prevalencia es la de 21-23 años, que representa el 40,7 % del total de la muestra. Los participantes entre 18-20 años componen el 31,3 %, mientras que aquellos de 24-25 años constituyen el 28,0 %. En cuanto al género, se observa una mayor proporción de participantes femeninos, que constituyen el 60,0 % de la muestra, en comparación con el 40,0 % de participantes masculinos.

Tabla 4

Lugares desde donde se conectan a redes sociales

	<i>f</i>	<i>%</i>
<i>Se conecta desde casa</i>		
No	124	40,7
Sí	181	59,3
<i>Se conecta desde el trabajo</i>		
No	240	78,7
Sí	65	21,3

<i>Se conecta desde el celular</i>		
No	50	16,4
Sí	255	83,6
<i>Se conecta desde cabina de internet</i>		
No	295	96,7
Sí	10	3,3
<i>Se conecta desde la universidad</i>		
No	278	91,1
Sí	27	8,9

La Tabla 4 ilustra las frecuencias y porcentajes referentes a los diversos lugares desde los cuales los participantes reportan conectarse a redes sociales. Cabe destacar que cada estudiante tuvo la opción de señalar más de un lugar. Los datos revelan que la mayoría de los estudiantes se conectan desde su celular, con un elevado porcentaje del 83,6 %. Asimismo, un 59,3 % de los encuestados indican que se conectan desde casa. Por otro lado, el lugar menos frecuente para la conexión a redes sociales es la cabina de internet, con solo el 3,3 % de los participantes indicándolo como un punto de acceso. El lugar de trabajo y la universidad muestran un uso menor, con un 21,3 % y un 8,9 %, respectivamente.

Tabla 5

Frecuencias y porcentajes de uso de redes sociales y uso de datos verdaderos en sus cuentas de redes sociales

	<i>f</i>	<i>%</i>
Frecuencia de uso de redes sociales		
Una vez por semana	1	0,3
Dos o tres veces por semana	5	1,7
Una o dos veces por día	41	13,7
Entre tres a seis veces por día	53	17,7
Entre siete a 12 veces al día	78	26,0

Todo el tiempo me encuentro conectado	122	40,7
Sus redes sociales tienen sus datos verdaderos		
No	34	11,3
Sí	266	88,7

La Tabla 5 detalla las frecuencias y porcentajes concernientes al uso de redes sociales y la autenticidad de la información proporcionada en dichas plataformas por los participantes del estudio. La frecuencia más alta de uso de redes sociales, reportada por un 40,7 % de los participantes, es estar conectado todo el tiempo. A esto le sigue el rango de entre siete a 12 veces al día con un 26,0 %. Un 17,7 % de los participantes se conectan entre tres a seis veces por día, mientras que un 13,7 % lo hace una o dos veces al día. Los porcentajes disminuyen significativamente para aquellos que acceden a las redes dos o tres veces por semana (1,7 %) y una vez por semana (0,3 %). En cuanto a la autenticidad de los datos proporcionados en sus perfiles, una gran mayoría de los participantes, el 88,7 %, afirma que sus redes sociales contienen sus datos verdaderos. Solo un 11,3 % indica que no utilizan información auténtica.

5.2 Resultados

Tabla 6

Estadísticos descriptivos y prueba de normalidad de las escalas y dimensiones totales de la Insatisfacción Corporal y Adicción a las Redes de los estudiantes universitarios

	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	Shapiro-Wilk	
					<i>W</i>	<i>p</i>
Insatisfacción corporal						
Cognitivo Emotivo	33	23,27	0	84	0,96	< .001
Insatisfacción Perceptiva	8,38	9,5	0	38	0,83	< .001
Insatisfacción comportamental	3,16	5,4	0	28	0,66	< .001
Escala total	44,54	34,75	0	138	0,94	< .001

Adicción a las redes						
Obsesión	11,44	7,09	0	32	0,97	< .001
Falta de control personal	6,86	3,39	0	16	0,98	< .001
Uso excesivo	13,22	6,69	0	32	0,99	0,005
Escala total	37,9	19,53	0	96	0,98	< .001

La Tabla 6 presenta los estadísticos descriptivos y los resultados de la prueba de Shapiro-Wilk para evaluar la normalidad de las distribuciones de las puntuaciones en las escalas y dimensiones de la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. Para la insatisfacción corporal, se observan los siguientes datos descriptivos: el componente Cognitivo Emotivo tiene una media (M) de 33 y una desviación estándar (DE) de 23,27, con valores que van desde 0 hasta 84. La Insatisfacción Perceptiva tiene una media de 8,38 y una desviación estándar de 9,5, con un rango que también va de 0 a 38. La Insatisfacción Comportamental muestra una media de 3,16 y una desviación estándar de 5,4, y su rango es de 0 a 28. La escala total de insatisfacción corporal presenta una media de 44,54 y una desviación estándar de 34,75, con valores desde 0 hasta 138.

En cuanto a la adicción a las redes sociales, se reporta una media de 11,44 y una desviación estándar de 7,09 para Obsesión, con valores desde 0 hasta 32. La Falta de Control Personal tiene una media de 6,86 y una desviación estándar de 3,39, con un rango de 0 a 16. El Uso Excesivo presenta una media de 13,22 y una desviación estándar de 6,69, con valores que varían de 0 a 32. La escala total para adicción a las redes muestra una media de 37,9 y una desviación estándar de 19,53, con un rango de 0 a 96.

La prueba de Shapiro-Wilk indica que todas las escalas y dimensiones tienen distribuciones que difieren significativamente de una distribución normal, como se evidencia en los valores de p menores que .001, excepto en el Uso Excesivo donde p es .005. Esto sugiere que, para todas las variables evaluadas, la hipótesis de normalidad es

rechazada, lo cual es crucial al seleccionar pruebas estadísticas apropiadas para análisis subsiguientes.

Tabla 7

Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios

	<i>f</i>	%
Obsesión		
Bajo	119	39,7
Medio	88	29,3
Alto	93	31,0
Falta de control personal		
Bajo	113	37,7
Medio	98	32,7
Alto	89	29,7
Uso excesivo		
Bajo	106	35,3
Medio	100	33,3
Alto	94	31,3
Escala total		
Bajo	103	34,3
Medio	95	31,7
Alto	102	34,0

La Tabla 7 detalla las frecuencias y porcentajes correspondientes a las categorías de nivel bajo, medio y alto para las dimensiones y la escala total de adicción a las redes sociales de estudiantes universitarios. En la dimensión de Obsesión, un 39,7 % de los estudiantes se categoriza con un nivel bajo, un 29,3 % con un nivel medio, y un 31,0 % con un nivel alto. En cuanto a la Falta de Control Personal, el 37,7 % se sitúa en el nivel bajo, el 32,7 % en el medio y el 29,7 % en el alto. Respecto al Uso Excesivo, el 35,3 % de los estudiantes presentan un nivel bajo, el 33,3 % un nivel medio y el 31,3 % un nivel alto. Finalmente, al considerar la escala total de adicción a las redes, los porcentajes se

distribuyen de la siguiente manera: un 34,3 % para el nivel bajo, un 31,7 % para el medio, y un 34,0 % para el nivel alto.

Tabla 8

Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la Insatisfacción corporal de los estudiantes universitarios

	<i>f</i>	<i>%</i>
Cognitivo Emotivo		
Bajo	56	18,7
Medio	48	16,0
Alto	196	65,3
Insatisfacción Perceptiva		
Bajo	100	33,3
Medio	17	5,7
Alto	183	61,0
Insatisfacción comportamental		
Bajo	187	62,3
Medio	17	5,7
Alto	96	32,0
Escala total		
Bajo	50	16,7
Medio	47	15,7
Alto	203	67,7

La Tabla 8 muestra las frecuencias y porcentajes de las categorías asignadas para las dimensiones y la escala total de la insatisfacción corporal en estudiantes universitarios. Dentro de la dimensión Cognitivo Emotivo, un 18,7 % de los estudiantes se categorizan en un nivel bajo, un 16,0 % en un nivel medio, y una mayoría del 65,3 % en un nivel alto de insatisfacción. En cuanto a la Insatisfacción Perceptiva, un 33,3 % de los estudiantes reportan un nivel bajo, solo un 5,7 % un nivel medio, y el 61,0 % un nivel alto. Para la Insatisfacción Comportamental, gran cantidad de los estudiantes, el 62,3 %, se clasifican en un nivel bajo, un 5,7 % en un nivel medio, y un 32,0 % en un nivel alto. En la escala total de la insatisfacción corporal, los porcentajes se distribuyen de la siguiente manera: 16,7 % para el nivel bajo, 15,7 % para el nivel medio, y una notable mayoría del 67,7 % se encuentra en un nivel alto de insatisfacción corporal. Estos resultados reflejan una alta

tendencia hacia la insatisfacción corporal en la muestra estudiada, especialmente en las dimensiones Cognitivo Emotivo y Perceptiva.

Tabla 9

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la obsesión por las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Obsesión	
	Rho	p
Insatisfacción Corporal	0,28	<0,001

La Tabla 9 muestra una correlación de Spearman (Rho) de 0,28 entre la insatisfacción corporal total y la obsesión por las redes sociales, con un valor p menor a 0,001. Esta correlación es estadísticamente significativa, lo que indica que existe una relación positiva entre estas variables. Dado que el coeficiente se encuentra entre 0,25 y 0,34, esta relación se clasifica como moderada. La dirección positiva de la correlación sugiere que a medida que aumenta la insatisfacción corporal en los estudiantes, también tiende a aumentar su obsesión por las redes sociales.

Tabla 10

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la falta de control personal en las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Falta de control personal	
	Rho	P
Insatisfacción Corporal	0,30	<0,001

La Tabla 10 reporta una correlación de Spearman (Rho) de 0,30 entre la insatisfacción corporal total y la falta de control personal en el uso de redes sociales, también con un valor p menor a 0,001, señalando nuevamente una asociación estadísticamente significativa. Al igual que en la Tabla 7, esta correlación es moderada y

positiva, indicando que mayores niveles de insatisfacción corporal se asocian con una mayor falta de control personal en el uso de las redes sociales.

Tabla 11

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Uso excesivo	
	Rho	P
Insatisfacción Corporal	0,33	<0,001

En la Tabla 11, se observa un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0,33 para la relación entre la insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales, con un valor p menor a 0,001. Esta correlación, siendo mayor a 0,25 pero menor a 0,34, se considera moderada. Indica que a medida que aumenta la insatisfacción corporal, se tiende a incrementar el uso excesivo de las redes sociales entre los estudiantes. La dirección de la correlación es positiva, lo que sugiere que los niveles más altos de insatisfacción corporal están asociados con un mayor uso excesivo de las redes sociales.

Tabla 12

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Adicción a Redes	
	Rho	P
Insatisfacción Corporal	0,33	<0,001

La Tabla 12 muestra un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0,33 entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales, con un valor p también menor a 0,001. Al igual que en la correlación anterior, esta se clasifica como moderada y su dirección positiva implica que los estudiantes con mayor insatisfacción corporal presentan también mayores niveles de adicción a las redes sociales.

5.3 Discusión

Esta investigación se propuso examinar la conexión entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal en estudiantes de psicología, lo que permitió tener una idea general acerca de la influencia de una con la otra. Los jóvenes universitarios son uno de los grupos más activos en las diversas plataformas de la actualidad, por lo que la conexión entre el uso de las redes sociales y la insatisfacción corporal puede ser muy pertinente. A través del análisis de la literatura, se ha podido observar cómo múltiples investigaciones han abordado esta relación desde diferentes puntos de vista, ofreciendo una comprensión más profunda de la mecánica y las consecuencias psicológicas implicadas.

El objetivo general era poder ver la relación entre ambas variables, los resultados de este estudio muestran una relación significativa moderada entre el nivel de adicción a las redes sociales de los estudiantes de psicología de una institución privada de Arequipa y su nivel de insatisfacción corporal ($Rho = 0,33$, $p < 0,001$). La investigación realizada por Aslan y Tolan (2022) indican que el uso excesivo de redes sociales constituye un reto de salud comunitaria que necesita una atención especializada por parte de los profesionales de salud mental y los responsables de políticas públicas. Esto se debe a que se encontraron asociaciones moderadas y significativas al examinar la relación entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales. La obsesión por las redes sociales, la falta de autocontrol y el uso excesivo de estas plataformas se relacionaron positivamente con mayores niveles de insatisfacción corporal. Esto sugiere que los participantes que presentan niveles más altos de adicción a las redes sociales también tienden a experimentar una mayor insatisfacción con su imagen corporal. Esta conexión ha sido observada en diversos contextos, internacionalmente, lo que sugiere que es un fenómeno ampliamente extendido con significativas repercusiones para la salud mental de las personas. En

relación con la insatisfacción perceptiva de la imagen corporal, los resultados obtenidos fueron consistentes con los hallazgos de Aguilar (2023), quien descubrió que la percepción distorsionada de la imagen corporal en estudiantes universitarios se agravaba cuando estos realizaban actividades repetitivas y pasaban largos períodos de tiempo en redes sociales ($r = 0,45$, $p < 0,001$). Estos hallazgos sugieren que una imagen corporal negativa está asociada con el uso excesivo de redes sociales, tanto en la investigación de Aguilar como en el estudio presente. Este patrón es especialmente preocupante porque ambos estudios se concentran en poblaciones universitarias jóvenes, que podrían ser más susceptibles a los efectos perjudiciales de las redes sociales sobre la percepción del propio cuerpo. Por otro lado, en un estudio realizado en Arabia Saudita por Saud et al. (2019), se encontró que aproximadamente tres cuartas partes de las mujeres con un nivel moderado de adicción a las redes sociales tenían una percepción negativa de su imagen corporal. Este hallazgo sugiere que el uso excesivo de las redes sociales puede contribuir significativamente a la insatisfacción con el propio cuerpo. Se descubrió que más de la mitad de ellos tenían una mala imagen corporal y eran moderadamente adictos a las redes sociales. Sin embargo, no se observó ninguna relación significativa entre ambas variables ($Rho=0,22$, $p=0,001$). A pesar de esto, en el presente estudio sí se demostró que existía una asociación sustancial y moderada entre estas mismas. Esta discrepancia podría explicarse por las diferencias culturales y demográficas entre las muestras de Arabia Saudí y Arequipa, así como por posibles disparidades en las herramientas de medición empleadas.

Además, estudios revisados sugieren que la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal puede estar mediada por factores culturales y sociales que afectan a hombres y mujeres de manera diferente (Yupanqui, 2020). Y si bien algunos estudios han encontrado que esta relación es más fuerte en mujeres, otros han observado lo contrario como en el estudio de Aslan y Tolan (2022), donde los resultados del análisis de

la prueba t de muestras independientes mostraron que no había diferencias estadísticamente significativas ($p > 0,05$) en el grado de adicción a las redes sociales entre los estudiantes en comparación con su sexo; lo que nos lleva a considerar el papel del género en la relación entre el uso de las redes sociales y la imagen corporal.

De forma similar, otras investigaciones han analizado cómo el uso de las redes sociales de formas específicas, como la comparación social y la exposición a imágenes idealizadas, puede afectar a la forma en que las personas perciben su cuerpo tal y como esto afecta el comportamiento de estas, así como se ve en el estudio de Filippone et al. (2022), donde descubrieron un fuerte vínculo entre la exposición a redes sociales y mayores niveles de impulsividad cognitiva ($r = 0,34$, $p = 0,02$) la cual a su vez estaba relacionada con los atracones de comida ($r = 0,33$, $p < 0,001$), la alimentación emocional ($r = 0,26$, $p = 0,01$), que hace referencia a las personas que tienen la tendencia a comer para sobrellevar emociones negativas, y por ultimo; con los antojos de comida ($r = 0,39$, $p < 0,001$). Esto implica que la exposición a las redes sociales a imágenes de cuerpos perfectos puede desencadenar patrones alimentarios poco saludables, que luego pueden exacerbar la insatisfacción corporal.

Por otro lado, los hallazgos de Aslan y Tolan (2022), ofrecen una perspectiva crucial para entender la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología. Su investigación revela que tanto la ansiedad por la apariencia social como la adicción a las redes sociales están asociadas con una visión negativa de uno mismo, lo cual puede intensificar la insatisfacción corporal, se descubrió que la adicción a las redes sociales estaba predicha por pensamientos automáticos y ansiedad relacionados con la apariencia social, coincidiendo con los resultados de la presente investigación.

Como primer objetivo específico se decidió enfocarse en el nivel de adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada, obteniendo un resultado de 34,0 % en el nivel alto de adicción a redes sociales y un 31,7 % de nivel medio, al mismo tiempo esta población tuvo una frecuencia alta del uso de las redes sociales mencionando que el 40,7 % de estos están conectados todo el tiempo. Estos hallazgos son consistentes con los resultados obtenidos por Jiménez y Sedano (2022), quienes encontraron un nivel alto de adicción del 29,5 % y un nivel medio del 39,3 %, lo que sugiere una tendencia preocupante en el uso excesivo de redes sociales entre estudiantes universitarios, independientemente de la institución o contexto específico. Los antecedentes revisados revelan que el uso problemático de las redes sociales es un fenómeno generalizado que afecta a diferentes grupos de edad y contextos culturales (Delgado et al., 2022). Esto sugiere que el uso intensivo de plataformas como Facebook, Instagram y Twitter es una práctica común entre esta población. La necesidad de pertenencia, la facilidad de acceso a estas plataformas a través de dispositivos móviles y el deseo de afirmación social son algunos de los factores que contribuyen a la alta prevalencia de la adicción a las redes sociales (Fernández, 2022).

De acuerdo con el segundo objetivo específico, se encontró que los niveles de insatisfacción corporal entre los estudiantes son significativamente altos de 67,7 % de la población. Esto se refleja en las dimensiones cognitivas, emocionales y perceptivas de la insatisfacción corporal, donde la mayoría de los participantes informaron sentirse insatisfechos con su imagen corporal especialmente en las dimensiones Cognitivo Emotivo (65,3 %) y de Insatisfacción Perceptiva (61,0 %). Este notable contraste con la investigación de Jiménez y Sedano, que reportó un 24,1 % de nivel alto en insatisfacción corporal y un 27,1 % en insatisfacción mínima o ausente, sugiere que la percepción de la imagen corporal puede estar influenciada por factores contextuales y demográficos

específicos de cada población estudiada, destacando la importancia de considerar estas variables al analizar los niveles de insatisfacción corporal en diferentes grupos. En el estudio realizado por Quispe (2023), debido al impacto de los modelos atractivos que se promocionan en los medios de comunicación y en las redes sociales, descubrió que el 65 % de los estudiantes mujeres tenía una opinión muy negativa de su cuerpo, demostrando, dentro de sus limitaciones, que la población de mujeres podría ser más vulnerable a estos problemas.

El tercer objetivo específico se enfoca en ver la relación entre la *obsesión por redes sociales* y la insatisfacción corporal presento una relación estadísticamente significativa con un valor de p menor a 0,001 y una correlación significativa de 0,28, al igual que el estudio de Ecurra (2023), que mostro los estudiantes también estaban presentando una correlación positiva moderada muy significativa ($\rho=0,434$; $p<0,01$) entre la obsesión por redes sociales y una distorsión de su imagen corporal, por ello, los individuos podrían mostrar pensamientos automáticos y continuos sobre el uso de las redes sociales y, en caso de que no puedan acceder a ellas, expresarán grados de preocupación o hasta un nivel de agresión, además de la alineación de nociones de belleza muy extendidas que afectan a la forma en que la gente ve su cuerpo ya que como menciona Dulic (2023), el seguimiento constante de las redes sociales puede llevar a las personas a compararse negativamente con los demás, lo que puede tener un impacto perjudicial en la forma en que se ven a sí mismas.

Se tomo en consideración, en el cuarto objetivo específico la segunda dimensión de adicción a redes sociales; el 29,7 % de la población universitaria presentaba *la falta de control personal en las redes sociales* y mostrando una correlación significativa con la insatisfacción corporal ($r = 0,30$, $p < 0,001$), esta variable mide hasta qué punto las personas creen que no tienen influencia sobre el uso que hacen de las redes sociales.

Abarca aspectos como la incapacidad de establecer límites de tiempo para el uso de las redes sociales, la interrupción de las redes sociales en las actividades cotidianas y la sensación de dependencia, del mismo modo en el estudio de Dulic (2023), se mostró una correlación moderada con esta dimensión y la autoestima ($r = -0,298$ $p < 0,001$) demostrando que las personas que creen que no tienen control sobre el uso que hacen de las redes sociales pueden perder la confianza en sí mismas y pensar mal de sí mismas. Sin embargo, el estudio realizado por Yupanqui (2020) demuestra lo contrario, donde halló una correlación negativa débil que vincula las variables adicción a redes sociales y autoestima, pero significativa igualmente ($r = -0,25$, $p < 0,002$), lo que del mismo modo puede indicar que las personas que carecen de autocontrol corren un mayor riesgo de convertirse en adictos a las redes sociales. La baja autoestima y, por extensión, la insatisfacción corporal se predice por el componente de falta de control personal.

Para culminar, la dimensión *uso excesivo de redes sociales*, siendo el quinto objetivo específico, fue la que presentó un nivel alto con una frecuencia de 31,3 % y comparando con el estudio realizado por Jiménez y Sedano (2022), con estudiantes de psicología donde tuvo un nivel medio-alto con una frecuencia de 41,5 % en el cual también se encontró una correlación significativa entre la dependencia a las redes sociales y la insatisfacción corporal, lo que sugiere que aquellos que hacen un uso más intensivo de las redes sociales tienden a sentirse más insatisfechos con su cuerpo. Con una correlación positiva moderada ($r = 0,33$, $p < 0,001$) entre el uso excesivo de redes sociales y la insatisfacción corporal el presente estudio puede indicar también que las estudiantes de la universidad privada de Arequipa que mientras más sea su insatisfacción corporal, incrementa el uso excesivo de redes sociales, al igual que en el estudio de Valdez (2018), donde se mostró una frecuencia alta en la dimensión uso excesivo de redes sociales en mujeres y hombres (60,26 % y 31,08 % respectivamente) también encontrando una

correlación inversa con el nivel de autoestima. ($r = -.682$; $p < .001$). El trabajo de Ripalda (2022), proporciona evidencia importante sobre cómo la adicción a las redes sociales puede influir negativamente en la percepción de la imagen corporal en adolescentes. La conexión identificada entre el uso excesivo de redes sociales y la insatisfacción corporal en adolescentes podría sugerir que los estudiantes de psicología, al igual que los adolescentes, pueden estar expuestos a presiones similares que afectan su autoimagen sin embargo los hallazgos de Ripalda muestran que no hubo una relación significativa entre estas variables ($Rho = -0,103$, $p > 0,05$), como en esta investigación que si hubo una relación significativa, las variaciones en el grupo demográfico estudiado (estudiantes universitarios frente a adolescentes) y las circunstancias culturales particulares podrían ser la causa de la disparidad.

Es importante destacar que existe la compleja interacción entre el uso de las redes sociales y la insatisfacción corporal. Las personas insatisfechas con su cuerpo, por ejemplo, pueden recurrir a las redes sociales para obtener validación y aprobación, lo que puede conducir a una mayor dependencia y uso de estas plataformas. Al caer en este círculo vicioso, se puede exacerbar la infelicidad y complicar los trastornos mentales, como la ansiedad y la depresión.

Se identifican algunos errores metodológicos que deben considerarse. Una de las principales limitaciones es la dependencia exclusiva de cuestionarios autoadministrados, lo que podría haber generado sesgos de respuesta, ya que los participantes pueden haber respondido de manera socialmente deseable o no haber interpretado correctamente algunas preguntas. Este sesgo puede afectar la precisión de los datos recolectados. Para futuras investigaciones, sería recomendable emplear enfoques mixtos que combinen métodos cualitativos, como entrevistas o grupos focales, con los métodos cuantitativos ya

utilizados. Esto permitiría profundizar en la comprensión de los resultados y ofrecer una perspectiva más integral del fenómeno estudiado.

Por otro lado, una fortaleza importante de este estudio es su enfoque en una población específica, es decir, estudiantes universitarios de psicología. Esto ha permitido obtener conclusiones significativas para este grupo, lo que contribuye a un mejor entendimiento de la relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal en jóvenes adultos. Sin embargo, el uso de un diseño transversal representa una debilidad, ya que impide establecer relaciones causales directas entre las variables. Este tipo de diseño solo permite observar correlaciones en un momento puntual, por lo que estudios longitudinales serían necesarios para evaluar cómo evoluciona esta relación a lo largo del tiempo.

CONCLUSIONES

La adicción a las redes sociales puede tener efectos perjudiciales, especialmente en lo que se refiere a la insatisfacción corporal. Estas plataformas son utilizadas por estudiantes universitarios que buscan la validación y el reconocimiento que no pueden obtener en su entorno inmediato.

- En relación con el objetivo general la relación entre adicción a redes sociales e insatisfacción corporal se encontró una correlación moderada y positiva ($Rho=0,33$, $p<0,001$), lo que sugiere que a medida que aumenta la insatisfacción con el cuerpo, también lo hace el uso de estas plataformas. Esto podría deberse a que los estudiantes buscan en redes sociales la validación que no encuentran en su entorno inmediato. Redes como Facebook e Instagram, al mostrar fotos idealizadas y usar filtros, amplifican la necesidad de aceptación externa y la comparación social, lo que puede agravar la insatisfacción corporal. Este patrón puede generar un círculo vicioso en el que la búsqueda de validación en redes sociales expone a las personas a estándares de belleza inalcanzables, intensificando su insatisfacción con el propio cuerpo.
- Como primer objetivo específico los niveles de adicción a redes sociales e insatisfacción corporal se vio una fracción considerable de los estudiantes universitarios presenta niveles medios-altos de adicción a las redes sociales. En concreto, el 34 % de los sujetos desarrolló un nivel alto, lo que indica un uso compulsivo e incontrolable de estas plataformas. Comportamientos como la necesidad incesante de estar conectado, la incapacidad de establecer límites de tiempo y el uso principal de las redes sociales para comunicarse y divertirse son ejemplos de cómo se presenta esta adicción. Por el otro lado, el segundo objetivo específico busco el nivel de insatisfacción corporal en los alumnos de psicología, resultando preocupante que el 67,7 % de los sujetos expresen un

nivel alto de insatisfacción corporal. Este alto grado de insatisfacción corporal indica que una mayoría considerable de estudiantes no están contentos con su aspecto.

- Como tercer, cuarto y quinto objetivo específicos se tomaron en cuenta las dimensiones de la adicción a las redes sociales:
 - **Obsesión por las redes sociales:** Esta dimensión se refiere al compromiso mental excesivo con las redes sociales, la población que pasa gran parte de su tiempo pensando en las redes sociales, incluso cuando no están usándolas, tienden a mostrar una relación con la insatisfacción corporal. La obsesión puede llevar a una mayor exposición a contenidos que promueven ideales corporales poco realistas, intensificando los sentimientos de insuficiencia personal.
 - **Falta de control personal:** Esta dimensión se centra en la incapacidad de los usuarios para reducir su tiempo en redes sociales, afectando negativamente su vida diaria. Se mostro que los estudiantes universitarios que no pueden controlar su uso de redes sociales tienden a experimentar mayores niveles de insatisfacción, ya que el uso prolongado de estas plataformas puede aumentar la exposición a imágenes y mensajes que refuerzan la percepción negativa de uno mismo.
 - **Uso excesivo de las redes sociales:** Se refiere a la cantidad de tiempo invertido en estas plataformas. Los estudiantes que usan excesivamente las redes sociales muestran una correlación moderada con la insatisfacción corporal, sugiriendo que el tiempo prolongado en estas plataformas puede incrementar los sentimientos de insatisfacción debido a la constante comparación con los estándares de belleza promovidos en línea.

Este estudio destaca la necesidad de intervenciones que fomenten un uso más saludable de estas plataformas entre los jóvenes universitarios. Aunque el diseño transversal del estudio limita la capacidad de establecer relaciones causales, futuras

investigaciones podrían explorar esta relación en mayor profundidad y considerar otros factores mediadores.

En síntesis, se reafirma la existencia de una correlación positiva entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología. Los hallazgos resaltan la urgencia de implementar programas educativos que fomenten un uso equilibrado de las plataformas digitales. Además, el estudio proporciona evidencia sólida sobre el impacto del uso excesivo de redes en la percepción corporal negativa de los jóvenes, lo cual puede ser fundamental para diseñar intervenciones orientadas a la salud mental. Por tanto, se confirma la hipótesis principal que establece una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal, así como la aceptación de las hipótesis específicas propuestas.

RECOMENDACIONES

La adicción a las redes sociales está asociada con una percepción negativa del propio cuerpo, lo que resalta la importancia de incluir la imagen corporal en intervenciones de bienestar psicológico y uso responsable de redes sociales. Además, aunque las redes sociales ofrecen nuevas formas de expresión personal, también pueden generar presión para adoptar personalidades en línea y preocupaciones sobre privacidad y autenticidad y no solo se trata de corregir los problemas identificados en los resultados sino también de animar a los estudiantes a adoptar hábitos saludables que favorezcan su bienestar general. Se prevé que tenga un efecto beneficioso y duradero en la percepción que los jóvenes universitarios por lo que se realizan las siguientes recomendaciones:

- **Metodológicas:** Se aconseja que en futuras investigaciones se investiguen diversas técnicas metodológicas que puedan ofrecer una comprensión más exhaustiva de la conexión entre ambas variables. En particular, el análisis fenomenológico, los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad son ejemplos de enfoques cualitativos que pueden utilizarse para recabar información exhaustiva sobre las experiencias y perspectivas individuales de los estudiantes. Al captar los matices de cómo las redes sociales afectan a la percepción que las personas tienen de sí mismas y de su salud emocional, estas técnicas podrían proporcionar una comprensión más específica y matizada que complementaría los hallazgos cuantitativos. Además, para seguir los cambios en la actividad de las redes sociales y la percepción corporal a lo largo del tiempo y establecer vínculos causales más definidos, deberían realizarse estudios longitudinales.
- **Académicas:** La investigación sobre cómo afectan las redes sociales a la percepción que tienen los jóvenes de su cuerpo y su salud mental no debe detenerse. Las

instituciones educativas deben hacer hincapié en la importancia de este tema, porque tiene una gran influencia en la salud social y psicológica de los estudiantes. Las investigaciones posteriores deben centrarse no solo en las consecuencias adversas, sino también en las posibles ventajas de las plataformas de medios sociales cuando se emplean de forma sensata y proporcionada. También se aconseja investigar intervenciones educativas que puedan utilizarse en entornos académicos. Se puede obtener una comprensión más completa del fenómeno mediante investigaciones interdisciplinarias que incorporen la sociología, la psicología y la comunicación.

- **Prácticas:** Se aconseja que las universidades y otras instituciones educativas creen iniciativas instructivas y de apoyo para abordar la buena imagen corporal de los estudiantes y fomentar un uso saludable de los medios sociales. En estos programas podrían incluirse talleres de alfabetización informática, métodos de gestión del tiempo y métodos para fomentar una imagen positiva de uno mismo. Además, para concienciar a los estudiantes de los posibles inconvenientes y fomentar mejores hábitos, sería útil realizar campañas de sensibilización sobre los peligros del uso excesivo de las redes sociales. Incorporar servicios de apoyo psicológico que ofrezcan asesoramiento específico sobre la gestión del estrés y la ansiedad e insatisfacción relacionados con la imagen corporal.

REFERENCIAS

- Aguilar, A. (2023). *Uso de redes sociales y percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios de la Provincia de Chiclayo* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional de la USS.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/11992>.
- Alarcón, G. y Salas-Blas, E. (2022). Adicción a Redes Sociales e Inteligencia Emocional en estudiantes de educación superior técnica. *Health and Addictions / Salud y Drogas*, 22(1), 152-166. doi: 10.21134/haaj.v22i1.640
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). American Psychiatric Publishing.
- Aslan, H. & Tolan, Ö. (2022). Social Appearance Anxiety, Automatic Thoughts, Psychological Well-Being and Social Media Addiction in University Students. *International Education Studies*, 15(1), 47-62.
- Aucancela-Buri, F., Heredia-León, D., Ávila-Mediavilla, C. y Bravo-Navarro, W. (2020). La actividad física en estudiantes universitarios antes y durante la pandemia COVID-19. *Polo del Conocimiento*, 5(11), 11.
<https://doi.org/10.23857/pc.v5i11.1916>
- Ávila, M. (2023). Construcciones de género y factores subyacentes al uso adictivo al Internet en universitarios de Nuevo León, México. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(26).
- Blas, E., Ipince, C. y Medina, E. (2022). Adicción a las redes sociales y soledad en estudiantes universitarios limeños. *Información psicológica*, (123), 2-14.
- Baños, J. y Aguilar, K. (2020). *Body Shape Questionnaire (BSQ): Estructura factorial y fiabilidad en universitarios peruanos*.
<https://doi.org/10.33539/avpsicol.2020.v28n2.2254>

- Barnes, M., Abhyankar, P., Dimova, E., & Best, C. (2020). Associations between body dissatisfaction and self-reported anxiety and depression in otherwise healthy men: A systematic review and meta-analysis. *PloS one*, 15(2).
- Barrera, C. (2020). *Estado del arte: el concepto de imagen corporal y sus afecciones en la psicología clínica*.
- Blasco, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? *Tarbiya, Revista de Investigación e Innovación Educativa*, (49). <https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007>
- Delgado-Rodríguez, R., Linares, R. y Moreno-Padilla, M. (2022). Social network addiction symptoms and body dissatisfaction in young women: exploring the mediating role of awareness of appearance pressure and internalization of the thin ideal. *Journal of Eating Disorders*, 10(1), 117.
- Dessal, G. (2020). Inconsciente 3.0: Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros. Xoroi Edicions.
- Dulic Battistesa, N. Y. (2023). Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires.
- Escurre, Y. (2023). *Imagen corporal y adicción a redes sociales en estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Pedro Gálvez Egúsqiza, Lima-2022* [Tesis de pregrado, Universidad Norbert Wiener]. <https://repositorio.uwiener.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b21fd872-e3b8-4fae-94cc-ca442afa83bb/content>
- Escurre, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 20(1), 73-91.
- Fernández, L. (2022). *Influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo del TCA y el uso de Instagram*.

<https://titula.universidadeuropea.es/bitstream/handle/20.500.12880/1342/laurafernandezo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Filippone, L., Shankland, R., & Hallez, Q. (2022). The relationships between social media exposure, food craving, cognitive impulsivity and cognitive restraint. *J Eat Disord* 10, 184. <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00698-4>

García-Moscoso, C. (2020). *Imagen corporal, Trastornos de la Conducta Alimentaria*

(TCA) y Terapia de Aceptación y Compromiso (ACT).

https://crea.ujaen.es/bitstream/10953.1/10624/1/Garca_Moscoso_CarmendelConsuelo_TFG_Psicologa.pdf

Gentina, E., & Delecluse, M. E. (2018). *Génération Z: Des Z consommateurs aux Z collaborateurs*. Dunod.

Girón, J., & Pari, J. (2021). *Insatisfacción corporal y uso de redes sociales asociados a la dismorfia muscular en estudiantes universitarios* [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio Institucional de la Universidad Continental.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9217/4/IV_FCS_502_TE_Giron_Pari_2021.pdf

Gómez-Paniagua, S., Polo-Campos, I., Galán-Arroyo, C. y Rojo-Ramos, J. (2023). Imagen corporal en universitarios extremeños de la Facultad de Educación tras la COVID-19 (Body image in university students from Extremadura of the Faculty of Education after COVID-19). *Retos*, 50, 69-78.

Herencia, C. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista española de comunicación en salud*, 171-185.

Hernández, M., Mateo, C., García, A., Fernández, A., Mejía, A. y Sánchez-Cabrero, R.

(2019). *El derecho al olvido digital y la imagen corporal virtual en adolescentes y*

- jóvenes. In *Intervención e investigación en contextos clínicos y de la salud: volumen I*. Asociación Universitaria de Educación y Psicología (ASUNIVEP).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Hilario, L. y Macedo, A. (2022). *Propiedades psicométricas del cuestionario imagen evaluación de la insatisfacción con la imagen corporal en universitarios Huaraz 2022* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.
- https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103740/Hilario_VLC-Macedo_LAP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). *Aumentó la población usuaria de Internet en todos los grupos de edad en el primer trimestre de 2024*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/980106-aumento-la-poblacion-usuaria-de-internet-en-todos-los-grupos-de-edad-en-el-primer-trimestre-de-2024>
- Jiménez, V. y Sedano, E. (2022). *Dependencia a las redes sociales y la imagen corporal en estudiantes de la carrera de Psicología de una universidad privada de Los Olivos, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte].
- <https://hdl.handle.net/11537/31310>
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2880.
- Kish, L. (1995). *Survey Sampling*. John Wiley, & Sons.

- Linares, G. y Figueroa, S. (2023). *Relación entre la Adicción a Redes Sociales con la Autoestima y la Insatisfacción Corporal en Estudiantes de la Universidad Ricardo Palma* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional de la URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3defbc97-d198-41bb-98ce-f2a58f2431d4/content>
- Liu, Q., Sun, J., Li, Q., & Zhou, Z. (2020). Body dissatisfaction and smartphone addiction among Chinese adolescents: A moderated mediation model. *Children and Youth Services Review*, 108.
- Lugo, K. (2020). *Relación del uso de redes sociales, adicción a internet, imagen corporal y riesgo de trastorno de conducta alimentaria en adolescentes de la frontera Noroeste de México* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Baja California]. Repositorio Institucional de la UABC. <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/server/api/core/bitstreams/0f692f16-d2e7-4be9-9fd4-9b96b4e524be/content>
- Marqués, M., Paxton, S., McLean, S., Jarman, H., & Sibley, C. (2022). A prospective examination of relationships between social media use and body dissatisfaction in a representative sample of adults. *Body Image*, 40, 1-11.
- Montoya, K. (2021). *Asociación entre insatisfacción corporal y el uso de las redes sociales en universitarias* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Baja California]. Repositorio Institucional de la UABC. <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/entities/publication/3c99548e-7308-4160-bb99-4baa27644159>
- Muñoz, M. y Gómez, J. (2023). Efecto de la exposición a fotos editadas de Instagram en la imagen corporal: una replicación sistemática en jóvenes universitarias

españolas. *Análisis y Modificación de Conducta*, 49(179).

<https://doi.org/10.33776/amc.v49i179.7577>

Nápoles, N., Blanco, H. y Jurado, P. (2022). *La autoeficacia y su influencia en la insatisfacción de la imagen corporal: revisión sistemática*.

<https://psicologiaysalud.uv.mx/index.php/psicysalud/article/view/2711>

Ngemba, M. (2023). *Pandemia, redes sociales y personas influyentes: implicaciones para la salud mental de las adolescentes*.

Padín, P., González-Rodríguez, R., Verde-Diego, C. y Vázquez-Pérez, R. (2021). Social media and eating disorder psychopathology: A systematic review.

Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 15(3),

<https://doi.org/10.5817/CP2021-3-6>

Papalia, D. (2012). *Desarrollo Humano* (12ª ed.). McGraw-Hill.

Ponce, C. (2020). *Abuso de las redes sociales en jóvenes españoles y su relación con la imagen corporal, la autoestima y la satisfacción vital*. [Tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/55204>.

Polar, S., & Varescon, I. (2022). *Utilisation problématique d'Instagram, orientation à la comparaison sociale, estime de soi physique et sociale: étude exploratoire*. *Psychologie Française*.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0033298422000504>

Quispe, C. (2023). *Influencia de los modelos estéticos corporales en la percepción de la imagen corporal de estudiantes mujeres de primer año de secundaria de la Institución Educativa Eduardo Francisco Forga, Arequipa, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional de la

- UCSM. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/cf2ee07b-0b6a-4837-ad9f-fe8c3d859c22/content>
- Rincón Barreto, D. M., Suárez Martínez, C., Mesa Benítez, S., López Botero, J. D., Orozco Martínez, A. C., Marín Hoyos, J. D., ... & Navarrete, M. C. (2019). Percepción de la Imagen corporal en universitarios de la Ciudad de Medellín.
- Ripalda, J. (2022). *Adicción a redes sociales y su relación con la imagen corporal en adolescentes* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional de la UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/57129346-2a44-482d-b62f-b9fdbdaa9ac4>
- Romo del Olmo, M. (2020). *Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes. Un proyecto de prevención*. <https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/23419/Romo%20del%20Olmo%2c%20M.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Salas, A., Gutiérrez, A., & Vernetta, M. (2022). Insatisfacción corporal y trastornos de conducta alimentaria en gimnastas. 577-585. Federación Española de Asociaciones de Docentes de Educación Física
- Saud, D., Alhaddab, S., Alhajri, S., Alharbi, N., Aljohar, S. y Mortada, E. (2019). The Association Between Body Image, Body Mass Index and Social Media Addiction Among Female Students at a Saudi Arabia Public University. *Malaysian Journal of Medicine & Health Sciences*, 15(1).
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.
- Tineo, L. (2022). *Impacto de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes, Lima-2020* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Cayetano Heredia].

Repositorio Institucional de la UPCH.

<https://repositorio.upch.edu.pe/handle/20.500.12866/11566>).

Torres, S. (2021). *Propiedades psicométricas del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) en estudiantes de nivel secundario de Lima norte, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70513/Torres_LS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valdez, A. (2018). *Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Nivel Secundario de una Institución Privada* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santa María]. Repositorio Institucional de la UCSM.

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1aedcf64-e5bd-4a15-9da4-cfaf2e947439/content>

Young, K. (2005). Clasificación de los subtipos, consecuencias y causas de la adicción a internet. *Psicología Conductual*, 13(3), 463-480

Young, K. S., & De Abreu, C. N. (Eds.). (2010). *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*. John Wiley & Sons.

Yupanqui, E. (2020). *Uso problemático de las redes sociales virtuales y autoestima en jóvenes de una universidad privada de Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional de la USIL.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/33ac4c2b-cdb7-4a78-bbe1-5e1e44964834/content>

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Relación de adicción a Redes Sociales e Insatisfacción Corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023				
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Diseño metodológico
Problema general ¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	Objetivo general Determinar la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.	Hipótesis general Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las Redes Sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023. Hipótesis específicas	Variable 1 Adicción a Redes Sociales Variable 2 Insatisfacción Corporal	Tipo Cuantitativo Nivel Descriptivo Diseño Transversal
			Técnicas e instrumento	Población y muestra

Problemas específicos ¿Cuál es el nivel de la adicción a redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023? ¿Cuál será el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	Objetivos específicos Identificar el nivel de adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023 Reconocer el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	Existe un nivel alto en la adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023 El nivel de insatisfacción con la imagen corporal es moderado en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023 La dimensión obsesión a redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel medio significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	Técnica Cuestionario Instrumento Cuestionario de la Insatisfacción con la Imagen Corporal (IMAGEN) Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) Descriptiva Tablas de frecuencia y de correlación de Spearman	Población La población estuvo conformada por 300 estudiantes de psicología entre 18 y 25 años de ambos sexos de una universidad privada de Arequipa. Muestra Tipo de muestreo no probabilístico por cuotas. 305 personas.
--	---	--	--	---

¿Cuál es la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	Determinar la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	La dimensión falta de control en redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	
¿Cuál es la relación entre la dimensión falta de control personal en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad	Determinar la relación entre la dimensión falta de control personal en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una	La dimensión uso excesivo a redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	

privada de Arequipa, 2023? ¿Cuál es la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	universidad privada de Arequipa, 2023 Determinar la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023		
--	--	--	--

Huancayo, 30 de marzo del 2023

OFICIO N°0167-2023-CIEI-UC

Investigadores:

ALEJANDRA DANIELA VALENCIA ARCE
JIMENA SOTO CASIS

Presente

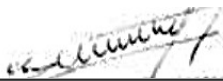
Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para saludarles cordialmente y a la vez manifestarles que el estudio de investigación titulado: **RELACIÓN ENTRE ADICCIÓN A REDES SOCIALES E INSATISFACCIÓN CORPORAL EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA, 2023.**

Ha sido **APROBADO** por el Comité Institucional de Ética en Investigación, bajo las siguientes precisiones:

- El Comité puede en cualquier momento de la ejecución del estudio solicitar información y confirmar el cumplimiento de las normas éticas.
- El Comité puede solicitar el informe final para revisión final.

Aprovechamos la oportunidad para renovar los sentimientos de nuestra consideración y estima personal.

Atentamente,




Walter Calderón Gerstein
 Presidente del Comité de Ética
 Universidad Continental

C.c. Archivo.

Arequipa
 Av. Los Incas S/N,
 José Luis Bustamante y Rivero
 (054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
 (054) 412 030

Huancayo
 Av. San Carlos 1980
 (064) 481 430

Cusco
 Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo
 (084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,
 carretera San Jerónimo - Saylla
 (084) 480 070

Lima
 Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos
 (01) 213 2760

Jr. Junín 355, Miraflores
 (01) 213 2760

ANEXO 3.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

En el siguiente consentimiento presentado por nuestra persona, Alejandra Valencia y Jimena Soto, bachilleres en Psicología, tiene como objetivo pedir su apoyo en la realización de la investigación “Relación de las Redes Sociales y la Insatisfacción Corporal en jóvenes de la ciudad de Arequipa”, con el fin de estudiar la relación que existe entre las redes sociales que frecuentamos con la insatisfacción corporal que se puede presentar.

La evaluación se realizará a través de dos cuestionarios, donde usted tendrá que responder con la mayor honestidad posible, tomándose el tiempo necesario para responder dentro de los parámetros establecidos.

Se guardará su información mediante el uso de Google Docs Forms con sus iniciales. Tras analizar los datos, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de los participantes. Su participación en la investigación es completamente voluntaria, cualquier consulta no dude en comunicarse.

Si usted decide participar en esta investigación, es necesario seleccionar una de las opciones mostradas.:

- SI, ACEPTO.
- NO, ACEPTO.

Doy mi consentimiento para participar en el estudio y autorizo que mi información se utilice en este.

" AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO "

Arequipa, 17 de febrero del
2023

SEÑORITAS:

**VALENCIA ARCE, ALEJANDRA
DANIELA SOTO CASIS, JIMENA**

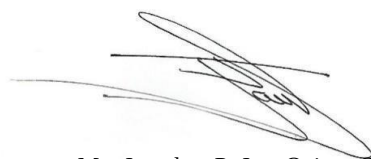
De mi especial consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes con la finalidad de hacerles llegar un cordial saludo, acorde a su solicitud para realizar la investigación de su tesis y verificando la conformidad por parte de su asesora la Mg. María Laura Herrera Falcón respecto a su proyecto de Investigación titulado **“RELACIÓN ENTRE LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y LA INSATISFACCIÓN CORPORAL EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA, 2023”**.

En virtud de lo mencionado se **AUTORIZA** aplicar la investigación en la EAP de Psicología filial Arequipa, y en mérito a lo manifestado se le brindará las facilidades del caso para que puedan recabar la información que se necesita con los lineamientos éticos correspondientes.

Se comunica mediante la presente para conocimiento y fines correspondientes.

Atentamente,



Mg. Jonathan P. Jara Quispe Coordinador
EAP de Psicología Universidad Continental –
Filial Arequipa

Arequipa
Av. Los Incas S/N,
José Luis Bustamante y Rivero
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
(054) 412 030

Huancayo
Av. San Carlos 1980
(064) 481 430

Cusco
Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,
carretera San Jerónimo - Saylla
(084) 480 070

Lima
Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos
(01) 213 2760

Jr. Junín 355, Miraflores
(01) 213 2760

ANEXO 5. Cuestionario de la Insatisfacción con la Imagen Corporal (IMAGEN)

IMAGEN INSTRUCCIONES

A continuación, se presentan una serie de frases que hacen referencia a determinados pensamientos, emociones o comportamientos asociados a tu figura. Se trata de que señales con qué frecuencia se den en ti de acuerdo a la siguiente escala:

CASI NUNCA O NUNCA	POCAS VECES	Unas veces sí y otras no	Muchas veces	Casi siempre o siempre
0	1	2	3	4

Observa el siguiente ejemplo:

¿Con qué frecuencia tienes el siguiente pensamiento?		
0	No quiero ser una persona gorda	0 1 2 3 4



En el ejemplo, la persona ha contestado 2, lo que quiere decir que a veces tiene el pensamiento de no querer ser una persona gorda.

Cuando respondas a las preguntas trata de hacerlo de la forma más sincera que puedas. Recuerda que **tus respuestas son confidenciales** y **que no**

hay contestaciones buenas ni malas, sencillamente sigue tu criterio personal.

CASI NUNCA O NUNCA	POCAS VECES	Unas veces sí y otras no	Muchas veces	Casi siempre o siempre
0	1	2	3	4

**¿CON QUÉ FRECUENCIA TIENES LOS
SIGUIENTES
PENSAMIENTOS Y
EMOCIONES?**

1	Debería ponerme a dieta.	0 1 2 3 4
2	Tendría que hacer ejercicio para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3	Es absolutamente necesario que esta delgada o delgado.	0 1 2 3 4
4	Estoy insatisfecha(o) con mi figura corporal.	0 1 2 3 4
5	Si hiciera ejercicio conseguiría disminuir mi peso.	0 1 2 3 4

6	Me da miedo conocer mi peso.	0 1 2 3 4
7	Admiro a las personas o modelos capaces de mantener una figura delgada.	0 1 2 3 4
8	Me pongo triste cuando pienso en mi figura.	0 1 2 3 4
9	Me irrito cuando pienso en mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
10	Me molesto cuando mi familia me indica algo sobre mi figura.	0 1 2 3 4
11	Me siento inferior cuando alguien halaga la figura de otras personas.	0 1 2 3 4
12	Me siento gorda o gordo cuando gano algo de peso.	0 1 2 3 4
13	Si engordase no lo soportaría.	0 1 2 3 4
14	Tengo miedo a perder el control sobre mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
15	Tengo miedo a engordar.	0 1 2 3 4
16	Cuando como, tengo miedo a perder el control.	0 1 2 3 4
17	Imagino que si fuese una persona delgada estaría segura de mí.	0 1 2 3 4

18	Tengo miedo a tener celulitis.	0 1 2 3 4
19	Me influyen de forma negativa los comentarios sobre mi cuerpo.	0 1 2 3 4
20	Recuerdo de forma negativa las burlas sobre mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
21	Pienso que me estoy poniendo gorda o gordo.	0 1 2 3 4

**¿CON QUE FRECUENCIA TIENES LAS SIGUIENTES
IDEAS?**

2 2	Mi estómago impide que me vea los pies.	0 1 2 3 4
2 3	Mis brazos son gordos.	0 1 2 3 4
2 4	Tengo las mejillas caídas.	0 1 2 3 4
2 5	Mi pecho esta flácido y caído.	0 1 2 3 4
2 6	El roce entre mis piernas me impide andar bien.	0 1 2 3 4

2 7	Ocupo demasiado espacio en las sillas.	0 1 2 3 4
2 8	Las dimensiones de mi cuerpo me impiden llevar una vida normal.	0 1 2 3 4
2 9	Las dimensiones de mi estómago me hacen parecer una foca.	0 1 2 3 4
3 0	Los rollitos que me salen por la espalda me hacen recordar a las salchichas.	0 1 2 3 4
3 1	Las facciones de mi cara están deformes debido a mi peso.	0 1 2 3 4

**¿CON QUE FRECUENCIA REALIZAS LOS SIGUIENTES
COMPORTAMIENTOS?**

3 2	Me provoco el vómito para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3 3	Utilizo laxantes, diuréticos y otras pastillas para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3 4	Vomito después de las comidas.	0 1 2 3 4

3 5	Cuento las calorías como si fuese una calculadora.	0 1 2 3 4
3 6	Intento permanecer de pie para perder peso.	0 1 2 3 4
3 7	Arrojo la comida para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3 8	Escondo comida porque quiero controlar mi peso.	0 1 2 3 4

ANEXO 6. Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las Redes Sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existen respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

N° ITE M	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					

7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					

17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

ANEXO 9. Informe TURNITIN

“Relación entre adicción a Redes Sociales e Insatisfacción Corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023”

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	19%	12%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	8%
2	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Peruana Cayetano Heredia Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	1%
7	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.ucss.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1 %
10	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad Autonoma del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
12	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
13	Jenny Marlene Maldonado Castro, Nuvia Aurora Zambrano Barros, Keyla Ludwika Mancilla Patiño. "Estereotipos de belleza en redes sociales: impacto en la autoestima femenina", Religación, 2024 Publicación	<1 %
14	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	Stephany Bajaña Marí, Ana María García. "Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos relacionados	<1 %

con la alimentación en España: una revisión sistemática", Atención Primaria, 2023

Publicación

19	www.repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal Trabajo del estudiante	<1 %
22	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
23	repositorio.umb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	Mônica Macedo-Rouet, Ladislao Salmerón, Christine Ros, Ana Pérez, Marc Stadtler, Jean-François Rouet. "Are frequent users of social network sites good information evaluators? An investigation of adolescents' sourcing abilities (¿Son los usuarios frecuentes de las redes sociales evaluadores competentes? Un estudio de las habilidades de los adolescentes para identificar, evaluar y hacer uso de las fuentes)", Journal for the Study of Education and Development, 2019 Publicación	<1 %

25	Submitted to UNIBA Trabajo del estudiante	<1 %
26	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	Rebeca González Carrascosa. "APLICACIONES DE HERRAMIENTAS BASADAS EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) A LA NUTRICIÓN COMUNITARIA.", Universitat Politecnica de Valencia, 2014 Publicación	<1 %
28	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
29	"Information Technology and Systems", Springer Science and Business Media LLC, 2024 Publicación	<1 %
30	Submitted to Universidad Peruana Los Andes Trabajo del estudiante	<1 %
31	Dennis Marcelo Solis Gaibor, Alba del Pilar Vargas. "Insatisfaccion Corporal y Riesgo de trastorno de conducta alimentaria", Salud ConCiencia, 2024 Publicación	<1 %

32 Karina Sugeyl Venegas-Ayala, Mónica Teresa González-Ramírez. "Influencias sociales en un modelo de insatisfacción corporal, preocupación por el peso y malestar corporal en mujeres mexicanas", Acta Colombiana de Psicología, 2020 $<1\%$

Publicación

33 repositorio.upn.edu.pe $<1\%$

Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo

INFORME DE CONFORMIDAD DE ORIGINALIDAD DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A : Decana de la Facultad de Humanidades
DE : Julia Rita Alemán Mansilla
 Asesor de trabajo de investigación
ASUNTO : Remito resultado de evaluación de originalidad de trabajo de investigación
FECHA : 1 de Marzo de 2025

Con sumo agrado me dirijo a vuestro despacho para informar que, en mi condición de asesor del trabajo de investigación:

Título:

Relación entre Adicción a Redes Sociales e Insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023

Autores:

1. JIMENA SOTO CASIS – EAP. Psicología
2. ALEJANDRA DANIELA VALENCIA ARCE – EAP. Psicología

Se procedió con la carga del documento a la plataforma "Turnitin" y se realizó la verificación completa de las coincidencias resaltadas por el software dando por resultado 19 % de similitud sin encontrarse hallazgos relacionados a plagio. Se utilizaron los siguientes filtros:

- Filtro de exclusión de bibliografía SI ☒ NO ☐
- Filtro de exclusión de grupos de palabras menores SI ☒ NO ☐
 N° de palabras excluidas (en caso de elegir "SI"): 15
- Exclusión de fuente por trabajo anterior del mismo estudiante SI ☐ NO ☒

En consecuencia, se determina que el trabajo de investigación constituye un documento original al presentar similitud de otros autores (citas) por debajo del porcentaje establecido por la Universidad Continental.

Recae toda responsabilidad del contenido del trabajo de investigación sobre el autor y asesor, en concordancia a los principios expresados en el Reglamento del Registro Nacional de Trabajos conducentes a Grados y Títulos – RENATI y en la normativa de la Universidad Continental.

Atentamente,

La firma del asesor obra en el archivo original
 (No se muestra en este documento por estar expuesto a publicación)

RESUMEN

La presente tesis examina la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada en Arequipa durante el año 2023. El tema adquiere relevancia dado el impacto considerable que las plataformas digitales ejercen sobre la vida de los jóvenes, especialmente en lo que concierne a su bienestar mental y autopercepción física. Así, esta investigación busca arrojar luz sobre estos efectos y contribuir al desarrollo de estrategias de intervención y apoyo para los jóvenes universitarios. El estudio emplea una metodología cuantitativa, con un diseño descriptivo-correlacional. La población de estudio consistió en 400 estudiantes de psicología, de los cuales se seleccionó una muestra representativa de 300 individuos mediante un muestreo no probabilístico por cuotas. Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron el *Cuestionario de Insatisfacción con la Imagen Corporal* y el *Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales*. Los resultados indican una correlación moderada y positiva entre la insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales ($Rho=0,33$, $p<0,001$). Se encontró que la mayoría de los estudiantes presentan niveles medios a altos de adicción a las redes sociales, con un 34 % alcanzando un nivel alto. Además, el 67,7 % de los participantes mostró un nivel alto de insatisfacción corporal. Las dimensiones de *obsesión*, *falta de control personal* y *uso excesivo de redes sociales* mostraron toda una correlación significativa con la insatisfacción corporal.

Palabras clave: adicción a redes sociales, insatisfacción corporal, estudiantes universitarios, salud mental, redes sociales, imagen corporal

ABSTRACT

The present thesis examines the relationship between social media addiction and body dissatisfaction among psychology students at a private university in Arequipa during the year 2023. This topic is of great relevance due to the significant impact social media has on the lives of young people, particularly in aspects related to their mental health and body image perception. Thus, this research aims to shed light on these effects and contribute to the development of intervention and support strategies for university students. The study employs a quantitative methodology, using a descriptive-correlational design. The study population consisted of 400 psychology students, from which a representative sample of 300 individuals was selected through non-probabilistic quota sampling. The instruments used for data collection were the *Body Image Dissatisfaction Questionnaire* and the *Social Media Addiction Questionnaire*. The results indicate a moderate and positive correlation between body dissatisfaction and excessive use of social media ($Rho=0,33$, $p<0,001$). It was found that the majority of students present medium to high levels of social media addiction, with 34 % reaching a high level. Additionally, 67,7 % of the participants showed a high level of body dissatisfaction. The dimensions of *obsession*, *lack of personal control*, and *excessive use of social media* all showed significant correlations with body dissatisfaction.

Keywords: social media addiction, body dissatisfaction, university students, mental health, social media, body image

ÍNDICE

PORTADA	i
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTOS	v
RESUMEN	vi
ABSTRACT	vii
ÍNDICE	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xi
INTRODUCCIÓN	xii
CAPÍTULO I. PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO	14
1.1 Planteamiento y formulación del problema	14
1.2 Formulación del problema	19
1.2.1 Problema general	19
1.2.2 Problemas específicos	19
1.3 Objetivos	20
1.3.1 Objetivo general	20
1.3.2 Objetivos específicos	20
1.4 Justificación	21
1.4.1 Justificación teórica	21
1.4.2 Justificación metodológica	22
1.4.3 Justificación práctica	22
CAPÍTULO II. MARCO TEÓRICO	25
2.1 Antecedentes del problema	25
2.1.1 Antecedentes internacionales	25

2.1.2	Antecedentes nacionales	29
2.1.3	Antecedentes regionales	32
2.2	Bases teóricas	33
2.2.1	Redes sociales	33
2.2.2	Adicción a redes sociales	34
2.2.3	Imagen corporal.....	36
2.2.4	Insatisfacción corporal.....	37
2.2.5	Definiciones teóricas	39
2.2.6	Relación entre variables.....	40
CAPÍTULO III. HIPÓTESIS Y VARIABLES		41
3.1	Hipótesis	41
3.1.1	Hipótesis general	41
3.1.2	Hipótesis específicas	41
3.2	Operacionalización de variables.....	42
CAPÍTULO IV. DISEÑO METODOLÓGICO		44
4.1	Métodos, tipo y nivel de la investigación	44
4.1.1	Método de la investigación	44
4.1.2	Tipo de la investigación.....	44
4.2	Diseño de la investigación	44
4.3	Población y muestra.....	45
4.3.1	Criterios de inclusión.....	45
4.3.2	Criterios de exclusión	46
4.4	Técnicas de recolección y análisis de información	46
4.4.1	Instrumentos.....	47
4.5	Consideraciones éticas.....	49

CAPÍTULO V. RESULTADOS.....	50
5.1 Participantes	50
5.2 Resultados	52
5.3 Discusión.....	58
CONCLUSIONES	66
RECOMENDACIONES	69
REFERENCIAS	71
ANEXOS.....	79

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1.	Matriz de operacionalización de la variable Redes Sociales	42
Tabla 2.	Matriz de operacionalización de la variable Insatisfacción con la imagen corporal	43
Tabla 3.	Frecuencias y porcentajes de la edad de los participantes	50
Tabla 4.	Lugares desde donde se conectan a redes sociales	50
Tabla 5.	Frecuencias y porcentajes de uso de redes sociales y uso de datos verdaderos en sus cuentas de redes sociales.....	51
Tabla 6.	Estadísticos descriptivos y prueba de normalidad de las escalas y dimensiones totales de la Insatisfacción Corporal y Adicción a las Redes de los estudiantes universitarios	52
Tabla 7.	Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios	54
Tabla 8.	Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la Insatisfacción corporal de los estudiantes universitarios.....	55
Tabla 9.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la obsesión por las redes sociales de los estudiantes universitarios.....	56
Tabla 10.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la falta de control personal en las redes sociales de los estudiantes universitarios	56
Tabla 11.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales de los estudiantes universitarios.....	57
Tabla 12.	Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios	57

INTRODUCCIÓN

Actualmente, las redes sociales han emergido como plataformas *omnipresentes* que moldean significativamente las interacciones sociales y autopercepción, especialmente entre los jóvenes y estudiantes universitarios. La influencia de estas plataformas va más allá de simples herramientas de comunicación; han transformado la manera en que las personas construyen y gestionan su identidad en línea, afectando aspectos críticos como la imagen corporal y la salud mental.

Se ha documentado cómo el uso frecuente y la participación activa en redes sociales están asociados con una serie de consecuencias psicológicas y emocionales. Por ejemplo, investigaciones recientes han destacado el nexo entre la adicción a las redes sociales y la percepción distorsionada de la imagen corporal (Delgado-Rodríguez et al., 2022). Estos estudios han demostrado que la exhibición constante de imágenes idealizadas en plataformas como Instagram y Facebook puede fomentar sentimientos de insatisfacción corporal y provocar la internalización de ideales de delgadez (Jiotsa et al., 2021; Filippone et al., 2022).

Además, la preocupación por la apariencia y los pensamientos automáticos se relacionan con la adicción a redes, lo que agrava problemas emocionales (Aslan & Tolan, 2022). La capacidad de estas plataformas para intensificar la comparación social y el temor a la exclusión (FOMO) aumenta la vulnerabilidad emocional (Young, 2005). Asimismo, estudios sobre la pandemia de COVID-19 señalan cómo el confinamiento afectó los hábitos de uso de redes y la percepción de la imagen corporal, resaltando la influencia del contexto socioambiental en la salud emocional (Aucancela-Buri et al., 2020).

El presente estudio se estructura en varias secciones que abordan aspectos clave de la investigación. Primero, se expone el planteamiento del problema, junto con los objetivos

y la relevancia del tema. Luego, se revisan los antecedentes teóricos, proporcionando el marco conceptual que explica la relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal. Posteriormente, se presentan las hipótesis y variables.

El diseño metodológico describe el enfoque, tipo de estudio, técnicas de recolección de datos y análisis estadístico. Los resultados ofrecen un análisis claro de los datos obtenidos. En la discusión, se comparan estos resultados con estudios previos, identificando fortalezas y debilidades. Finalmente, las conclusiones sintetizan los aportes del estudio y sugieren futuras líneas de investigación.

El presente estudio se propone explorar la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes universitarios. A través de un enfoque multidimensional, se buscará identificar los mecanismos subyacentes que vinculan el comportamiento en redes sociales con la salud mental y la percepción corporal/insatisfacción de los jóvenes adultos. Este estudio se limita a la población de estudiantes universitarios de psicología en una universidad privada de Arequipa, con edades comprendidas entre los 18 y 25 años. No se extiende a otras poblaciones ni a estudios longitudinales sobre los efectos a largo plazo. Se espera que este análisis contribuya a una comprensión más profunda de los efectos psicosociales de las redes sociales en la población universitaria, proporcionando rutas relevantes para el desarrollo de intervenciones y políticas de salud mental orientadas a promover un uso/control saludable de la tecnología digital. Entre las limitaciones de este estudio se incluyen el uso de un muestreo no probabilístico, lo que podría influir en la generalización de los resultados. Además, la información recolectada se basa en autoinformes, lo que puede estar sujeto a sesgos de respuesta.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL ESTUDIO

1.1 Planteamiento y formulación del problema

Hoy en día, la globalización y la simplicidad de la conexión inmediata ha traído la incorporación de redes sociales en la vida cotidiana en la era digital hiperconectada de cada individuo, logrando así que el contacto no solo sea con familiares y amigos, sino también con personas de otras partes del mundo. Es tan versátil que se puede estar en contacto desde cualquier dispositivo, en cualquier momento del día y lugar en el que uno se encuentre. Se da este acceso desde muy temprana edad por lo que, desde el primer contacto, se logra ingresar a un mundo diferente donde se muestra lo que las autoras consideran “todo lo necesario, lo que se quiere mostrar, lo que se necesita”. Gentina y Delecluse (2018) mencionan que una sociedad digital es aquella en la que el uso de Internet y las redes informáticas, incluidos ordenadores, teléfonos móviles, tabletas y otros aparatos, es fundamental para el funcionamiento diario. Las personas nacidas después de 1996, o Generación Z, fueron las primeras en crecer en una sociedad digital. El uso de los medios digitales ha evolucionado hasta convertirse en una fuente crucial de entretenimiento para esta generación. Ngemba (2023, como se cita en Blasco, 2021) refiere a “la reclusión obligada de la pandemia nos hace topar con una realidad insoslayable: la inmensa mayoría de las personas ha perdido la capacidad de estar en soledad” (p. 102). El rápido desarrollo de estos canales de comunicación señala un importante punto de inflexión en el estilo de vida de los jóvenes. En esta época, las redes sociales en particular son demasiado accesibles en la mayoría de los hogares.

Se considera que el consumo continuo, ya sea dependiente o excesivo, es placentero al principio, pero al perder el control con el tiempo este se ajusta

potencialmente a los criterios (DSM-5, CIE-10) de una adicción, según la Organización Mundial de la Salud (OMS). En las adicciones conductuales es posible observar una activación específica del cerebro donde se incrementan diferentes neurotransmisores que proporcionan un refuerzo positivo a la acción realizada y conducen a la búsqueda de espacios más amplios donde reproducir esa sensación; en cambio, al inhibirse de ello aparecen síntomas de abstinencia (Blas et al., 2022).

Las investigaciones actuales se centran en los resultados de estas fascinantes interacciones sociales en diversos "entornos de realidad". Se ha demostrado que los usuarios habituales se aíslan cada vez más de la realidad y del mundo exterior, lo que se ha observado que acelera la aparición de síntomas de enfermedad mental debido a que hoy en día las redes sociales son las fuentes principales de socialización incluyendo la búsqueda de relaciones amorosas y sexuales, dirigiéndose a todo tipo de individuo sin importar la edad o característica de personalidad y sin duda alguna esto involucra un efecto secundario visible en la sociedad (Dessal, 2020).

En plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram y Tik Tok, por mencionar algunas, hay un flujo incesante de fotografías y otros contenidos cuidadosamente seleccionados. Estas plataformas promueven con frecuencia una noción idealizada de la belleza. La preocupación por la posible relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal aumenta a medida que la gente pasa más tiempo en ellas (Herencia, 2020).

Las plataformas han hecho posible que se glorifique la información errónea provocando que la información que se pretende comunicar pueda estar distorsionada, mejorando su capacidad para propagar engaños deliberados y noticias falsas de todo tipo y esto no es nada nuevo. Desde que existen personas, la información se ha utilizado de una

manera que oculta información, mal informa a las personas incorrectamente y difunde propaganda (Blasco, 2021).

La impresión que originan las redes sociales en la representación propia de cada individuo se ve influenciada por múltiples factores. Entre ellos, cómo los estereotipos en cada sociedad van cambiando en base a los estándares de belleza y lo que se ve como “saludable” inevitablemente lleva a una comparación social, la cual fue propuesta en 1954 por Festinger. Las diversas plataformas en las que los individuos se encuentran “dispuestos, vulnerables, como blanco fácil” de diversas formas motivan al tener una imagen saludable (aquello que incrementa la producción y venta en la industria de la belleza y salud); una figura esbelta, rostro terso, musculatura definida, etc., siendo estos poco realistas o inalcanzables. Esto genera que cada vez el interés por una composición corporal o que comer, como vestir; lo que se corrobora con la aprobación de los cibernautas con *likes* o comentarios. Por otra parte, los individuos tienen una influencia significativa en la forma en que las personas aparecen en público en Internet, ya que la satisfacción corporal parece estar relacionada con la deseabilidad social. Según una encuesta, un porcentaje cada vez mayor de adolescentes modifica sus fotos antes de subirlas a las redes sociales para realzar cómo quieren presentarse ante los demás (Hernández et al., 2019). Las personas que no están contentas con su aspecto suelen tener baja autoestima en la vida real y recurren con frecuencia a las redes sociales en busca de afirmación. Los comentarios positivos de las interacciones en línea con otras personas pueden, a su vez, animar a los jóvenes a utilizar teléfonos inteligentes, aumentando la probabilidad de que se vuelvan adictos a ellos, por lo que es un ciclo vicioso (Liu et al., 2020).

El INEI reportó que el 95,4 % de los jóvenes de 19 a 24 años accedieron a Internet en el primer trimestre de 2024, siendo el grupo con mayor conectividad, seguido de los de

25 a 40 años (91,4 %). El 90,7 % de la población mayor de 6 años usa Internet diariamente, principalmente a través de teléfonos celulares (91,3 %). En Lima Metropolitana, la conexión en hogares alcanza el 77,5 %, mientras que a nivel nacional el 57,6 % de los hogares cuenta con acceso a Internet. La conectividad y el uso frecuente son factores clave que podrían influir en la adicción a redes sociales en jóvenes adultos (Instituto Nacional de Estadística e Informática [INEI], 2024).

Young y De Abreu (2010) también mencionan que los jóvenes universitarios están más propensos a desarrollar una adicción si es que estos tienen malos hábitos de estudio, esto incluyendo una adicción al internet (Ávila, 2023). Los efectos van desde la creación de una persona que es diferente de la verdadera en términos de atributos como la apariencia, el coeficiente intelectual y la destreza social hasta alteraciones a un nivel más profundo como el abandono académico, la desesperación, la pérdida y el reemplazo de los lazos sociales y el acceso a actividades solo para la proscripción (Young, 2005).

De acuerdo con Papalia (2012), la "adulthood emergente" o "adultos jóvenes" se refiere:

A los años comprendidos entre los 18 y los 29 años. El hecho de que ya no sean adolescentes y tampoco hayan hecho la transición a roles adultos completamente hace como una de las razones por las que este tiempo es crucial para la exploración, el reconocimiento de posibilidades y como una forma diferente de percibir y probar diferentes formas de vivir. (p. 421)

Se sabe que el desarrollo de la autoestima se da principalmente en la niñez y adolescencia, siendo la última de mayores cambios. No obstante, se encuentra presente en todas las etapas de la vida; dando a lugar a que pueda ser reconstruida y reforzada a lo largo de todo el tiempo de vida o, sin tener la guía adecuada, puede desestabilizarse con facilidad (Pineda y López, 2001, como se cita en Ponce, 2020). La corteza prefrontal, que

está involucrada en la toma de decisiones, que se desarrolla durante la adolescencia y la edad adulta temprana, hace que los adultos jóvenes sean más propensos a comportamientos impulsivos o adictivos; incluidos los relacionados con las redes sociales (Papalia, 2012). Por lo tanto, es razonable pensar que los adultos jóvenes tienen mayor probabilidad de desarrollar una dependencia hacia las redes sociales. Durante la adultez temprana, la construcción de la identidad está en curso, y muchas personas en esta etapa aún se encuentran explorando y definiendo quiénes son. La presión por ajustarse a los modelos estéticos promovidos en redes sociales puede generar insatisfacción con su imagen corporal, al sentir que no cumplen con dichas expectativas.

Por ese lado, el estilo de vida saludable se ve mediante las diversas publicaciones de comidas saludables, el ejercicio a realizar para llegar a la figura deseada, fotografías de cuerpos “perfectos-ideales”. Uno al encontrarse tan cercano a este tipo de material, genera la propia comparación. Esta comparación puede llevar a presentar satisfacción, visto como ese sentimiento de bienestar frente a algo conseguido; por el contrario, también se podría obtener la insatisfacción por no haber logrado alcanzar ese objetivo esperado. Numerosos marcos teóricos, incluidas las perspectivas socioculturales, con el “modelo de influencia tripartita” como el más prevalente según Thompson et al. (1999), este modelo hace especial hincapié en los factores de riesgo socioculturales, sobre todo en las exigencias impuestas a los individuos para que se adhieran a las normas sociales de apariencia por parte de contextos sociales como las familias obsesionadas con la apariencia, los grupos de iguales y los medios de comunicación y es que la exposición a estos entornos anima a los individuos a interiorizar los ideales de belleza, lo que aumenta la posibilidad de que hagan comparaciones con la apariencia de los demás en situaciones sociales. Esto podría llevar al individuo a tener una mala opinión de su propio aspecto y a sentirse insatisfecho con su cuerpo (Marqués et al., 2022). Aun así, no todo el mundo es susceptible a esta presión

social a pesar de su innegable existencia. Es posible predecir la probabilidad de que una persona sufra un trastorno alimentario observando en qué medida se relaciona con estos ideales de delgadez, concretamente en qué medida los interioriza (Jiotsa et al., 2021). Uno de los factores clave que influyen en la forma en que una persona percibe su físico es la comparación social en combinación con la interiorización de ideales. Ambos procesos juegan un rol fundamental en el surgimiento de la insatisfacción corporal.

Por consiguiente, se ha planteado el siguiente interrogante; ¿Cuál es la relación entre nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

1.2 Formulación del problema

1.2.1 Problema general

¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

1.2.2 Problemas específicos

P_{E1}. ¿Cuál es el nivel de adicción a redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

P_{E2}. ¿Cuál será el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

P_{E3}. ¿Cuál es la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

- P_{E4}. ¿Cuál es la relación entre la dimensión falta de control personal en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?
- P_{E5}. ¿Cuál es la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?

1.3 Objetivos

1.3.1 *Objetivo general*

Determinar la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

1.3.2 *Objetivos específicos*

- O_{E1}. Identificar el nivel de adicción de las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- O_{E2}. Reconocer el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- O_{E3}. Determinar la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- O_{E4}. Determinar la relación entre la dimensión falta de control en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

O_{E5}. Determinar la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

1.4 Justificación

1.4.1 Justificación teórica

Al realizar el análisis bibliográfico correspondiente, se encontró estudios variados sobre la insatisfacción corporal enlazados con el manejo de las redes sociales, como por ejemplo el análisis dado por Fernández (2022), o el de Yupanqui (2020) en donde muestra la repercusión negativa de las redes sociales que de alguna manera tiene una tendencia a modificar la perspectiva que tienen las personas sobre no sólo su cuerpo si no también su mentalidad, por ello esta investigación tiene como fines sociales y académicos la concientización sobre este fenómeno tan presente de esta nueva era y generación. Además, la ansiedad y la depresión se han relacionado con la insatisfacción corporal auto declarada, por lo que es probable que estas afecciones agraven los efectos negativos de la insatisfacción corporal. En consecuencia, según Barnes et al. (2020), los medios de comunicación han prestado más atención a este tema desde el punto de vista femenino incluso llegando al punto de prohibir tallas pequeñas como protesta sin embargo todo esto está menos reconocido en varones adultos. A pesar de ello, los modelos masculinos, los artistas y los muñecos de acción aparecen cada vez más en los medios de comunicación como predominantemente jóvenes, altos y musculosos que podrían afectar de la misma manera a los hombres. Por lo que en este estudio se toma la perspectiva de ambos, femenina y masculina. Se consideraron a los estudiantes universitarios debido al tiempo que suelen tener en pantalla, según autores esta etapa se considera relativamente endeble debido a la mínima actividad física al aire libre además del abandono de la convivencia

con los familiares o incapacidad para establecer hábitos ya que es esta etapa crucial para empezar hacer ello, pero por falta de experiencia con ello, se experimenta niveles de estrés y en casos más extremos crisis de identidad (Corella et al., 2018, como se cita en Gómez et al., 2023).

1.4.2 Justificación metodológica

Para el presente estudio se usó el formulario sobre la insatisfacción corporal: “Cuestionario de Insatisfacción con la Imagen Corporal” (IMAGEN) realizado por Natalia Solano Pinto y Antonio Cano Vindel que estudia el nivel de insatisfacción con la imagen corporal; el cual fue creado en el 2010 en Madrid, España para luego ser validado en Perú por Hilario y Macedo (2022), en interacción con el “Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales” (ARS) realizado por Miguel Ecurra y Edwin Salas, el cual estudia las menciones encontradas en la adicción a redes sociales ; creado en el 2014 en Lima, Perú y validado por Torres (2021), en Lima, Perú.

1.4.3 Justificación práctica

Esta investigación se lleva a cabo con el fin de identificar la relación entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales en jóvenes de una universidad privada de Arequipa, con el objetivo de establecer una base de datos sobre la conexión entre ambas. Como se señala, los jóvenes atraviesan una fase en la que requieren fortalecer vínculos con sus pares, lo que los lleva a estar particularmente inmersos en la interrelación con estas plataformas. Sin embargo, esta etapa en la que se encuentran es considerada vulnerable y de desarrollo, por lo que tener acceso a estos recursos sin ningún control sobre ellos puede provocar cambios en cómo se perciben a sí mismos y todo a su alrededor, ya que es una etapa delicada y de desarrollo. Por ello, se eligió esta población,

con el objetivo de tener una base de datos actualizada sobre el tema en estudiantes de esta universidad. Encontrar las posibles causas de este creciente problema puede ser más fácil si se comprende la relación entre el uso de las redes sociales y el hecho de sentirse insatisfecho con el aspecto físico; al mismo tiempo estudiar la influencia de las redes sociales en la imagen corporal puede ayudar a identificar los mensajes perjudiciales y fundamentar estrategias e incluso mecanismos de afrontamiento para contrarrestar estas influencias. También se tomó en cuenta, como posible detonante, el estado de confinamiento obligatorio que las personas pasaron, obligando a todo a entrar a una etapa virtual, cambiando así los estilos de vida globalmente. Se vio en ese momento, los patrones de estilo de vida de los jóvenes fueron perjudiciales para la salud, calidad de vida y bienestar; como resultado de la naturaleza sedentaria de muchos trabajos desde la pandemia y los cambios en el entorno académico. Lo que no sorprendería que, así como afectó físicamente a las jóvenes, también les afectó psicológicamente (Aucancela-Buri et al., 2020). Hay muchos indicadores que muestran el por qué una pandemia global afectará a todo el mundo, empezando por el hecho de que nadie realmente sabe cómo sobrellevar una situación así, para empezar la insolación y la salud mental no van de la mano, es bien sabido que agrava el estrés, la preocupación y la depresión y todo ello que repercute a la autoestima e imagen corporal. La percepción que las personas tienen de su cuerpo puede haberse visto afectada por los ajustes en la rutina y el estilo de vida, incluidos los hábitos dietéticos y de ejercicio. La autoimagen puede verse afectada por las fluctuaciones de peso o las variaciones en los niveles de forma física que experimentan algunas personas. Es posible que algunas personas hayan desarrollado estrategias de adaptación, como dedicarse a nuevos intereses, hacer ejercicio con regularidad o practicar la atención plena y dependiendo de las experiencias personales, estas modificaciones pueden afectar a la imagen corporal tanto de forma favorable como negativa. La conformación de la imagen

corporal es un fenómeno que evoluciona a través del transcurso de la vida y puede manifestarse en dos direcciones: la habitual y la patológica. Esta última reviste especial relevancia para la psicología clínica, debido a que el grado de impacto presenta variaciones significativas en cada persona (Barrera, 2020). A todas estas cuestiones hay que añadir el mayor uso de pantallas y redes sociales, que con frecuencia refuerzan unos cánones de belleza inalcanzables, lo que da lugar a comparaciones y puede tener efectos perjudiciales en la autoestima.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1 Antecedentes del problema

2.1.1 Antecedentes internacionales

Como primer antecedente se encontró un estudio realizado en Arabia Saudita en el por Saud et al. (2019), contando con 307 mujeres de una universidad privada utilizando colección de datos características sociodemográficas; “Escala de adicción a los medios sociales Internet Addiction Test (IAT)” adaptada de Young, “Cuestionario de imagen corporal” adaptado de Bruchon-Schweitzer, además de medir su peso y altura. El estudio descubrió que el 50,1 % de los participantes tenían un nivel moderado de adicción a las redes sociales y que aproximadamente tres cuartas partes de ellos tenían una percepción negativa de su imagen corporal. Sin embargo, no se halló ninguna relación sustancial entre la imagen corporal y la adicción a las redes sociales. ($p=0.22$) mientras que la correlación entre la adicción a los medios sociales y el índice de masa corporal se observó que estaban fuertemente asociados ($p=0.001$).

El segundo antecedente encontrado el estudio de Fernández (2022), en dónde hace uso del “Cuestionario de insatisfacción corporal: Body Shape Questionnaire y también del Eating Attitudes Test” y para medir el uso de Instagram se utilizó el cuestionario ad hoc en 76 personas del sexo femenino entre 18 y 35 años. Concluye que la insatisfacción corporal es un causante de riesgo significativo del acrecentar de los trastornos de la conducta alimentaria entre los jóvenes, sobre todo para los que participan activamente en plataformas, donde se promueven ciertos estándares estéticos, resaltando el ítem “¿Te gustaría que tu cuerpo se pareciera al de las personas que ves en Instagram?” fue el que obtuvo la puntuación más alta. Lo que nos lleva a que la exposición constante a cuerpos

idealizados y la búsqueda de validación a través de likes y comentarios pueden llevar a comportamientos disfuncionales como una forma de control y adaptación a los ideales de belleza predominantes en la plataforma.

El siguiente estudio visto, fue realizado en Francia por Filippone et al. (2022), en una población a 103 participantes de 18 a 61 años, cuya muestra fue recaudada mediante redes sociales. Se utilizó el “Barratt Impulsiveness Scale” de Spinella para medir la impulsividad. “Three factor eating questionnaire TFEQ-R21” para ver hábitos alimenticios. “Food Cravings Questionnaire Trait Reduced” para ver la frecuencia con la que se experimenta las ansias por comer. Y por último un cuestionario personalizado para medir el tiempo de exposición a redes sociales. Se ostentó como finalidad ver la relación entre la exposición a redes sociales, ansiedad por la comida, impulsividad y restricción cognitivas; viendo, así como los procesos psicológicos y procesos alimenticios que son expuestos a redes sociales pueden causar un desarrollo de comportamientos alimenticios problemáticos. Los resultados mostraron una conexión significativa entre el uso de las redes sociales y los deseos de comer a través de un aumento en la impulsividad cognitiva ($p = 0,02$; $p = 0,04$). Los antojos de comida ($r = 0,39$; $p < 0,001$), la alimentación emocional ($r = 0,26$; $p = 0,01$) y la alimentación descontrolada ($r = 0,33$; $p < 0,001$) se relacionaron positivamente con la impulsividad cognitiva. Además, se encontró que las puntuaciones de búsqueda de comida se correlacionaron positivamente con la alimentación desordenada, la alimentación emocional y la impulsividad cognitiva ($r = 0,77$; $p < 0,001$, $r = 0,70$; $p < 0,001$, y $r = 0,32$; $p < 0,001$, respectivamente). Señala que la exposición a las redes sociales puede intensificar el anhelo de alimentos y la impulsividad cognitiva, lo que podría relacionarse con una mayor insatisfacción corporal en individuos que están expuestos a estas plataformas; esto sugiere que el uso recurrente de estas redes podría contribuir a una preocupación más intensa por la imagen física.

En el estudio descriptivo realizado por Delgado et al. (2022), con una muestra final 368 mujeres de una universidad de Andalucía, España en donde se utilizaron el “Instrumento de adicción a redes sociales”, “Cuestionario de insatisfacción corporal (BSQ)” y “Cuestionario de actitudes socioculturales hacia la apariencia-4 (SATAQ-4).” Utilizando un modelo de mediación serial, el presente estudio investigó la asociación indirecta entre los síntomas de adicción a las redes sociales y los trastornos de la conducta alimentaria (TCA) a través del aumento de la conciencia de las demandas relacionadas con la apariencia y la internalización de los estándares de belleza; muestra como la conciencia de la presión para mantener una apariencia delgada y la internalización de este ideal juegan roles mediadores cruciales en la relación del uso de redes sociales y la insatisfacción corporal.

El estudio de tipo cuantitativo realizado en Ecuador por Ripalda (2022), tuvo como objetivo encontrar un vínculo entre el peligro de adicción a las redes sociales y los problemas de imagen corporal en adolescentes. Dado que las redes sociales son un relevante medio de difusión de estereotipos y cánones de belleza, es especialmente importante que los adolescentes sean conscientes de ello, que pueden provocar ansiedad e inconformismo con respecto a su cuerpo. Para ello se utilizaron la “Escala de Riesgo de Adicción a Redes Sociales e Internet” y el “Cuestionario de Forma Corporal” en 92 estudiantes adolescentes del centro “Alicia Marcuard de Yerovi” con edades comprendidas entre los 15 y los 17 años. Se reveló que la adicción a las redes sociales en adolescentes está significativamente relacionada con la insatisfacción corporal, sugiriendo que el uso intensivo de estas plataformas puede agravar los angustiantes pensamientos sobre la imagen corporal. La conexión identificada entre el uso excesivo de redes sociales y la insatisfacción corporal en adolescentes sugiere que pueden estar expuestos a presiones similares que afectan su autoimagen.

En un estudio realizado en Turquía por Aslan y Tolan (2022), donde se tuvo el objetivo de estudiar los vínculos entre la ansiedad ante la apariencia social, los pensamientos automáticos, el bienestar psicológico y la adicción a los medios sociales, así como el valor predictivo de estos factores. Se efectuó en 440 estudiantes de grado medio, licenciatura y posgrado de varias universidades dentro del país utilizando como instrumentos un formulario de la información demográfica de ellos, la “Escala de adicción a redes sociales”, “Automatic Thoughts Scale” y “Psychological Well-being Scale”. Se contempló una correlación entre la adicción a las redes sociales, la ansiedad por la apariencia social, los pensamientos automáticos y las características de bienestar psicológico; todo estrechamente vinculado con una percepción negativa de uno mismo, lo que puede agravar la insatisfacción corporal en las personas. Se concluyó que la adicción a las redes sociales estaba relacionada positivamente con la ansiedad ante la apariencia social y el pensamiento automático, pero negativamente con el bienestar psicológico.

En el estudio de Dulic en el 2023 tuvo como objetivo encontrar la posible relación entre la autoestima y la adicción de redes sociales, con un estudio cuantitativo de diseño no experimental transversal con 98 adolescentes y 81 adultos de Argentina, aplicando los instrumentos “La Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)” (adaptación de Góngora et al., 2010) y el “Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)” de Ecurra y Salas, obtuvieron como resultados la correlación positiva entre algunas dimensiones de la adicción a redes sociales y la autoestima a pesar de no haber ninguna relación con sexo, nivel educativo o trabajo sin embargo si se encontró que los adolescentes eran más propensos a desarrollar una adicción a las redes sociales que los adultos.

Finalmente, en el estudio de Ponce (2020), quien investigó las conexiones entre el uso excesivo de redes sociales, la autoestima y la insatisfacción con la imagen corporal, considerando también cómo estas variables se relacionan según el género de los

participantes. Para ello, se evaluaron a 101 personas españolas de entre 18 y 25 años mediante cinco escalas autoadministradas: un cuestionario diseñado específicamente para el estudio, una escala de uso de redes sociales, el TRAS, el BSQ-14, la escala de Autoestima de Rosenberg y el SWLS. Los resultados revelaron una relación positiva entre el uso abusivo de redes sociales y la insatisfacción corporal, así como entre la autoestima y la satisfacción con la vida. En contraste, se identificaron relaciones negativas entre el abuso de redes sociales y la satisfacción vital, así como entre la insatisfacción corporal y la autoestima. Además, el estudio evidenció que las mujeres reportan mayores niveles de insatisfacción corporal en comparación con los hombres, mientras que los jóvenes en general presentan niveles bajos de autoestima. Estos hallazgos respaldan investigaciones previas y fortalecen el conocimiento actual sobre la interacción de estas variables.

2.1.2 Antecedentes nacionales

En el estudio dado por Yupanqui (2020), se aplicó el “Cuestionario de Adicción a las redes sociales” (ARS) y “el Inventario de Autoestima de Coopersmith” adaptado al Perú a jóvenes que asisten a una institución privada de Lima Metropolitana de 146 personas, entre 17 y 29 años; se evidencia que el uso desadaptativo de las redes sociales tiene una asociación significativa con la autoestima de los estudiantes universitarios, lo que brinda una perspectiva adicional sobre cómo la dependencia de estas plataformas podría impactar en la insatisfacción corporal. La influencia del uso excesivo de estas plataformas en la autoestima sugiere que podrían experimentar una mayor inquietud por su apariencia física debido a la comparación social y los ideales estéticos promovidos en las redes sociales. Se debaten las posibles repercusiones negativas del uso excesivo de las redes sociales, como la pérdida de tiempo y dinero, la distracción en clase y los problemas para comunicarse con las personas cercanas.

El estudio realizado por Aguilar (2023), identificó la conexión entre el uso de redes sociales y la percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios de una universidad privada en la provincia de Chiclayo, trabajando con una muestra de 300 participantes, utilizando la “Escala de riesgo de adicción adolescente a las redes sociales e internet en estudiantes peruanos (ERA-RSI)” y el “cuestionario Body Shape Questionnaire BSQ.” Se ubicó una relación positiva y significativa de ambas variables, la exposición frecuente a redes sociales puede distorsionar la percepción de la imagen corporal y aumentar la insatisfacción, viéndose influenciados por las imágenes y estándares estéticos promovidos en estas plataformas, lo que puede intensificar sus preocupaciones sobre su apariencia física a mayores conductas repetitivas con largos periodos de tiempo al día usando redes sociales mayor es la afectación en la percepción de una imagen distorsionada de su figura anatómica real; la configuración de identidad personal está en constante estimulación y que el tiempo que se haga uso en redes debe ser con criterio y conciencia, de otra manera se generaría una alteración emocional, mental y conductual del criterio que se tiene de la propia imagen corporal.

Jiménez y Sedano (2022), analizaron la asociación entre la dependencia a las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada ubicada en el distrito de Los Olivos. El enfoque del estudio fue correlacional, utilizando un diseño no experimental y de corte transversal. Para la recolección de datos, se aplicaron el "Cuestionario de Insatisfacción Corporal (IMAGEN)" y el "Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS)". Los hallazgos indicaron que un mayor uso problemático de las redes sociales se asocia con un aumento en la insatisfacción corporal, además de intensificar las preocupaciones sobre la apariencia física. De este modo, el uso excesivo de redes se relaciona con niveles más altos de

insatisfacción en comparación con aquellos que mantienen un control más moderado sobre su uso.

Escurrea (2023), realizó una investigación en la "Institución Educativa Pedro Gálvez Egúsqiza", ubicada en Lima, con el objetivo de examinar la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de secundaria. Empleando un diseño no experimental de corte transversal y un enfoque cuantitativo, el estudio se basó en el "Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales" junto con el "Cuestionario de Insatisfacción Corporal (ARS)" para recolectar datos. La muestra estuvo conformada por 151 estudiantes, y los resultados indicaron una correlación positiva moderada entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen física ($\rho = 0,445$; $p < 0.01$), lo que sugiere que aquellos estudiantes con mayor adicción a las redes sociales son más propensos a sentirse insatisfechos con su apariencia.

Los autores Linares y Figueroa (2023), intentaron establecer la relación entre la adicción a las redes sociales mediante el instrumento "ARS Questionnaire", la autoestima mediante el "Stanley Coopersmith Self-Esteem Inventory" y la insatisfacción corporal mediante el "Body Shape Questionnaire" en estudiantes universitarios de entre 16 y 25 años. Mencionan que es más probable que la baja autoestima esté presente en las personas más adictas a las redes sociales, y viceversa. La aplicación de estos instrumentos puede ayudar a profundizar en la manera en que la adicción a las redes sociales impacta la autoestima y, a su vez, cómo estas dinámicas afectan la percepción de la imagen corporal. Esta tesis también encontró una correlación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción, siendo esta última más común en las mujeres.

2.1.3 *Antecedentes regionales*

En un estudio llevado a cabo en la escuela 'Niño de la Paz' en Arequipa, Valdez (2018), investigó la conexión entre el uso problemático de redes sociales (ARS) y los niveles de autoestima en un grupo de 152 estudiantes, compuesto por hombres y mujeres. Para la evaluación, se utilizaron dos herramientas: el "Test de Adicción a Redes Sociales" desarrollado por Ecurra y Salas (2014) y el Inventario de Coopersmith (1999). Empleando un enfoque cuantitativo con un diseño transversal y correlacional, los hallazgos evidenciaron una relación inversa significativa entre las variables, lo que indica que un incremento en la adicción a redes sociales está vinculado con una reducción en la autoestima y una percepción corporal más negativa ($r = -0,682$, $p < 0,000$).

Quispe (2023), llevó a cabo un estudio que analizó cómo los modelos estéticos corporales afectan la percepción de la imagen corporal entre alumnas de primer año de secundaria en una institución educativa de Arequipa. Este trabajo, que adoptó un enfoque descriptivo-correlacional, utilizó el "Cuestionario de Influencias del Modelo Estético Corporal (CIMEC)" y la "Escala de Percepción de la Imagen Corporal (EPIC-A)" para la recolección de datos. Se consideraron varias dimensiones bajo el término “modelos estéticos”, como la “influencia de la publicidad”, la “angustia por la imagen corporal”, así como la “influencia de los modelos y situaciones sociales” y la “influencia de los mensajes verbales”. En cuanto a la “percepción de imagen corporal”, se tomaron en cuenta factores como la “impresión de la imagen corporal”, el “área sociocultural”, el “aspecto familiar” y las “amistades”, que constituyeron las dos variables principales del estudio. En los resultados se demostró un alto nivel de impacto del modelo estético corporal en el 5 % de los estudiantes, un nivel bajo en el 65 % de los estudiantes encuestados y un nivel regular en el 30 %. En cuanto a las percepciones de su cuerpo, el 65 % de los estudiantes obtuvo una puntuación alta, frente al 22,5 % de la clase que obtuvo una puntuación baja, el 10 %

de la muestra que obtuvo una puntuación media y el 2,5 % que obtuvo una puntuación muy alta, por lo que se presentó una asociación estadísticamente significativa entre los modelos estéticos corporales y la percepción de la imagen corporal.

2.2 Bases teóricas

2.2.1 Redes sociales

Se define una red social como una forma en la que las personas se unen entre sí por temas en común que pueden ir desde amistad hasta temas del trabajo, encontrándose en un ambiente digital facilitando la comunicación y la unión entre personas no solo alrededor tuyo si no también internacionalmente. En este ambiente digital podemos encontrar diferentes formas de intercambio de información como son las fotos, los videos, foros, etc., existiendo plataformas creadas como son Instagram, Facebook, YouTube, Twitter, etc. (Girón y Pari, 2021, pp. 28-29).

Los medios sociales facilitan la creación y difusión de una amplia gama de información, incluida la comunicación, el entretenimiento y el conocimiento sobre numerosos temas. Internet permite un acceso sin precedentes a la información y el conocimiento. Hoy en día, la gente puede encontrar rápidamente conocimientos sobre una gran variedad de temas, tomar clases en línea y practicar el aprendizaje autodirigido. Las plataformas de los medios sociales se han convertido en lugares de intercambio de información, puntos de vista e ideas, fomentando la distribución mundial de información y el aprendizaje cooperativo. El carácter participativo de las plataformas de medios sociales y la disponibilidad de contenidos son dos de sus principales características. Los medios sociales también permiten establecer perfiles distintivos en los que se organizan los datos personales y se simplifican las relaciones con otras personas u organizaciones (Padín et al., 2021).

2.2.2 *Adicción a redes sociales*

Los autores Ecurra y Salas (2014), refieren a la adicción a redes sociales a una dependencia que de manera psicológica y conductual afectan al individuo siendo el descontrol en el tiempo de uso la principal característica.

Al igual que las demás adicciones se presenta una pérdida de control, obstaculizando la vida diaria del individuo e incluso presentando el síndrome de abstinencia.

Young (2005) descubrió que los adictos a Internet sentían una sensación de desplazamiento al estar conectados, lo que generaba problemática al gestionar áreas de su vida, laboral, familiar, de iguales y hasta de rutinas; llevando su vida a la virtualidad. Al verse como un comportamiento desadaptativo, se vio asociado a lo adictivo o compulsivo, Young con otros autores introdujeron los términos “uso excesivo de Internet, adicción o conducta problemática, adicción comportamental o adicción no asociada a sustancias” (Ávila, 2023).

Según seis síntomas básicos en un marco biopsicosocial, algunos estudiosos han caracterizado la "adicción a las redes sociales": "Saliencia" (uso mental excesivo de las redes sociales), "experiencia que altera el estado de ánimo" (molestia si no se utiliza la aplicación), "evasión" (entretenimiento que ayuda a las personas a olvidar sus preocupaciones), "descuido de la vida personal" (que puede tener efectos perjudiciales en la vida real), "desarrollo de la tolerancia" (necesidad de dedicar cada vez más tiempo a las actividades de las redes sociales) y "ocultación del comportamiento adictivo" (conflictos, problemas interpersonales que surgen directamente del uso de las redes sociales) (Griffiths, 2013; Guedes et al., 2016, como se cita en Polar y Varescon, 2022).

Ecurra y Salas (2014) hablan de dimensiones importantes para caracterizar la adicción a redes sociales, la primera siendo “obsesión por las redes sociales” que, según la

teoría, el "compromiso mental con los medios sociales" puede referirse tanto a pensamientos instintivos como a asociaciones duraderas con la plataforma, su información o sus contactos. Genera síntomas de ansiedad en la persona que pueden reducirse accediendo a las redes sociales. También aborda dificultades como la ira, la violencia, el desdén por las relaciones interpersonales y estados de abstinencia caracterizados por el aburrimiento y la desesperación. El segundo "falta de control personal" que se centra en la incapacidad del usuario para reducir su uso de las redes sociales, lo que repercute negativamente en su capacidad para gestionar su vida social, familiar y académica, así como en sus funciones cognitivas, afectivas y conductuales. Se vuelve preocupante el uso no autorizado o esporádico de las redes sociales. Y por último "uso excesivo de las redes sociales" que refiere a las dificultades para limitar el uso de las redes sociales, señalan la duración del tiempo que se pasa en ellas, destacan la incapacidad de controlar su uso y subrayan la dificultad de reducirlo.

La adicción a redes sociales se define comúnmente como una preocupación excesiva y una falta de control sobre el uso de estas plataformas, lo cual genera aislamiento y problemas cognitivos y emocionales, sin embargo, como se menciona el autor Matute (2016), en la literatura se encuentran términos variados como "uso excesivo", "uso problemático" y "dependencia" que, aunque a veces se usan de manera intercambiable, no implican necesariamente una adicción. Por ejemplo, el uso excesivo de redes puede estar motivado por necesidades laborales o educativas y no siempre muestra las características propias de una adicción, como el aislamiento o abstinencia (Alarcón y Salas, 2022). Al igual que otras adicciones conductuales, la adicción a redes sociales presenta pérdida de control y obstaculiza la vida diaria del individuo, generando un síndrome de abstinencia cuando se restringe su uso. Según los criterios establecidos en el DSM-5 para el "Trastorno de Juego por Internet", que incluye síntomas aplicables al uso

excesivo de redes sociales, una adicción conductual puede caracterizarse por la presencia de:

- **Pérdida de control:** El individuo no puede limitar la frecuencia ni la duración de uso, aunque sea consciente de las consecuencias negativas.
- **Preocupación u obsesión:** Pensamiento constante sobre redes sociales y deseos de conectarse, incluso en situaciones inapropiadas.
- **Tolerancia:** El usuario necesita pasar más tiempo en redes para obtener el mismo nivel de satisfacción, lo que lleva al uso excesivo.
- **Síntomas de abstinencia:** El individuo experimenta ansiedad, irritabilidad o incomodidad al intentar limitar o dejar de usar las redes (American Psychiatric Association, 2013).

2.2.3 *Imagen corporal*

La imagen corporal es aquella representación subjetiva creada por la mente sobre la propia imagen, compuesta por cómo los individuos se ven, la valoración que estos se generan, cómo se sienten frente a nuestra apariencia y cómo actúan en base a esa percepción; lo que conseguiría llevar a una imagen corporal positiva o negativa (García, 2020). El fenómeno de la imagen corporal ha sido objeto de estudio en una gran variedad de ámbitos, como la psicología, la psiquiatría, la medicina y la sociología, por lo que comprenderlo desde diversos ángulos es crucial para entender cómo se manifiestan los cambios en la imagen corporal y los trastornos alimentarios (Padín et al., 2021).

Esto, al definirse como una representación ideal de lo que el individuo desea puede ser de forma favorable o perjudicial y también es influenciada por varios factores externos como serían, las críticas, los estándares, algún accidente o lesión e incluso los cambios físicos que se dan con la edad. (León et al., 2018, como se cita en Nápoles et al., 2022).

Cuatro factores principales conforman la propia imagen corporal según Vaquero et al. (2015) y Salaberria et al. (2007) citados en Tineo, 2022, el primero es el “componente perceptual” el cual habla de cómo la persona ve su cuerpo en su totalidad o cada elemento específico del mismo, desde el tamaño, el peso y la forma del cuerpo, lo que puede dar lugar a sobreestimaciones o subestimaciones; “componente cognitivo” el cual describe los juicios que la persona se ha formado sobre su cuerpo o una zona concreta del mismo como las actitudes, emociones, ideas y evaluaciones que provoca el cuerpo, así como su tamaño, peso, forma o ciertas partes del mismo; “componente afectivo” donde se tienen en cuenta los sentimientos o acciones de la persona en relación con su cuerpo incorporando experiencias de placer, displacer, satisfacción, disgusto, rabia, impotencia, etc. y por último el “componente conductual” que indica que dependiendo de cómo el sujeto perciba y juzgue su cuerpo, se transmiten actos o comportamientos específicos como su exhibición, la evitación, la comprobación, los rituales, su camuflaje, etc.

Según Guimón (1999); Rosen (1995) citados en Gómez et al., 2023, la percepción, la evaluación, la valoración, la vivencia del propio cuerpo está relacionada con la imagen de uno mismo como un todo, con la personalidad y el bienestar psicológico. Señala que la imagen corporal es el modo en el que uno se percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo

2.2.4 *Insatisfacción corporal*

La imagen corporal se puede ver afectada en gran medida por el entorno globalizado actual, haciendo valoraciones en base a lo que se encuentra como "exitoso, ideal", en base al entorno sociocultural y cuales sean los estándares esperados, tanto físicos como conductuales, buscando el ser aceptado en el mismo y pertenecer; esto puede venir desde el núcleo familiar como en el laboral. Esta imagen corporal suele cambiar con el

tiempo, especialmente en etapas detonantes como lo es la adolescencia siendo la población con más riesgo de sufrir una insatisfacción corporal que, al no ser reconocida a tiempo, podría prolongarse a la edad adulta (Rincon et al., 2019; Salas et al., 2022).

Montoya (2021) menciona que:

Cómo es que la imagen corporal y su insatisfacción se encuentran basada no solo en el aspecto cognitivo (como por ejemplo los pensamientos negativos) sino también en el aspecto conductual basando las conductas de las personas en los pensamientos que puedan tener sobre su cuerpo. Estos pensamientos y conductas tienen una base sacada de algún tipo de estándar establecido, mencionando por ejemplo la diferencia del estándar de belleza en Norte América y Sudamérica teniendo una diferente percepción se crearía diferentes expectativas sobre el cuerpo (pp. 9-11).

Estos factores sociales y culturales influyen en la percepción corporal personal poniendo en riesgo el desarrollo de un trastorno alimenticio o conductas peligrosas para llegar a alcanzar un “ideal de cuerpo” cómo sería hacer dietas estrictas o ejercicios en exceso (Baños y Aguilar, 2020). En contraste con el 52,4 % de los hombres que se juzgarían a sí mismos adecuadamente, sólo el 38,7 % de las mujeres perciben su verdadera realidad. Las mujeres creen erróneamente ser más gruesas de lo que realmente son en el 41,1 % de las circunstancias (Muñoz y Gómez, 2023). Los estereotipos corporales pueden representar distinciones de género. Independientemente del peso, a las mujeres se las presiona para que parezcan delgadas, mientras que a los hombres se les aconseja tener cuerpos más fuertes y musculosos (Muñoz y Gómez, 2023).

2.2.5 Definiciones teóricas

- **Imagen corporal.** Percepción mental de cada persona sobre su propio cuerpo como se percibe este frente a los demás en base a creencias, estereotipos y sentimientos de la propia persona hacia sí misma.
- **Insatisfacción corporal.** Se ve como la devaluación hecha por la persona de su propia imagen física en base a algún ideal que presente, normalmente esta distorsión aparece en momentos de crisis o cuando no se encuentra en su zona de confort, asociado a conductas que puedan afectar su salud integral, o incluso llegando a atentar contra su persona.
- **Redes sociales.** Son aquellas conformaciones netamente sociales dadas en el ciberespacio por diversos individuos ya sean personas naturales o conjunto de personas con intereses o valores en común, personales o sociales con la finalidad de compartir diversidad de contenido. La forma en que las personas se comunican ha cambiado significativamente como consecuencia de la expansión de las redes sociales e Internet. La conexión instantánea más allá de las fronteras ha hecho posible la comunicación en tiempo real y el intercambio de información. Las personas pueden comunicarse con amigos, familiares y comunidades de todo el mundo gracias al aumento de la conectividad social que se ha producido.
- **Estudiantes.** Son aquellas personas que cursan estudios en un centro en donde se imparte la docencia teniendo como la ocupación principal la de estudiar. Se habla de estudiantes universitarios quienes cursan estudios oficiales ofrecidos por universidades con la finalidad de obtener un título académico presentando motivación alta, siendo independientes adecuándose a ambientes educativos nuevos.

2.2.6 Relación entre variables

Salmerón (2015) menciona que a pesar de que la llegada de esta forma de comunicación electrónica ofrece numerosas ventajas a sus usuarios, en muchos casos ocupa una parte importante del tiempo libre de las personas por lo que se encuentra con la preocupación por la probabilidad de adicción debido a su uso abusivo entre los jóvenes (Ponce, 2020).

Varios autores refieren que el uso de la tecnología produce una elevación significativa en la dopamina y otros neurotransmisores involucrados en el circuito del placer, produciendo un efecto similar al producido por el consumo de drogas. Los reforzadores positivos (el placer de participar en la acción adictiva) comienzan a tomar el control de la conducta (Ponce, 2020).

Por otro lado, la presión social y el sector publicitario resaltan lo importante que es mantener la apariencia física. Autores como Esnaola en el 2010 dejan en claro que existen otros tipos de presión cultural, como los entornos de constante interacción, mensajes verbales, modelos sociales y publicidad (Lugo, 2020). La exhibición incesante de imágenes “casi” perfectas de modelos y la promoción persistente de productos dietéticos y de belleza; dañan significativamente la salud emocional, los hábitos alimentarios, la ansiedad generada por el peso y la sensación de satisfacción corporal de las personas en la cultura (Spettigue y Henderson, 2004, como se cita en Lugo, 2020). Dicho de otra manera, hay cantidad variada de material que hace referencia a un problema puramente estético, el cual puede tener un efecto en la forma en que los jóvenes ven su propio cuerpo (Infante y Ramírez, 2017, como se cita en Tineo, 2022).

Peris et al. (2013) menciona que tanto, jóvenes como adolescentes utilizan las redes sociales para compartir fotografías, vídeos y comentarios en un esfuerzo por ganar fama y popularidad. Para quienes están muy involucrados en las redes y comparten cada día el

aspecto más atractivo de sus vidas, la cantidad de me gusta, comentarios, contactos y visitas al perfil, tiende a ser bastante satisfactoria y fortalecer la idea de visualización del entorno (Citado en Ponce, 2020). Las reacciones de los seguidores no siempre son favorables a todo esto por lo que contribuye a la aparición de insatisfacción corporal y lo que genera problemas emocionales en los administradores de las cuentas es la evaluación negativa de los pares (Ponce, 2020). Porque apoya la noción de que lo atractivo de alguien que determina su valor como persona depende de que esta se vea de una manera u otra físicamente (Tiggemann y Zaccardo, 2018, como se cita en Romo del Olmo, 2020).

CAPÍTULO III

HIPÓTESIS Y VARIABLES

3.1 Hipótesis

3.1.1 *Hipótesis general*

Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las Redes Sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

3.1.2 *Hipótesis específicas*

- H_{E1}. Existe un nivel alto en la adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- H_{E2}. El nivel de insatisfacción con la imagen corporal es moderado en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

- H_{E3}. La dimensión obsesión a redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel medio significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- H_{E4}. La dimensión falta de control en redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.
- H_{E5}. La dimensión uso excesivo de las redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.

3.2 Operacionalización de variables

Tabla 1

Matriz de operacionalización de la variable Redes Sociales

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Definición	Indicadores	Escala
Adicción a Redes Sociales	Gallego, 2010, conjunto de individuos relacionados entre sí. Las relaciones van desde los negocios hasta la amistad.	Valencia y Soto (2024) determinan una red social como un modo o manera en que individuos con relaciones entre sí sean amicales, del trabajo, de hobbies se encuentran, mediante una plataforma.	Obsesión a redes sociales	Uso prolongado de la red social que causa el descuido del individuo tanto psicológicamente como físicamente	Conformado por 10 ítems; 2,3,5,6,7,15,17,22,28 y 29 viendo el “tiempo de conexión”, “estado de ánimo” y “relaciones interpersonales.”	Ordinal Escala Likert de 5 puntos. (Siempre, Casi siempre, A veces, Raras veces y Nunca),
			Falta de control personal en las redes sociales	Uso continuo de la red social impidiendo que el individuo empiece o continúe con actividades diarias	Conformado por 6 ítems; 13,14,16,24 y 31. Viendo el “control de tiempo”, “intensidad” y “frecuencia.”	
			Uso excesivo de la red social	Estar conectado por mucho tiempo a una red social	Conformado por 8 ítems;1,4,10,11,12,18,19,20 y 26. Viendo la “necesidad de permanecer conectados” y la “cantidad de veces conectados.”	

Tabla 2*Matriz de operacionalización de la variable Insatisfacción con la imagen corporal*

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Escalas	Indicadores	Escala de Medición
Insatisfacción Corporal	El término Insatisfacción se refiere a “Falta de satisfacción”. Satisfacción se refiere a “Presunción, vanagloria. Tener mucha satisfacción de sí mismo”. Y el término Corporal se refiere a “Pertenece o relativo al cuerpo, especialmente al humano. Presencia corporal. Pena corporal.”. (Real Academia Española, s.f.,)	Es la falta de presunción y vanagloria de la presencia corporal.	Cognitivo Emotivo (ICE)	Conformado por los ítems del 1 al 21 abarcando los pensamientos y emociones personales	Ordinal Escala Likert del 0 al 4 (Casi Nunca o Nunca, Pocas Veces, Unas Veces sí y Otras no, Muchas Veces, Casi Siempre o Siempre)
			Insatisfacción Perceptiva (IPE)	Conformado por los ítems del 22 al 31 abarcando la creencia subjetiva de un peso deseado o figura deforme	
			Insatisfacción Comportamental (ICI)	Conformado por los ítems del 23 al 38 abarcando la frecuencia de comportamientos patológicos	

CAPÍTULO IV

DISEÑO METODOLÓGICO

4.1 Métodos, tipo y nivel de la investigación

4.1.1 *Método de la investigación*

La investigación presenta un ángulo cuantitativo donde se emplea la recopilación de datos para poder acreditar la hipótesis de que existe relación entre la adicción de redes sociales y la insatisfacción corporal, al querer medir y probar dichas hipótesis, se utilizará las estadísticas descriptivas aplicándolo en una realidad con los conocimientos establecidos (Hernández et al., 2014).

4.1.2 *Tipo de la investigación*

Según Hernández et al. (2014), el alcance de la investigación es de tipo descriptivo correlacional, con ello se busca el poder describir aquellos sucesos y situaciones que se desarrollan, basados en dos variables, las cuales estarán bajo un análisis estadístico para poder conocer la relación que estas presentan.

4.2 Diseño de la investigación

La presente investigación tiene el diseño no experimental, según Hernández et al. (2014), recolectando así la diversa información de las muestras para responder la hipótesis dada usando las variables de una manera que no sean manipuladas por lo que la investigación evidenciará las situaciones de una forma determinada en un tiempo determinado, siendo así un tipo transeccional correlacional-causal ya que también se está explorando relaciones que sugieran una posible dirección de influencia o efecto entre las variables, en este caso, entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal.

4.3 Población y muestra

La población del estudio estuvo constituida por 400 estudiantes de la carrera de psicología, con edades entre 18 y 25 años, de ambos sexos, pertenecientes a una universidad privada en Arequipa. La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilístico por cuotas. Este tipo de muestreo permite elegir a los individuos de la muestra en función de ciertas características preestablecidas, sin que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser seleccionados (Hernández et al., 2014). Se optó por este método dado que el grupo de interés comparte una característica específica: la edad, lo que facilita obtener una muestra representativa de las variaciones dentro de este rango etario. En este caso, se seleccionaron los primeros individuos accesibles que cumplían con los criterios establecidos, garantizando que todos ellos cumplieran con la cuota de edad y carrera. Al considerar un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95 %, se determinó que al menos 200 personas eran necesarias para la representatividad de la muestra (Kish, 1995). Finalmente, se logró una muestra de 300 estudiantes, lo cual incrementa la precisión y validez de los resultados al contar con un tamaño de muestra adecuado.

4.3.1 Criterios de inclusión

- Estudiantes de la carrera de Psicología de una universidad privada de Arequipa.
- Estudiantes entre 18 y 25 años.
- Todo aquel que dio su consentimiento.
- Todos los que completaron los cuestionarios.
- Modalidad presencial, aunque algunas sesiones de evaluación se llevaran virtual.

4.3.2 Criterios de exclusión

- Estudiantes de instituciones educativas distintas a una universidad privada (por ejemplo, universidades públicas, colegios o institutos).
- Estudiantes de carreras distintas a Psicología.
- Estudiantes de edad inferior a 18 años o superior a 25 años.
- Falta consentimiento informado.
- Presenta cuestionario incompleto.
- Modalidad virtual o gente que trabaja.

4.4 Técnicas de recolección y análisis de información

La recolección de datos se realizó de forma presencial. El proceso comenzó con la visita a cada salón de clase, donde se explicó a los estudiantes los objetivos y alcances de la investigación, incluyendo el propósito de los cuestionarios. Durante esta presentación, se utilizó un código QR que permitía a los estudiantes acceder directamente a un formulario de Google Forms. Este formulario incluía el consentimiento informado y los cuestionarios necesarios para el estudio. Aquellos estudiantes que no pudieron acceder al formulario mediante el código QR recibieron el enlace directamente en su correo institucional para asegurar que todos los participantes interesados pudieran completar el cuestionario.

Una vez que los estudiantes completaron los cuestionarios en Google Forms, se revisó la base de datos generada para verificar que todos los ítems estuvieran respondidos. Este paso fue esencial para asegurar que los datos fueran completos y adecuados para el análisis. Los datos recopilados se descargaron desde Google Forms y se organizaron en una base de datos para facilitar su posterior análisis estadístico.

Después de la recolección, los datos fueron transferidos a una base de datos estructurada para su procesamiento. Este proceso incluyó la revisión de cada respuesta

para detectar posibles errores o respuestas incompletas que pudieran afectar la calidad del análisis. Posteriormente, los datos fueron importados al software estadístico Jamovi, en el cual se realizó el análisis.

Se realizó un análisis descriptivo para obtener frecuencias y porcentajes que permitieran entender la composición de la muestra en términos de edad, género, patrones de uso de redes sociales y frecuencia de conexión. También se calcularon las medias y desviaciones estándar de las escalas de insatisfacción corporal y adicción a las redes sociales, proporcionando una visión general de las puntuaciones obtenidas en cada dimensión. Para verificar la normalidad de las distribuciones de las variables principales, se empleó la prueba de Shapiro-Wilk, permitiendo identificar que las distribuciones no seguían una curva normal.

Posteriormente, las puntuaciones de los participantes en las escalas de insatisfacción corporal y adicción a redes sociales se categorizaron en niveles bajo, medio y alto. Esta categorización facilitó la identificación de grupos según sus niveles de insatisfacción y comportamientos adictivos hacia las redes sociales. Finalmente, se aplicó la correlación de Spearman para evaluar la relación entre la insatisfacción corporal y la adicción a redes sociales, ya que esta técnica no requiere una distribución normal y es adecuada para los niveles de medición de las variables del estudio.

4.4.1 Instrumentos

- “Cuestionario de Insatisfacción con la imagen corporal” (IMAGEN)
 - **Propósito y Composición.** Creado por Solano y Cano (2010), evalúa la insatisfacción corporal en tres dimensiones: cognitivo-emocional, perceptivo y comportamental. Hilario y Macedo (2022) adaptaron el cuestionario a la realidad peruana.

- **Aplicación y Escalado.** Dirigido a personas desde los 11 años, su duración es de aproximadamente 10 minutos. Se realiza en formato individual o colectivo. La corrección se basa en puntuaciones directas y percentiles, los cuales se interpretan conforme a tablas clínicas o no clínicas, con foco en identificar preocupaciones excesivas sobre la imagen corporal sin diagnosticar desórdenes alimentarios.
 - **Confiabilidad y Validez.** Posee alta consistencia interna, los coeficientes de Alfa de Cronbach y coeficiente de Omega de McDonald mostraron en la escala completa un $\alpha=.958$ y $\omega.988$.
 - **Dimensiones Evaluativas.** Puntuaciones altas indican preocupación excesiva por la apariencia física; en el aspecto cognitivo-emocional, reflejan obsesión; en el perceptivo, distorsión de la figura; y en el comportamental, conductas asociadas a desórdenes alimentarios.
- **“Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales” (ARS)**
 - **Propósito y Dimensiones.** Creado por Escurra y Salas (2014), en Perú, evalúa la adicción a redes en tres dimensiones: obsesión, falta de control y uso excesivo, con un total de 24 ítems. Validado por Torres (2021), en estudiantes en Lima, Perú.
 - **Aplicación y Escalado.** Administrable en formato individual o grupal, con una duración aproximada de 15 minutos, dirigido a personas desde los 13 años. La calificación se estructura a partir de baremos específicos, presentados en tablas de percentiles para cada dimensión.
 - **Muestra y Metodología de Validación.** Utilizando una muestra de 380 estudiantes universitarios, se validó el cuestionario descartando ítems fuera del rango estadístico ideal de asimetría y curtosis.

- **Confiabilidad.** Alta consistencia interna con coeficientes de Cronbach entre .88 y .92 en las distintas dimensiones, lo cual indica una fiabilidad robusta del instrumento.
- **Escalas Evaluativas.** Puntuaciones altas indican “obsesión por las redes sociales”, “falta de control personal” y “uso excesivo de las redes sociales”.

4.5 Consideraciones éticas

La información recolectada solo será la que sea necesaria para la investigación, establecido así en el consentimiento informado, este se obtuvo de cada uno de los participantes. Para ello, se les informo el motivo de la investigación, explicándoles las variables de investigación dándoles la oportunidad de decidir si querían participar o no, respetando su decisión y sin divulgar las respuestas o identidad de los participantes.

CAPÍTULO V

RESULTADOS

5.1 Participantes

Tabla 3

Frecuencias y porcentajes de la edad de los participantes

	<i>f</i>	<i>%</i>
<i>Edad</i>		
18-20	94	31,3
21-23	122	40,7
24-25	84	28,0
<i>Género</i>		
Femenino	180	60,0
Masculino	120	40,0

La Tabla 3 presenta la distribución de frecuencias y porcentajes de los participantes según la edad y género. La muestra total consistió en 300 sujetos. La categoría de edad con mayor prevalencia es la de 21-23 años, que representa el 40,7 % del total de la muestra. Los participantes entre 18-20 años componen el 31,3 %, mientras que aquellos de 24-25 años constituyen el 28,0 %. En cuanto al género, se observa una mayor proporción de participantes femeninos, que constituyen el 60,0 % de la muestra, en comparación con el 40,0 % de participantes masculinos.

Tabla 4

Lugares desde donde se conectan a redes sociales

	<i>f</i>	<i>%</i>
<i>Se conecta desde casa</i>		
No	124	40,7
Sí	181	59,3
<i>Se conecta desde el trabajo</i>		
No	240	78,7
Sí	65	21,3

<i>Se conecta desde el celular</i>		
No	50	16,4
Sí	255	83,6
<i>Se conecta desde cabina de internet</i>		
No	295	96,7
Sí	10	3,3
<i>Se conecta desde la universidad</i>		
No	278	91,1
Sí	27	8,9

La Tabla 4 ilustra las frecuencias y porcentajes referentes a los diversos lugares desde los cuales los participantes reportan conectarse a redes sociales. Cabe destacar que cada estudiante tuvo la opción de señalar más de un lugar. Los datos revelan que la mayoría de los estudiantes se conectan desde su celular, con un elevado porcentaje del 83,6 %. Asimismo, un 59,3 % de los encuestados indican que se conectan desde casa. Por otro lado, el lugar menos frecuente para la conexión a redes sociales es la cabina de internet, con solo el 3,3 % de los participantes indicándolo como un punto de acceso. El lugar de trabajo y la universidad muestran un uso menor, con un 21,3 % y un 8,9 %, respectivamente.

Tabla 5

Frecuencias y porcentajes de uso de redes sociales y uso de datos verdaderos en sus cuentas de redes sociales

	<i>f</i>	<i>%</i>
Frecuencia de uso de redes sociales		
Una vez por semana	1	0,3
Dos o tres veces por semana	5	1,7
Una o dos veces por día	41	13,7
Entre tres a seis veces por día	53	17,7
Entre siete a 12 veces al día	78	26,0

Todo el tiempo me encuentro conectado	122	40,7
Sus redes sociales tienen sus datos verdaderos		
No	34	11,3
Sí	266	88,7

La Tabla 5 detalla las frecuencias y porcentajes concernientes al uso de redes sociales y la autenticidad de la información proporcionada en dichas plataformas por los participantes del estudio. La frecuencia más alta de uso de redes sociales, reportada por un 40,7 % de los participantes, es estar conectado todo el tiempo. A esto le sigue el rango de entre siete a 12 veces al día con un 26,0 %. Un 17,7 % de los participantes se conectan entre tres a seis veces por día, mientras que un 13,7 % lo hace una o dos veces al día. Los porcentajes disminuyen significativamente para aquellos que acceden a las redes dos o tres veces por semana (1,7 %) y una vez por semana (0,3 %). En cuanto a la autenticidad de los datos proporcionados en sus perfiles, una gran mayoría de los participantes, el 88,7 %, afirma que sus redes sociales contienen sus datos verdaderos. Solo un 11,3 % indica que no utilizan información auténtica.

5.2 Resultados

Tabla 6

Estadísticos descriptivos y prueba de normalidad de las escalas y dimensiones totales de la Insatisfacción Corporal y Adicción a las Redes de los estudiantes universitarios

	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Min</i>	<i>Max</i>	Shapiro-Wilk	
					<i>W</i>	<i>p</i>
Insatisfacción corporal						
Cognitivo Emotivo	33	23,27	0	84	0,96	< .001
Insatisfacción Perceptiva	8,38	9,5	0	38	0,83	< .001
Insatisfacción comportamental	3,16	5,4	0	28	0,66	< .001
Escala total	44,54	34,75	0	138	0,94	< .001

Adicción a las redes						
Obsesión	11,44	7,09	0	32	0,97	< .001
Falta de control personal	6,86	3,39	0	16	0,98	< .001
Uso excesivo	13,22	6,69	0	32	0,99	0,005
Escala total	37,9	19,53	0	96	0,98	< .001

La Tabla 6 presenta los estadísticos descriptivos y los resultados de la prueba de Shapiro-Wilk para evaluar la normalidad de las distribuciones de las puntuaciones en las escalas y dimensiones de la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. Para la insatisfacción corporal, se observan los siguientes datos descriptivos: el componente Cognitivo Emotivo tiene una media (M) de 33 y una desviación estándar (DE) de 23,27, con valores que van desde 0 hasta 84. La Insatisfacción Perceptiva tiene una media de 8,38 y una desviación estándar de 9,5, con un rango que también va de 0 a 38. La Insatisfacción Comportamental muestra una media de 3,16 y una desviación estándar de 5,4, y su rango es de 0 a 28. La escala total de insatisfacción corporal presenta una media de 44,54 y una desviación estándar de 34,75, con valores desde 0 hasta 138.

En cuanto a la adicción a las redes sociales, se reporta una media de 11,44 y una desviación estándar de 7,09 para Obsesión, con valores desde 0 hasta 32. La Falta de Control Personal tiene una media de 6,86 y una desviación estándar de 3,39, con un rango de 0 a 16. El Uso Excesivo presenta una media de 13,22 y una desviación estándar de 6,69, con valores que varían de 0 a 32. La escala total para adicción a las redes muestra una media de 37,9 y una desviación estándar de 19,53, con un rango de 0 a 96.

La prueba de Shapiro-Wilk indica que todas las escalas y dimensiones tienen distribuciones que difieren significativamente de una distribución normal, como se evidencia en los valores de p menores que .001, excepto en el Uso Excesivo donde p es .005. Esto sugiere que, para todas las variables evaluadas, la hipótesis de normalidad es

rechazada, lo cual es crucial al seleccionar pruebas estadísticas apropiadas para análisis subsiguientes.

Tabla 7

Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios

	<i>f</i>	%
Obsesión		
Bajo	119	39,7
Medio	88	29,3
Alto	93	31,0
Falta de control personal		
Bajo	113	37,7
Medio	98	32,7
Alto	89	29,7
Uso excesivo		
Bajo	106	35,3
Medio	100	33,3
Alto	94	31,3
Escala total		
Bajo	103	34,3
Medio	95	31,7
Alto	102	34,0

La Tabla 7 detalla las frecuencias y porcentajes correspondientes a las categorías de nivel bajo, medio y alto para las dimensiones y la escala total de adicción a las redes sociales de estudiantes universitarios. En la dimensión de Obsesión, un 39,7 % de los estudiantes se categoriza con un nivel bajo, un 29,3 % con un nivel medio, y un 31,0 % con un nivel alto. En cuanto a la Falta de Control Personal, el 37,7 % se sitúa en el nivel bajo, el 32,7 % en el medio y el 29,7 % en el alto. Respecto al Uso Excesivo, el 35,3 % de los estudiantes presentan un nivel bajo, el 33,3 % un nivel medio y el 31,3 % un nivel alto. Finalmente, al considerar la escala total de adicción a las redes, los porcentajes se

distribuyen de la siguiente manera: un 34,3 % para el nivel bajo, un 31,7 % para el medio, y un 34,0 % para el nivel alto.

Tabla 8

Frecuencias y porcentajes de las categorías para las dimensiones y escala total de la Insatisfacción corporal de los estudiantes universitarios

	<i>f</i>	<i>%</i>
Cognitivo Emotivo		
Bajo	56	18,7
Medio	48	16,0
Alto	196	65,3
Insatisfacción Perceptiva		
Bajo	100	33,3
Medio	17	5,7
Alto	183	61,0
Insatisfacción comportamental		
Bajo	187	62,3
Medio	17	5,7
Alto	96	32,0
Escala total		
Bajo	50	16,7
Medio	47	15,7
Alto	203	67,7

La Tabla 8 muestra las frecuencias y porcentajes de las categorías asignadas para las dimensiones y la escala total de la insatisfacción corporal en estudiantes universitarios. Dentro de la dimensión Cognitivo Emotivo, un 18,7 % de los estudiantes se categorizan en un nivel bajo, un 16,0 % en un nivel medio, y una mayoría del 65,3 % en un nivel alto de insatisfacción. En cuanto a la Insatisfacción Perceptiva, un 33,3 % de los estudiantes reportan un nivel bajo, solo un 5,7 % un nivel medio, y el 61,0 % un nivel alto. Para la Insatisfacción Comportamental, gran cantidad de los estudiantes, el 62,3 %, se clasifican en un nivel bajo, un 5,7 % en un nivel medio, y un 32,0 % en un nivel alto. En la escala total de la insatisfacción corporal, los porcentajes se distribuyen de la siguiente manera: 16,7 % para el nivel bajo, 15,7 % para el nivel medio, y una notable mayoría del 67,7 % se encuentra en un nivel alto de insatisfacción corporal. Estos resultados reflejan una alta

tendencia hacia la insatisfacción corporal en la muestra estudiada, especialmente en las dimensiones Cognitivo Emotivo y Perceptiva.

Tabla 9

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la obsesión por las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Obsesión	
	Rho	p
Insatisfacción Corporal	0,28	<0,001

La Tabla 9 muestra una correlación de Spearman (Rho) de 0,28 entre la insatisfacción corporal total y la obsesión por las redes sociales, con un valor p menor a 0,001. Esta correlación es estadísticamente significativa, lo que indica que existe una relación positiva entre estas variables. Dado que el coeficiente se encuentra entre 0,25 y 0,34, esta relación se clasifica como moderada. La dirección positiva de la correlación sugiere que a medida que aumenta la insatisfacción corporal en los estudiantes, también tiende a aumentar su obsesión por las redes sociales.

Tabla 10

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la falta de control personal en las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Falta de control personal	
	Rho	P
Insatisfacción Corporal	0,30	<0,001

La Tabla 10 reporta una correlación de Spearman (Rho) de 0,30 entre la insatisfacción corporal total y la falta de control personal en el uso de redes sociales, también con un valor p menor a 0,001, señalando nuevamente una asociación estadísticamente significativa. Al igual que en la Tabla 7, esta correlación es moderada y

positiva, indicando que mayores niveles de insatisfacción corporal se asocian con una mayor falta de control personal en el uso de las redes sociales.

Tabla 11

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Uso excesivo	
	Rho	P
Insatisfacción Corporal	0,33	<0,001

En la Tabla 11, se observa un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0,33 para la relación entre la insatisfacción corporal y el uso excesivo de las redes sociales, con un valor p menor a 0,001. Esta correlación, siendo mayor a 0,25 pero menor a 0,34, se considera moderada. Indica que a medida que aumenta la insatisfacción corporal, se tiende a incrementar el uso excesivo de las redes sociales entre los estudiantes. La dirección de la correlación es positiva, lo que sugiere que los niveles más altos de insatisfacción corporal están asociados con un mayor uso excesivo de las redes sociales.

Tabla 12

Correlación de Spearman entre la Insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales de los estudiantes universitarios

	Adicción a Redes	
	Rho	P
Insatisfacción Corporal	0,33	<0,001

La Tabla 12 muestra un coeficiente de correlación de Spearman (Rho) de 0,33 entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales, con un valor p también menor a 0,001. Al igual que en la correlación anterior, esta se clasifica como moderada y su dirección positiva implica que los estudiantes con mayor insatisfacción corporal presentan también mayores niveles de adicción a las redes sociales.

5.3 Discusión

Esta investigación se propuso examinar la conexión entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción con la imagen corporal en estudiantes de psicología, lo que permitió tener una idea general acerca de la influencia de una con la otra. Los jóvenes universitarios son uno de los grupos más activos en las diversas plataformas de la actualidad, por lo que la conexión entre el uso de las redes sociales y la insatisfacción corporal puede ser muy pertinente. A través del análisis de la literatura, se ha podido observar cómo múltiples investigaciones han abordado esta relación desde diferentes puntos de vista, ofreciendo una comprensión más profunda de la mecánica y las consecuencias psicológicas implicadas.

El objetivo general era poder ver la relación entre ambas variables, los resultados de este estudio muestran una relación significativa moderada entre el nivel de adicción a las redes sociales de los estudiantes de psicología de una institución privada de Arequipa y su nivel de insatisfacción corporal ($Rho = 0,33$, $p < 0,001$). La investigación realizada por Aslan y Tolan (2022) indican que el uso excesivo de redes sociales constituye un reto de salud comunitaria que necesita una atención especializada por parte de los profesionales de salud mental y los responsables de políticas públicas. Esto se debe a que se encontraron asociaciones moderadas y significativas al examinar la relación entre la insatisfacción corporal y la adicción a las redes sociales. La obsesión por las redes sociales, la falta de autocontrol y el uso excesivo de estas plataformas se relacionaron positivamente con mayores niveles de insatisfacción corporal. Esto sugiere que los participantes que presentan niveles más altos de adicción a las redes sociales también tienden a experimentar una mayor insatisfacción con su imagen corporal. Esta conexión ha sido observada en diversos contextos, internacionalmente, lo que sugiere que es un fenómeno ampliamente extendido con significativas repercusiones para la salud mental de las personas. En

relación con la insatisfacción perceptiva de la imagen corporal, los resultados obtenidos fueron consistentes con los hallazgos de Aguilar (2023), quien descubrió que la percepción distorsionada de la imagen corporal en estudiantes universitarios se agravaba cuando estos realizaban actividades repetitivas y pasaban largos períodos de tiempo en redes sociales ($r = 0,45$, $p < 0,001$). Estos hallazgos sugieren que una imagen corporal negativa está asociada con el uso excesivo de redes sociales, tanto en la investigación de Aguilar como en el estudio presente. Este patrón es especialmente preocupante porque ambos estudios se concentran en poblaciones universitarias jóvenes, que podrían ser más susceptibles a los efectos perjudiciales de las redes sociales sobre la percepción del propio cuerpo. Por otro lado, en un estudio realizado en Arabia Saudita por Saud et al. (2019), se encontró que aproximadamente tres cuartas partes de las mujeres con un nivel moderado de adicción a las redes sociales tenían una percepción negativa de su imagen corporal. Este hallazgo sugiere que el uso excesivo de las redes sociales puede contribuir significativamente a la insatisfacción con el propio cuerpo. Se descubrió que más de la mitad de ellos tenían una mala imagen corporal y eran moderadamente adictos a las redes sociales. Sin embargo, no se observó ninguna relación significativa entre ambas variables ($Rho=0,22$, $p=0,001$). A pesar de esto, en el presente estudio sí se demostró que existía una asociación sustancial y moderada entre estas mismas. Esta discrepancia podría explicarse por las diferencias culturales y demográficas entre las muestras de Arabia Saudí y Arequipa, así como por posibles disparidades en las herramientas de medición empleadas.

Además, estudios revisados sugieren que la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal puede estar mediada por factores culturales y sociales que afectan a hombres y mujeres de manera diferente (Yupanqui, 2020). Y si bien algunos estudios han encontrado que esta relación es más fuerte en mujeres, otros han observado lo contrario como en el estudio de Aslan y Tolan (2022), donde los resultados del análisis de

la prueba t de muestras independientes mostraron que no había diferencias estadísticamente significativas ($p > 0,05$) en el grado de adicción a las redes sociales entre los estudiantes en comparación con su sexo; lo que nos lleva a considerar el papel del género en la relación entre el uso de las redes sociales y la imagen corporal.

De forma similar, otras investigaciones han analizado cómo el uso de las redes sociales de formas específicas, como la comparación social y la exposición a imágenes idealizadas, puede afectar a la forma en que las personas perciben su cuerpo tal y como esto afecta el comportamiento de estas, así como se ve en el estudio de Filippone et al. (2022), donde descubrieron un fuerte vínculo entre la exposición a redes sociales y mayores niveles de impulsividad cognitiva ($r = 0,34$, $p = 0,02$) la cual a su vez estaba relacionada con los atracones de comida ($r = 0,33$, $p < 0,001$), la alimentación emocional ($r = 0,26$, $p = 0,01$), que hace referencia a las personas que tienen la tendencia a comer para sobrellevar emociones negativas, y por ultimo; con los antojos de comida ($r = 0,39$, $p < 0,001$). Esto implica que la exposición a las redes sociales a imágenes de cuerpos perfectos puede desencadenar patrones alimentarios poco saludables, que luego pueden exacerbar la insatisfacción corporal.

Por otro lado, los hallazgos de Aslan y Tolan (2022), ofrecen una perspectiva crucial para entender la relación entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología. Su investigación revela que tanto la ansiedad por la apariencia social como la adicción a las redes sociales están asociadas con una visión negativa de uno mismo, lo cual puede intensificar la insatisfacción corporal, se descubrió que la adicción a las redes sociales estaba predicha por pensamientos automáticos y ansiedad relacionados con la apariencia social, coincidiendo con los resultados de la presente investigación.

Como primer objetivo específico se decidió enfocarse en el nivel de adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada, obteniendo un resultado de 34,0 % en el nivel alto de adicción a redes sociales y un 31,7 % de nivel medio, al mismo tiempo esta población tuvo una frecuencia alta del uso de las redes sociales mencionando que el 40,7 % de estos están conectados todo el tiempo. Estos hallazgos son consistentes con los resultados obtenidos por Jiménez y Sedano (2022), quienes encontraron un nivel alto de adicción del 29,5 % y un nivel medio del 39,3 %, lo que sugiere una tendencia preocupante en el uso excesivo de redes sociales entre estudiantes universitarios, independientemente de la institución o contexto específico. Los antecedentes revisados revelan que el uso problemático de las redes sociales es un fenómeno generalizado que afecta a diferentes grupos de edad y contextos culturales (Delgado et al., 2022). Esto sugiere que el uso intensivo de plataformas como Facebook, Instagram y Twitter es una práctica común entre esta población. La necesidad de pertenencia, la facilidad de acceso a estas plataformas a través de dispositivos móviles y el deseo de afirmación social son algunos de los factores que contribuyen a la alta prevalencia de la adicción a las redes sociales (Fernández, 2022).

De acuerdo con el segundo objetivo específico, se encontró que los niveles de insatisfacción corporal entre los estudiantes son significativamente altos de 67,7 % de la población. Esto se refleja en las dimensiones cognitivas, emocionales y perceptivas de la insatisfacción corporal, donde la mayoría de los participantes informaron sentirse insatisfechos con su imagen corporal especialmente en las dimensiones Cognitivo Emotivo (65,3 %) y de Insatisfacción Perceptiva (61,0 %). Este notable contraste con la investigación de Jiménez y Sedano, que reportó un 24,1 % de nivel alto en insatisfacción corporal y un 27,1 % en insatisfacción mínima o ausente, sugiere que la percepción de la imagen corporal puede estar influenciada por factores contextuales y demográficos

específicos de cada población estudiada, destacando la importancia de considerar estas variables al analizar los niveles de insatisfacción corporal en diferentes grupos. En el estudio realizado por Quispe (2023), debido al impacto de los modelos atractivos que se promocionan en los medios de comunicación y en las redes sociales, descubrió que el 65 % de los estudiantes mujeres tenía una opinión muy negativa de su cuerpo, demostrando, dentro de sus limitaciones, que la población de mujeres podría ser más vulnerable a estos problemas.

El tercer objetivo específico se enfoca en ver la relación entre la *obsesión por redes sociales* y la insatisfacción corporal presento una relación estadísticamente significativa con un valor de p menor a 0,001 y una correlación significativa de 0,28, al igual que el estudio de Ecurra (2023), que mostro los estudiantes también estaban presentando una correlación positiva moderada muy significativa ($\rho=0,434$; $p<0,01$) entre la obsesión por redes sociales y una distorsión de su imagen corporal, por ello, los individuos podrían mostrar pensamientos automáticos y continuos sobre el uso de las redes sociales y, en caso de que no puedan acceder a ellas, expresarán grados de preocupación o hasta un nivel de agresión, además de la alineación de nociones de belleza muy extendidas que afectan a la forma en que la gente ve su cuerpo ya que como menciona Dulic (2023), el seguimiento constante de las redes sociales puede llevar a las personas a compararse negativamente con los demás, lo que puede tener un impacto perjudicial en la forma en que se ven a sí mismas.

Se tomo en consideración, en el cuarto objetivo específico la segunda dimensión de adicción a redes sociales; el 29,7 % de la población universitaria presentaba *la falta de control personal en las redes sociales* y mostrando una correlación significativa con la insatisfacción corporal ($r = 0,30$, $p < 0,001$), esta variable mide hasta qué punto las personas creen que no tienen influencia sobre el uso que hacen de las redes sociales.

Abarca aspectos como la incapacidad de establecer límites de tiempo para el uso de las redes sociales, la interrupción de las redes sociales en las actividades cotidianas y la sensación de dependencia, del mismo modo en el estudio de Dulic (2023), se mostró una correlación moderada con esta dimensión y la autoestima ($r = -0,298$ $p < 0,001$) demostrando que las personas que creen que no tienen control sobre el uso que hacen de las redes sociales pueden perder la confianza en sí mismas y pensar mal de sí mismas. Sin embargo, el estudio realizado por Yupanqui (2020) demuestra lo contrario, donde halló una correlación negativa débil que vincula las variables adicción a redes sociales y autoestima, pero significativa igualmente ($r = -0,25$, $p < 0,002$), lo que del mismo modo puede indicar que las personas que carecen de autocontrol corren un mayor riesgo de convertirse en adictos a las redes sociales. La baja autoestima y, por extensión, la insatisfacción corporal se predice por el componente de falta de control personal.

Para culminar, la dimensión *uso excesivo de redes sociales*, siendo el quinto objetivo específico, fue la que presentó un nivel alto con una frecuencia de 31,3 % y comparando con el estudio realizado por Jiménez y Sedano (2022), con estudiantes de psicología donde tuvo un nivel medio-alto con una frecuencia de 41,5 % en el cual también se encontró una correlación significativa entre la dependencia a las redes sociales y la insatisfacción corporal, lo que sugiere que aquellos que hacen un uso más intensivo de las redes sociales tienden a sentirse más insatisfechos con su cuerpo. Con una correlación positiva moderada ($r = 0,33$, $p < 0,001$) entre el uso excesivo de redes sociales y la insatisfacción corporal el presente estudio puede indicar también que las estudiantes de la universidad privada de Arequipa que mientras más sea su insatisfacción corporal, incrementa el uso excesivo de redes sociales, al igual que en el estudio de Valdez (2018), donde se mostró una frecuencia alta en la dimensión uso excesivo de redes sociales en mujeres y hombres (60,26 % y 31,08 % respectivamente) también encontrando una

correlación inversa con el nivel de autoestima. ($r = -.682$; $p < .001$). El trabajo de Ripalda (2022), proporciona evidencia importante sobre cómo la adicción a las redes sociales puede influir negativamente en la percepción de la imagen corporal en adolescentes. La conexión identificada entre el uso excesivo de redes sociales y la insatisfacción corporal en adolescentes podría sugerir que los estudiantes de psicología, al igual que los adolescentes, pueden estar expuestos a presiones similares que afectan su autoimagen sin embargo los hallazgos de Ripalda muestran que no hubo una relación significativa entre estas variables ($Rho = -0,103$, $p > 0,05$), como en esta investigación que si hubo una relación significativa, las variaciones en el grupo demográfico estudiado (estudiantes universitarios frente a adolescentes) y las circunstancias culturales particulares podrían ser la causa de la disparidad.

Es importante destacar que existe la compleja interacción entre el uso de las redes sociales y la insatisfacción corporal. Las personas insatisfechas con su cuerpo, por ejemplo, pueden recurrir a las redes sociales para obtener validación y aprobación, lo que puede conducir a una mayor dependencia y uso de estas plataformas. Al caer en este círculo vicioso, se puede exacerbar la infelicidad y complicar los trastornos mentales, como la ansiedad y la depresión.

Se identifican algunos errores metodológicos que deben considerarse. Una de las principales limitaciones es la dependencia exclusiva de cuestionarios autoadministrados, lo que podría haber generado sesgos de respuesta, ya que los participantes pueden haber respondido de manera socialmente deseable o no haber interpretado correctamente algunas preguntas. Este sesgo puede afectar la precisión de los datos recolectados. Para futuras investigaciones, sería recomendable emplear enfoques mixtos que combinen métodos cualitativos, como entrevistas o grupos focales, con los métodos cuantitativos ya

utilizados. Esto permitiría profundizar en la comprensión de los resultados y ofrecer una perspectiva más integral del fenómeno estudiado.

Por otro lado, una fortaleza importante de este estudio es su enfoque en una población específica, es decir, estudiantes universitarios de psicología. Esto ha permitido obtener conclusiones significativas para este grupo, lo que contribuye a un mejor entendimiento de la relación entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal en jóvenes adultos. Sin embargo, el uso de un diseño transversal representa una debilidad, ya que impide establecer relaciones causales directas entre las variables. Este tipo de diseño solo permite observar correlaciones en un momento puntual, por lo que estudios longitudinales serían necesarios para evaluar cómo evoluciona esta relación a lo largo del tiempo.

CONCLUSIONES

La adicción a las redes sociales puede tener efectos perjudiciales, especialmente en lo que se refiere a la insatisfacción corporal. Estas plataformas son utilizadas por estudiantes universitarios que buscan la validación y el reconocimiento que no pueden obtener en su entorno inmediato.

- En relación con el objetivo general la relación entre adicción a redes sociales e insatisfacción corporal se encontró una correlación moderada y positiva ($Rho=0,33$, $p<0,001$), lo que sugiere que a medida que aumenta la insatisfacción con el cuerpo, también lo hace el uso de estas plataformas. Esto podría deberse a que los estudiantes buscan en redes sociales la validación que no encuentran en su entorno inmediato. Redes como Facebook e Instagram, al mostrar fotos idealizadas y usar filtros, amplifican la necesidad de aceptación externa y la comparación social, lo que puede agravar la insatisfacción corporal. Este patrón puede generar un círculo vicioso en el que la búsqueda de validación en redes sociales expone a las personas a estándares de belleza inalcanzables, intensificando su insatisfacción con el propio cuerpo.
- Como primer objetivo específico los niveles de adicción a redes sociales e insatisfacción corporal se vio una fracción considerable de los estudiantes universitarios presenta niveles medios-altos de adicción a las redes sociales. En concreto, el 34 % de los sujetos desarrolló un nivel alto, lo que indica un uso compulsivo e incontrolable de estas plataformas. Comportamientos como la necesidad incesante de estar conectado, la incapacidad de establecer límites de tiempo y el uso principal de las redes sociales para comunicarse y divertirse son ejemplos de cómo se presenta esta adicción. Por el otro lado, el segundo objetivo específico busco el nivel de insatisfacción corporal en los alumnos de psicología, resultando preocupante que el 67,7 % de los sujetos expresen un

nivel alto de insatisfacción corporal. Este alto grado de insatisfacción corporal indica que una mayoría considerable de estudiantes no están contentos con su aspecto.

- Como tercer, cuarto y quinto objetivo específicos se tomaron en cuenta las dimensiones de la adicción a las redes sociales:
 - **Obsesión por las redes sociales:** Esta dimensión se refiere al compromiso mental excesivo con las redes sociales, la población que pasa gran parte de su tiempo pensando en las redes sociales, incluso cuando no están usándolas, tienden a mostrar una relación con la insatisfacción corporal. La obsesión puede llevar a una mayor exposición a contenidos que promueven ideales corporales poco realistas, intensificando los sentimientos de insuficiencia personal.
 - **Falta de control personal:** Esta dimensión se centra en la incapacidad de los usuarios para reducir su tiempo en redes sociales, afectando negativamente su vida diaria. Se mostro que los estudiantes universitarios que no pueden controlar su uso de redes sociales tienden a experimentar mayores niveles de insatisfacción, ya que el uso prolongado de estas plataformas puede aumentar la exposición a imágenes y mensajes que refuerzan la percepción negativa de uno mismo.
 - **Uso excesivo de las redes sociales:** Se refiere a la cantidad de tiempo invertido en estas plataformas. Los estudiantes que usan excesivamente las redes sociales muestran una correlación moderada con la insatisfacción corporal, sugiriendo que el tiempo prolongado en estas plataformas puede incrementar los sentimientos de insatisfacción debido a la constante comparación con los estándares de belleza promovidos en línea.

Este estudio destaca la necesidad de intervenciones que fomenten un uso más saludable de estas plataformas entre los jóvenes universitarios. Aunque el diseño transversal del estudio limita la capacidad de establecer relaciones causales, futuras

investigaciones podrían explorar esta relación en mayor profundidad y considerar otros factores mediadores.

En síntesis, se reafirma la existencia de una correlación positiva entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología. Los hallazgos resaltan la urgencia de implementar programas educativos que fomenten un uso equilibrado de las plataformas digitales. Además, el estudio proporciona evidencia sólida sobre el impacto del uso excesivo de redes en la percepción corporal negativa de los jóvenes, lo cual puede ser fundamental para diseñar intervenciones orientadas a la salud mental. Por tanto, se confirma la hipótesis principal que establece una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal, así como la aceptación de las hipótesis específicas propuestas.

RECOMENDACIONES

La adicción a las redes sociales está asociada con una percepción negativa del propio cuerpo, lo que resalta la importancia de incluir la imagen corporal en intervenciones de bienestar psicológico y uso responsable de redes sociales. Además, aunque las redes sociales ofrecen nuevas formas de expresión personal, también pueden generar presión para adoptar personalidades en línea y preocupaciones sobre privacidad y autenticidad y no solo se trata de corregir los problemas identificados en los resultados sino también de animar a los estudiantes a adoptar hábitos saludables que favorezcan su bienestar general. Se prevé que tenga un efecto beneficioso y duradero en la percepción que los jóvenes universitarios por lo que se realizan las siguientes recomendaciones:

- **Metodológicas:** Se aconseja que en futuras investigaciones se investiguen diversas técnicas metodológicas que puedan ofrecer una comprensión más exhaustiva de la conexión entre ambas variables. En particular, el análisis fenomenológico, los grupos de discusión y las entrevistas en profundidad son ejemplos de enfoques cualitativos que pueden utilizarse para recabar información exhaustiva sobre las experiencias y perspectivas individuales de los estudiantes. Al captar los matices de cómo las redes sociales afectan a la percepción que las personas tienen de sí mismas y de su salud emocional, estas técnicas podrían proporcionar una comprensión más específica y matizada que complementaría los hallazgos cuantitativos. Además, para seguir los cambios en la actividad de las redes sociales y la percepción corporal a lo largo del tiempo y establecer vínculos causales más definidos, deberían realizarse estudios longitudinales.
- **Académicas:** La investigación sobre cómo afectan las redes sociales a la percepción que tienen los jóvenes de su cuerpo y su salud mental no debe detenerse. Las

instituciones educativas deben hacer hincapié en la importancia de este tema, porque tiene una gran influencia en la salud social y psicológica de los estudiantes. Las investigaciones posteriores deben centrarse no solo en las consecuencias adversas, sino también en las posibles ventajas de las plataformas de medios sociales cuando se emplean de forma sensata y proporcionada. También se aconseja investigar intervenciones educativas que puedan utilizarse en entornos académicos. Se puede obtener una comprensión más completa del fenómeno mediante investigaciones interdisciplinarias que incorporen la sociología, la psicología y la comunicación.

- **Prácticas:** Se aconseja que las universidades y otras instituciones educativas creen iniciativas instructivas y de apoyo para abordar la buena imagen corporal de los estudiantes y fomentar un uso saludable de los medios sociales. En estos programas podrían incluirse talleres de alfabetización informática, métodos de gestión del tiempo y métodos para fomentar una imagen positiva de uno mismo. Además, para concienciar a los estudiantes de los posibles inconvenientes y fomentar mejores hábitos, sería útil realizar campañas de sensibilización sobre los peligros del uso excesivo de las redes sociales. Incorporar servicios de apoyo psicológico que ofrezcan asesoramiento específico sobre la gestión del estrés y la ansiedad e insatisfacción relacionados con la imagen corporal.

REFERENCIAS

- Aguilar, A. (2023). *Uso de redes sociales y percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios de la Provincia de Chiclayo* [Tesis de pregrado, Universidad Señor de Sipán]. Repositorio Institucional de la USS.
<https://repositorio.uss.edu.pe/handle/20.500.12802/11992>.
- Alarcón, G. y Salas-Blas, E. (2022). Adicción a Redes Sociales e Inteligencia Emocional en estudiantes de educación superior técnica. *Health and Addictions / Salud y Drogas*, 22(1), 152-166. doi: 10.21134/haaj.v22i1.640
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). American Psychiatric Publishing.
- Aslan, H. & Tolan, Ö. (2022). Social Appearance Anxiety, Automatic Thoughts, Psychological Well-Being and Social Media Addiction in University Students. *International Education Studies*, 15(1), 47-62.
- Aucancela-Buri, F., Heredia-León, D., Ávila-Mediavilla, C. y Bravo-Navarro, W. (2020). La actividad física en estudiantes universitarios antes y durante la pandemia COVID-19. *Polo del Conocimiento*, 5(11), 11.
<https://doi.org/10.23857/pc.v5i11.1916>
- Ávila, M. (2023). Construcciones de género y factores subyacentes al uso adictivo al Internet en universitarios de Nuevo León, México. *RIDE. Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo*, 13(26).
- Blas, E., Ipince, C. y Medina, E. (2022). Adicción a las redes sociales y soledad en estudiantes universitarios limeños. *Información psicológica*, (123), 2-14.
- Baños, J. y Aguilar, K. (2020). *Body Shape Questionnaire (BSQ): Estructura factorial y fiabilidad en universitarios peruanos*.
<https://doi.org/10.33539/avpsicol.2020.v28n2.2254>

- Barnes, M., Abhyankar, P., Dimova, E., & Best, C. (2020). Associations between body dissatisfaction and self-reported anxiety and depression in otherwise healthy men: A systematic review and meta-analysis. *PloS one*, 15(2).
- Barrera, C. (2020). *Estado del arte: el concepto de imagen corporal y sus afecciones en la psicología clínica*.
- Blasco, H. (2021). El impacto de las redes sociales en las personas y en la sociedad: redes sociales, redil social, ¿o telaraña? *Tarbiya, Revista de Investigación e Innovación Educativa*, (49). <https://doi.org/10.15366/tarbiya2021.49.007>
- Delgado-Rodríguez, R., Linares, R. y Moreno-Padilla, M. (2022). Social network addiction symptoms and body dissatisfaction in young women: exploring the mediating role of awareness of appearance pressure and internalization of the thin ideal. *Journal of Eating Disorders*, 10(1), 117.
- Dessal, G. (2020). *Inconsciente 3.0: Lo que hacemos con las tecnologías y lo que las tecnologías hacen con nosotros*. Xoroi Edicions.
- Dulic Battistesa, N. Y. (2023). Autoestima y adicción a las redes sociales en adolescentes y adultos jóvenes de zona oeste del Gran Buenos Aires.
- Escurre, Y. (2023). *Imagen corporal y adicción a redes sociales en estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Pedro Gálvez Egúsqiza, Lima-2022* [Tesis de pregrado, Universidad Norbert Wiener]. <https://repositorio.uwiener.edu.pe/server/api/core/bitstreams/b21fd872-e3b8-4fae-94cc-ca442afa83bb/content>
- Escurre, M. y Salas, E. (2014). Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS). *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 20(1), 73-91.
- Fernández, L. (2022). *Influencia de la insatisfacción corporal en el desarrollo del TCA y el uso de Instagram*.

<https://titula.universidadeuropea.es/bitstream/handle/20.500.12880/1342/laurafernandezo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Filippone, L., Shankland, R., & Hallez, Q. (2022). The relationships between social media exposure, food craving, cognitive impulsivity and cognitive restraint. *J Eat Disord* 10, 184. <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00698-4>

García-Moscoso, C. (2020). *Imagen corporal, Trastornos de la Conducta Alimentaria*

(TCA) y Terapia de Aceptación y Compromiso (ACT).

https://crea.ujaen.es/bitstream/10953.1/10624/1/Garca_Moscoso_CarmendelConsuelo_TFG_Psicologa.pdf

Gentina, E., & Delecluse, M. E. (2018). *Génération Z: Des Z consommateurs aux Z collaborateurs*. Dunod.

Girón, J., & Pari, J. (2021). *Insatisfacción corporal y uso de redes sociales asociados a la dismorfia muscular en estudiantes universitarios* [Tesis de pregrado, Universidad Continental]. Repositorio Institucional de la Universidad Continental.

https://repositorio.continental.edu.pe/bitstream/20.500.12394/9217/4/IV_FCS_502_TE_Giron_Pari_2021.pdf

Gómez-Paniagua, S., Polo-Campos, I., Galán-Arroyo, C. y Rojo-Ramos, J. (2023). Imagen corporal en universitarios extremeños de la Facultad de Educación tras la COVID-19 (Body image in university students from Extremadura of the Faculty of Education after COVID-19). *Retos*, 50, 69-78.

Herencia, C. (2020). La propagación digital del coronavirus: Midiendo el engagement del entretenimiento en la red social emergente TikTok. *Revista española de comunicación en salud*, 171-185.

Hernández, M., Mateo, C., García, A., Fernández, A., Mejía, A. y Sánchez-Cabrero, R.

(2019). *El derecho al olvido digital y la imagen corporal virtual en adolescentes y*

- jóvenes. In *Intervención e investigación en contextos clínicos y de la salud: volumen I*. Asociación Universitaria de Educación y Psicología (ASUNIVEP).
- Hernández, R., Fernández, C. y Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ª ed.). McGraw-Hill.
- Hilario, L. y Macedo, A. (2022). *Propiedades psicométricas del cuestionario imagen evaluación de la insatisfacción con la imagen corporal en universitarios Huaraz 2022* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la Universidad César Vallejo.
- https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/103740/Hilario_VLC-Macedo_LAP-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2024). *Aumentó la población usuaria de Internet en todos los grupos de edad en el primer trimestre de 2024*. Gobierno del Perú. <https://www.gob.pe/institucion/inei/noticias/980106-aumento-la-poblacion-usuaria-de-internet-en-todos-los-grupos-de-edad-en-el-primer-trimestre-de-2024>
- Jiménez, V. y Sedano, E. (2022). *Dependencia a las redes sociales y la imagen corporal en estudiantes de la carrera de Psicología de una universidad privada de Los Olivos, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad Privada del Norte].
- <https://hdl.handle.net/11537/31310>
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International journal of environmental research and public health*, 18(6), 2880.
- Kish, L. (1995). *Survey Sampling*. John Wiley, & Sons.

- Linares, G. y Figueroa, S. (2023). *Relación entre la Adicción a Redes Sociales con la Autoestima y la Insatisfacción Corporal en Estudiantes de la Universidad Ricardo Palma* [Tesis de pregrado, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional de la URP. <https://repositorio.urp.edu.pe/server/api/core/bitstreams/3defbc97-d198-41bb-98ce-f2a58f2431d4/content>
- Liu, Q., Sun, J., Li, Q., & Zhou, Z. (2020). Body dissatisfaction and smartphone addiction among Chinese adolescents: A moderated mediation model. *Children and Youth Services Review*, 108.
- Lugo, K. (2020). *Relación del uso de redes sociales, adicción a internet, imagen corporal y riesgo de trastorno de conducta alimentaria en adolescentes de la frontera Noroeste de México* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Baja California]. Repositorio Institucional de la UABC. <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/server/api/core/bitstreams/0f692f16-d2e7-4be9-9fd4-9b96b4e524be/content>
- Marqués, M., Paxton, S., McLean, S., Jarman, H., & Sibley, C. (2022). A prospective examination of relationships between social media use and body dissatisfaction in a representative sample of adults. *Body Image*, 40, 1-11.
- Montoya, K. (2021). *Asociación entre insatisfacción corporal y el uso de las redes sociales en universitarias* [Tesis de maestría, Universidad Autónoma de Baja California]. Repositorio Institucional de la UABC. <https://repositorioinstitucional.uabc.mx/entities/publication/3c99548e-7308-4160-bb99-4baa27644159>
- Muñoz, M. y Gómez, J. (2023). Efecto de la exposición a fotos editadas de Instagram en la imagen corporal: una replicación sistemática en jóvenes universitarias

españolas. *Análisis y Modificación de Conducta*, 49(179).

<https://doi.org/10.33776/amc.v49i179.7577>

Nápoles, N., Blanco, H. y Jurado, P. (2022). *La autoeficacia y su influencia en la insatisfacción de la imagen corporal: revisión sistemática*.

<https://psicologiaysalud.uv.mx/index.php/psicysalud/article/view/2711>

Ngemba, M. (2023). *Pandemia, redes sociales y personas influyentes: implicaciones para la salud mental de las adolescentes*.

Padín, P., González-Rodríguez, R., Verde-Diego, C. y Vázquez-Pérez, R. (2021). Social media and eating disorder psychopathology: A systematic review.

Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace, 15(3),

<https://doi.org/10.5817/CP2021-3-6>

Papalia, D. (2012). *Desarrollo Humano* (12ª ed.). McGraw-Hill.

Ponce, C. (2020). *Abuso de las redes sociales en jóvenes españoles y su relación con la imagen corporal, la autoestima y la satisfacción vital*. [Tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio de la Universidad Pontificia Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/55204>.

Polar, S., & Varescon, I. (2022). *Utilisation problématique d'Instagram, orientation à la comparaison sociale, estime de soi physique et sociale: étude exploratoire*. *Psychologie Française*.

<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0033298422000504>

Quispe, C. (2023). *Influencia de los modelos estéticos corporales en la percepción de la imagen corporal de estudiantes mujeres de primer año de secundaria de la Institución Educativa Eduardo Francisco Forga, Arequipa, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Católica de Santa María]. Repositorio Institucional de la

- UCSM. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/cf2ee07b-0b6a-4837-ad9f-fe8c3d859c22/content>
- Rincón Barreto, D. M., Suárez Martínez, C., Mesa Benítez, S., López Botero, J. D., Orozco Martínez, A. C., Marín Hoyos, J. D., ... & Navarrete, M. C. (2019). Percepción de la Imagen corporal en universitarios de la Ciudad de Medellín.
- Ripalda, J. (2022). *Adicción a redes sociales y su relación con la imagen corporal en adolescentes* [Tesis de pregrado, Universidad Técnica de Ambato]. Repositorio Institucional de la UTA. <https://repositorio.uta.edu.ec/items/57129346-2a44-482d-b62f-b9fdbdaa9ac4>
- Romo del Olmo, M. (2020). *Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes. Un proyecto de prevención*. <https://rodin.uca.es/bitstream/handle/10498/23419/Romo%20del%20Olmo%2c%20M.pdf?sequence=4&isAllowed=y>
- Salas, A., Gutiérrez, A., & Vernetta, M. (2022). Insatisfacción corporal y trastornos de conducta alimentaria en gimnastas. 577-585. Federación Española de Asociaciones de Docentes de Educación Física
- Saud, D., Alhaddab, S., Alhajri, S., Alharbi, N., Aljohar, S. y Mortada, E. (2019). The Association Between Body Image, Body Mass Index and Social Media Addiction Among Female Students at a Saudi Arabia Public University. *Malaysian Journal of Medicine & Health Sciences*, 15(1).
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.
- Tineo, L. (2022). *Impacto de las redes sociales en la imagen corporal de adolescentes, Lima-2020* [Tesis de pregrado, Universidad Peruana Cayetano Heredia].

Repositorio Institucional de la UPCH.

<https://repositorio.upch.edu.pe/handle/20.500.12866/11566>).

Torres, S. (2021). *Propiedades psicométricas del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS) en estudiantes de nivel secundario de Lima norte, 2021* [Tesis de pregrado, Universidad César Vallejo]. Repositorio Institucional de la UCV.

https://repositorio.ucv.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12692/70513/Torres_LS-SD.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Valdez, A. (2018). *Adicción a Redes Sociales y Autoestima en Adolescentes de Nivel Secundario de una Institución Privada* [Tesis de pregrado, Universidad Católica Santa María]. Repositorio Institucional de la UCSM.

<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/1aedcf64-e5bd-4a15-9da4-cfaf2e947439/content>

Young, K. (2005). Clasificación de los subtipos, consecuencias y causas de la adicción a internet. *Psicología Conductual*, 13(3), 463-480

Young, K. S., & De Abreu, C. N. (Eds.). (2010). *Internet addiction: A handbook and guide to evaluation and treatment*. John Wiley & Sons.

Yupanqui, E. (2020). *Uso problemático de las redes sociales virtuales y autoestima en jóvenes de una universidad privada de Lima Metropolitana* [Tesis de pregrado, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio Institucional de la USIL.

<https://repositorio.usil.edu.pe/server/api/core/bitstreams/33ac4c2b-cdb7-4a78-bbe1-5e1e44964834/content>

ANEXOS

ANEXO 1. MATRIZ DE CONSISTENCIA

Relación de adicción a Redes Sociales e Insatisfacción Corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023				
Problema	Objetivo	Hipótesis	Variables	Diseño metodológico
Problema general ¿Cuál es la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	Objetivo general Determinar la relación entre el nivel de adicción a redes sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023.	Hipótesis general Existe una relación significativa entre el nivel de adicción a las Redes Sociales y el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023. Hipótesis específicas	Variable 1 Adicción a Redes Sociales Variable 2 Insatisfacción Corporal	Tipo Cuantitativo Nivel Descriptivo Diseño Transversal
			Técnicas e instrumento	Población y muestra

Problemas específicos ¿Cuál es el nivel de la adicción a redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023? ¿Cuál será el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	Objetivos específicos Identificar el nivel de adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023 Reconocer el nivel de insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	Existe un nivel alto en la adicción a las redes sociales en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023 El nivel de insatisfacción con la imagen corporal es moderado en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023 La dimensión obsesión a redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel medio significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	Técnica Cuestionario Instrumento Cuestionario de la Insatisfacción con la Imagen Corporal (IMAGEN) Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS) Descriptiva Tablas de frecuencia y de correlación de Spearman	Población La población estuvo conformada por 300 estudiantes de psicología entre 18 y 25 años de ambos sexos de una universidad privada de Arequipa. Muestra Tipo de muestreo no probabilístico por cuotas. 305 personas.
--	---	--	--	---

¿Cuál es la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	Determinar la relación entre la dimensión obsesión a redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	La dimensión falta de control en redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	
¿Cuál es la relación entre la dimensión falta de control personal en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad	Determinar la relación entre la dimensión falta de control personal en redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una	La dimensión uso excesivo a redes sociales se relaciona con la insatisfacción corporal en un nivel alto significativo en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023	

privada de Arequipa, 2023? ¿Cuál es la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023?	universidad privada de Arequipa, 2023 Determinar la relación entre la dimensión uso excesivo de las redes sociales con la insatisfacción corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023		
--	--	--	--

Huancayo, 30 de marzo del 2023

OFICIO N°0167-2023-CIEI-UC

Investigadores:

ALEJANDRA DANIELA VALENCIA ARCE
JIMENA SOTO CASIS

Presente

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes para saludarles cordialmente y a la vez manifestarles que el estudio de investigación titulado: **RELACIÓN ENTRE ADICCIÓN A REDES SOCIALES E INSATISFACCIÓN CORPORAL EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA, 2023.**

Ha sido **APROBADO** por el Comité Institucional de Ética en Investigación, bajo las siguientes precisiones:

- El Comité puede en cualquier momento de la ejecución del estudio solicitar información y confirmar el cumplimiento de las normas éticas.
- El Comité puede solicitar el informe final para revisión final.

Aprovechamos la oportunidad para renovar los sentimientos de nuestra consideración y estima personal.

Atentamente,




Walter Calderón Gerstein
 Presidente del Comité de Ética
 Universidad Continental

C.c. Archivo.

Arequipa
 Av. Los Incas S/N,
 José Luis Bustamante y Rivero
 (054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
 (054) 412 030

Huancayo
 Av. San Carlos 1980
 (064) 481 430

Cusco
 Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo
 (084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,
 carretera San Jerónimo - Saylla
 (084) 480 070

Lima
 Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos
 (01) 213 2760

Jr. Junín 355, Miraflores
 (01) 213 2760

ANEXO 3.

CONSENTIMIENTO INFORMADO

En el siguiente consentimiento presentado por nuestra persona, Alejandra Valencia y Jimena Soto, bachilleres en Psicología, tiene como objetivo pedir su apoyo en la realización de la investigación “Relación de las Redes Sociales y la Insatisfacción Corporal en jóvenes de la ciudad de Arequipa”, con el fin de estudiar la relación que existe entre las redes sociales que frecuentamos con la insatisfacción corporal que se puede presentar.

La evaluación se realizará a través de dos cuestionarios, donde usted tendrá que responder con la mayor honestidad posible, tomándose el tiempo necesario para responder dentro de los parámetros establecidos.

Se guardará su información mediante el uso de Google Docs Forms con sus iniciales. Tras analizar los datos, no se mostrará ninguna información que permita la identificación de los participantes. Su participación en la investigación es completamente voluntaria, cualquier consulta no dude en comunicarse.

Si usted decide participar en esta investigación, es necesario seleccionar una de las opciones mostradas.:

- SI, ACEPTO.
- NO, ACEPTO.

Doy mi consentimiento para participar en el estudio y autorizo que mi información se utilice en este.

" AÑO DE LA UNIDAD, LA PAZ Y EL DESARROLLO "

Arequipa, 17 de febrero del
2023

SEÑORITAS:

**VALENCIA ARCE, ALEJANDRA
DANIELA SOTO CASIS, JIMENA**

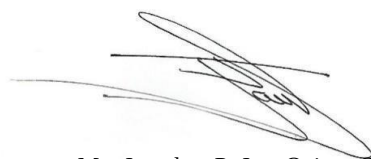
De mi especial consideración:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes con la finalidad de hacerles llegar un cordial saludo, acorde a su solicitud para realizar la investigación de su tesis y verificando la conformidad por parte de su asesora la Mg. María Laura Herrera Falcón respecto a su proyecto de Investigación titulado **“RELACIÓN ENTRE LA ADICCIÓN A LAS REDES SOCIALES Y LA INSATISFACCIÓN CORPORAL EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA, 2023”**.

En virtud de lo mencionado se **AUTORIZA** aplicar la investigación en la EAP de Psicología filial Arequipa, y en mérito a lo manifestado se le brindará las facilidades del caso para que puedan recabar la información que se necesita con los lineamientos éticos correspondientes.

Se comunica mediante la presente para conocimiento y fines correspondientes.

Atentamente,



Mg. Jonathan P. Jara Quispe Coordinador
EAP de Psicología Universidad Continental –
Filial Arequipa

Arequipa
Av. Los Incas S/N,
José Luis Bustamante y Rivero
(054) 412 030

Calle Alfonso Ugarte 607, Yanahuara
(054) 412 030

Huancayo
Av. San Carlos 1980
(064) 481 430

Cusco
Urb. Manuel Prado - Lote B, N° 7 Av. Collasuyo
(084) 480 070

Sector Angostura KM. 10,
carretera San Jerónimo - Saylla
(084) 480 070

Lima
Av. Alfredo Mendiola 5210, Los Olivos
(01) 213 2760

Jr. Junín 355, Miraflores
(01) 213 2760

ANEXO 5. Cuestionario de la Insatisfacción con la Imagen Corporal (IMAGEN)

IMAGEN INSTRUCCIONES

A continuación, se presentan una serie de frases que hacen referencia a determinados pensamientos, emociones o comportamientos asociados a tu figura. Se trata de que señales con qué frecuencia se den en ti de acuerdo a la siguiente escala:

CASI NUNCA O NUNCA	POCAS VECES	Unas veces sí y otras no	Muchas veces	Casi siempre o siempre
0	1	2	3	4

Observa el siguiente ejemplo:

¿Con qué frecuencia tienes el siguiente pensamiento?		
0	No quiero ser una persona gorda	0 1 2 3 4



En el ejemplo, la persona ha contestado 2, lo que quiere decir que a veces tiene el pensamiento de no querer ser una persona gorda.

Cuando respondas a las preguntas trata de hacerlo de la forma más sincera que puedas. Recuerda que **tus respuestas son confidenciales** y **que no**

hay contestaciones buenas ni malas, sencillamente sigue tu criterio personal.

CASI NUNCA O NUNCA	POCAS VECES	Unas veces sí y otras no	Muchas veces	Casi siempre o siempre
0	1	2	3	4

**¿CON QUÉ FRECUENCIA TIENES LOS
SIGUIENTES
PENSAMIENTOS Y
EMOCIONES?**

1	Debería ponerme a dieta.	0 1 2 3 4
2	Tendría que hacer ejercicio para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3	Es absolutamente necesario que esta delgada o delgado.	0 1 2 3 4
4	Estoy insatisfecha(o) con mi figura corporal.	0 1 2 3 4
5	Si hiciera ejercicio conseguiría disminuir mi peso.	0 1 2 3 4

6	Me da miedo conocer mi peso.	0 1 2 3 4
7	Admiro a las personas o modelos capaces de mantener una figura delgada.	0 1 2 3 4
8	Me pongo triste cuando pienso en mi figura.	0 1 2 3 4
9	Me irrito cuando pienso en mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
10	Me molesto cuando mi familia me indica algo sobre mi figura.	0 1 2 3 4
11	Me siento inferior cuando alguien halaga la figura de otras personas.	0 1 2 3 4
12	Me siento gorda o gordo cuando gano algo de peso.	0 1 2 3 4
13	Si engordase no lo soportaría.	0 1 2 3 4
14	Tengo miedo a perder el control sobre mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
15	Tengo miedo a engordar.	0 1 2 3 4
16	Cuando como, tengo miedo a perder el control.	0 1 2 3 4
17	Imagino que si fuese una persona delgada estaría segura de mí.	0 1 2 3 4

18	Tengo miedo a tener celulitis.	0 1 2 3 4
19	Me influyen de forma negativa los comentarios sobre mi cuerpo.	0 1 2 3 4
20	Recuerdo de forma negativa las burlas sobre mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
21	Pienso que me estoy poniendo gorda o gordo.	0 1 2 3 4

**¿CON QUE FRECUENCIA TIENES LAS SIGUIENTES
IDEAS?**

2 2	Mi estómago impide que me vea los pies.	0 1 2 3 4
2 3	Mis brazos son gordos.	0 1 2 3 4
2 4	Tengo las mejillas caídas.	0 1 2 3 4
2 5	Mi pecho esta flácido y caído.	0 1 2 3 4
2 6	El roce entre mis piernas me impide andar bien.	0 1 2 3 4

2 7	Ocupo demasiado espacio en las sillas.	0 1 2 3 4
2 8	Las dimensiones de mi cuerpo me impiden llevar una vida normal.	0 1 2 3 4
2 9	Las dimensiones de mi estómago me hacen parecer una foca.	0 1 2 3 4
3 0	Los rollitos que me salen por la espalda me hacen recordar a las salchichas.	0 1 2 3 4
3 1	Las facciones de mi cara están deformes debido a mi peso.	0 1 2 3 4

**¿CON QUE FRECUENCIA REALIZAS LOS SIGUIENTES
COMPORTAMIENTOS?**

3 2	Me provoco el vómito para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3 3	Utilizo laxantes, diuréticos y otras pastillas para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3 4	Vomito después de las comidas.	0 1 2 3 4

3 5	Cuento las calorías como si fuese una calculadora.	0 1 2 3 4
3 6	Intento permanecer de pie para perder peso.	0 1 2 3 4
3 7	Arrojo la comida para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3 8	Escondo comida porque quiero controlar mi peso.	0 1 2 3 4

ANEXO 6. Cuestionario de adicción a las redes sociales (ARS)

A continuación, se presentan 24 ítems referidos al uso de las Redes Sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existen respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas. Marque un aspa (X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

N° ITE M	DESCRIPCIÓN	RESPUESTA				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					

7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					

17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja, o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

ANEXO 9. Informe TURNITIN

“Relación entre adicción a Redes Sociales e Insatisfacción Corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2023”

INFORME DE ORIGINALIDAD

19%	19%	12%	11%
INDICE DE SIMILITUD	FUENTES DE INTERNET	PUBLICACIONES	TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	8%
2	repositorio.uwiener.edu.pe Fuente de Internet	2%
3	Submitted to Universidad Continental Trabajo del estudiante	1%
4	repositorio.continental.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Peruana Cayetano Heredia Trabajo del estudiante	1%
6	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	1%
7	tesis.ucsm.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	repositorio.ucss.edu.pe Fuente de Internet	<1%

9	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	<1 %
10	repositorio.unheval.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
11	Submitted to Universidad Autonoma del Peru Trabajo del estudiante	<1 %
12	Submitted to Universidad Alas Peruanas Trabajo del estudiante	<1 %
13	Jenny Marlene Maldonado Castro, Nuvia Aurora Zambrano Barros, Keyla Ludwika Mancilla Patiño. "Estereotipos de belleza en redes sociales: impacto en la autoestima femenina", Religación, 2024 Publicación	<1 %
14	repositorio.upagu.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
15	repositorio.untumbes.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
16	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	<1 %
17	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
18	Stephany Bajaña Marí, Ana María García. "Uso de redes sociales y factores de riesgo para el desarrollo de trastornos relacionados	<1 %

con la alimentación en España: una revisión sistemática", Atención Primaria, 2023

Publicación

19	www.repositorio.autonomadeica.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
20	repositorio.uladech.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
21	Submitted to Universidad Nacional Federico Villarreal Trabajo del estudiante	<1 %
22	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	<1 %
23	repositorio.umb.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
24	Mônica Macedo-Rouet, Ladislao Salmerón, Christine Ros, Ana Pérez, Marc Stadtler, Jean-François Rouet. "Are frequent users of social network sites good information evaluators? An investigation of adolescents' sourcing abilities (¿Son los usuarios frecuentes de las redes sociales evaluadores competentes? Un estudio de las habilidades de los adolescentes para identificar, evaluar y hacer uso de las fuentes)", Journal for the Study of Education and Development, 2019 Publicación	<1 %

25	Submitted to UNIBA Trabajo del estudiante	<1 %
26	repositorio.usanpedro.edu.pe Fuente de Internet	<1 %
27	Rebeca González Carrascosa. "APLICACIONES DE HERRAMIENTAS BASADAS EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) A LA NUTRICIÓN COMUNITARIA.", Universitat Politecnica de Valencia, 2014 Publicación	<1 %
28	Submitted to Universidad de San Martín de Porres Trabajo del estudiante	<1 %
29	"Information Technology and Systems", Springer Science and Business Media LLC, 2024 Publicación	<1 %
30	Submitted to Universidad Peruana Los Andes Trabajo del estudiante	<1 %
31	Dennis Marcelo Solis Gaibor, Alba del Pilar Vargas. "Insatisfaccion Corporal y Riesgo de trastorno de conducta alimentaria", Salud ConCiencia, 2024 Publicación	<1 %

32 Karina Sugeyl Venegas-Ayala, Mónica Teresa González-Ramírez. "Influencias sociales en un modelo de insatisfacción corporal, preocupación por el peso y malestar corporal en mujeres mexicanas", Acta Colombiana de Psicología, 2020 $<1\%$

Publicación

33 repositorio.upn.edu.pe $<1\%$

Fuente de Internet

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 15 words

Excluir bibliografía

Activo