

**Universidad Católica de Santa María**  
**Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**  
**Escuela Profesional de Psicología**



**Identidad digital e imagen corporal en estudiantes de Psicología de una  
universidad privada de Arequipa, 2025**

Tesis presentada por los Bachilleres:

**Collaco Florez, Marco Antonio**

**ORCID: 0009-0005-8223-7005**

**Polanco Delgado, Laura Carolina**

**ORCID: 0009-0001-8751-2484**

para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología

Asesor (a):

**Dra. Quispe Flores, Lita Marianela**

**ORCID: 0000-0003-4734-433X**

Arequipa - Perú

2026

UCSM-ERP

# UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA

## PSICOLOGIA

### TITULACIÓN CON TESIS

### DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR

Arequipa, 16 de Diciembre del 2025

**Dictamen: 013285-C-EPSIC-2025**

Visto el borrador del expediente 013285, presentado por:

**2019602401 -COLLACSO FLOREZ MARCO ANTONIO**

**2019602852 -POLANCO DELGADO LAURA CAROLINA**

Titulado:

**IDENTIDAD DIGITAL E IMAGEN CORPORAL EN ESTUDIANTES DE PSICOLOGÍA DE UNA  
UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA, 2025**

Nuestro dictamen es:

**APROBADO**

Título Profesional/Título de Segunda Especialidad/Grado Académico a optar:

**LICENCIADO (A) EN PSICOLOGÍA**

**29247715 -GUZMAN GAMERO RUFINO RAUL LIZANDRO  
DICTAMINADOR**



**43075225 -GOMEZ CORNEJO BAZAN ROSALUZ YANET  
DICTAMINADOR**



**43581141 -CARTAGENA LOPEZ JORGE BRAYAN  
DICTAMINADOR**



# Identidad digital e imagen corporal en estudiantes de Psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025

## INFORME DE ORIGINALIDAD



## FUENTES PRIMARIAS

1	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	2%
2	www.tdx.cat Fuente de Internet	2%
3	repositorio.ucv.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	riull.ull.es Fuente de Internet	1%
5	repositorio.uncp.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	idus.us.es Fuente de Internet	1%
7	revistas.ucm.es Fuente de Internet	1%
8	regweb.ucatolica.edu.co Fuente de Internet	1%

Excluir citas

Apagado

Excluir coincidencias < 1%

Excluir bibliografía

Apagado

### **Dedicatoria**

Primeramente, a Dios, por ser mi guía constante, por darme la fortaleza en los momentos difíciles y la luz necesaria para no desviarme del camino.

A mis padres Hipólito y Paulina por su amor infinito, por enseñarme con su ejemplo que los sueños se alcanzan con esfuerzo, humildad y perseverancia.

Y, con todo mi corazón, a mi esposa Reyna, mi compañera de vida, mi refugio y mi mayor bendición. Gracias, amor mío, por tu paciencia, tu fe en mí y por cada palabra de aliento. Fuiste el motor que me impulsó a seguir adelante y la razón más grande para culminar esta etapa.

Esta victoria también es tuya.

Collacso Florez, Marco Antonio

Esta tesis está dedicada primeramente a Dios, quien me sostuvo de su mano, con Su gracia, me ayudó a llegar a la meta, a correr una milla más y a utilizar la carrera que me dio —y hoy me permite culminar— para Su gloria. Él me dio fuerzas para continuar y me recordó en todo momento: “Cuando tengo miedo, en ti confío” (Salmos 56:3).

A mis padres, Francisco y Patricia, por su amor, por su ejemplo y por enseñarme que con esfuerzo y fe todo es posible. A mi hermana Camila y a mi cuñado Dante, por su compañía constante, su cariño, su ánimo y su apoyo incondicional en cada etapa de este camino. Y a mis amistades cercanas y especiales, quienes me acompañaron con sus oraciones, escuchándome, brindándome ánimo y estando presentes en los momentos más desafiantes, caminando conmigo durante este proceso. Su apoyo significó más de lo que puedo expresar.

Polanco Delgado, Laura Carolina

## Agradecimientos

A la Universidad Católica de Santa María, por brindarnos un espacio de aprendizaje, crecimiento y valores que marcaron nuestra formación profesional. A nuestros profesores, por enseñarnos con pasión, paciencia y la convicción de que cada lección podía transformar nuestro futuro. A nuestra asesora, Dra. Lita, por su guía constante, por su dedicación en cada revisión y por acompañarnos hasta culminar este proyecto con éxito. Y, de manera muy especial, a mi amiga Laura Polanco, por su amistad sincera, por su comprensión en los momentos difíciles y por creer en mí incluso cuando las dudas aparecían. Gracias por caminar a mi lado y por ser parte esencial de este sueño compartido. A cada una de estas personas, gracias por su apoyo, su confianza y por dejar una huella profunda en este logro.

Collaco Florez, Marco Antonio

A la Universidad Católica de Santa María, por brindarme un espacio de formación académica, crecimiento personal y valores que guiaron mi preparación profesional. A mi iglesia y a todas las personas que me acompañaron con oración y palabras de fe durante este proceso; su respaldo espiritual fue fundamental. A mis profesores y mentores, especialmente a la Dra. Verónica Alarcón, el Dr. Javier Flores, la Dra. Vilma Zeballos y el Dr. Jol Chirinos, por su dedicación, su guía y su ayuda. Gracias, especialmente, por inspirarme a descubrir y amar la psicología. A mis amigas y amigos, quienes caminaron conmigo con apoyo, humor y compañía, y que estuvieron presentes en los momentos clave de este proyecto. A cada persona que aportó, animó o acompañó este camino: gracias por ser parte de este logro. Hoy celebramos juntos.

Polanco Delgado, Laura Carolina

## Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la relación entre la identidad digital y la imagen corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025. Se empleó un enfoque cuantitativo, diseño no experimental y tipo correlacional, con una muestra de 384 estudiantes seleccionados mediante muestreo intencional. Los instrumentos aplicados fueron “*La Declaración del Yo Físico en el Entorno Digital*” (Hernández et al., 2022) y el *Body Shape Questionnaire* (Baños y Aguilar, 2020). Los resultados mostraron que el nivel medio de identidad digital predominó en el 44% de los participantes en estudiantes femeninos y nivel medio en 20% de sexo masculino. En la imagen corporal, el sexo femenino con un nivel alto de 32%, y de sexo masculino en nivel alto el 18%. Según la edad, la imagen corporal el nivel medio en el rango de 18 a 24 presentó el %, e imagen corporal alta el 47%. Según la edad, en el grupo de 18 a 24 años predominó la imagen corporal alta (47%) y media (30%). Asimismo, el tercer año académico presentó el mayor nivel medio de identidad digital (64%) y una elevada proporción de imagen corporal alta (50%). El coeficiente de Spearman evidenció que no existe una relación significativa entre la identidad digital global y la imagen corporal ( $\rho = .092$ ;  $p = .071$ ); sin embargo, sí se encontró una relación positiva media y significativa entre el perfil fotográfico del yo físico y la imagen corporal ( $\rho = .216$ ;  $p < .001$ ), así como una relación negativa significativa entre la frecuencia de uso de redes sociales y la imagen corporal.

**Palabras clave:** Identidad digital, imagen corporal, estudiantes universitarios

### Abstract

The objective of this study was to determine the relationship between digital identity and body image among Psychology students at a private university in Arequipa in 2025. A quantitative approach was used, with a non-experimental, correlational design and a sample of 384 students selected through purposive sampling. The instruments applied were *The Declaration of the Physical Self in the Digital Environment* (Hernández et al., 2022) and the *Body Shape Questionnaire* (Baños & Aguilar, 2020).

The results showed that a medium level of digital identity predominated among female students (44%) and male students (20%). Regarding body image, a high level was reported by 32% of female students and 18% of male students. By age, students between 18 and 24 years mostly presented high (47%) and medium (30%) levels of body image. Likewise, third-year students showed the highest proportion of medium digital identity (64%) and also the highest percentage of high body image (50%). Spearman's rho indicated a weak and non-significant correlation between overall digital identity and body image ( $\rho = .092$ ;  $p = .071$ ); however, a weak but significant positive correlation was found between the photographic profile and body image ( $\rho = .216$ ;  $p < .001$ ), as well as a significant negative correlation between frequency of social media use and body image.

**Keywords:** Digital identity, body image, university students

## Índice

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Resumen	
Abstract	
Capítulo I. Problema y Marco Teórico.....	1
Introducción .....	1
Pregunta de Investigación.....	4
Variables .....	4
Objetivos.....	5
Identidad digital.....	5
Imagen Corporal.....	15
Hipótesis .....	26
Capítulo II. Método.....	27
Método.....	27
Instrumentos.....	27
Participantes .....	29
Procedimiento .....	31
Consideraciones éticas.....	32
Análisis de datos .....	32
Capítulo III. Resultados.....	33
Resultados .....	33
Discusión .....	46
Conclusiones .....	52

Sugerencias .....	53
Limitaciones.....	54
Referencias.....	55
Anexos.....	62



## Índice de tablas

<b>Tabla 1.</b> Características de la muestra.....	30
<b>Tabla 2.</b> Niveles de identidad digital según el sexo de los estudiantes.....	33
<b>Tabla 3.</b> Niveles de identidad digital según edad de los estudiantes .....	34
<b>Tabla 4.</b> Niveles de identidad digital según año académico de los estudiantes.....	35
<b>Tabla 5.</b> Niveles de identidad digital según red social de los estudiantes.....	36
<b>Tabla 6.</b> Niveles de Imagen corporal según el sexo de los estudiantes.....	37
<b>Tabla 7.</b> Niveles de imagen corporal según edad de los estudiantes .....	38
<b>Tabla 8.</b> Niveles de imagen corporal según año académico de los estudiantes.....	39
<b>Tabla 9.</b> Niveles de imagen corporal según red social de los estudiantes.....	40
<b>Tabla 10.</b> Prueba de normalidad.....	41
<b>Tabla 11.</b> Relación entre Imagen corporal y autenticación del yo físico .....	42
<b>Tabla 12.</b> Relación entre imagen corporal y estatus del yo físico .....	43
<b>Tabla 13.</b> Relación entre imagen corporal y el perfil fotográfico.....	44
<b>Tabla 14.</b> Relación entre imagen corporal y el tipo de red social utilizada .....	45
<b>Tabla 15.</b> Relación entre imagen corporal y la frecuencia de uso .....	46
<b>Tabla 16.</b> Relación entre la identidad digital e imagen corporal .....	47

## Índice de anexos

<b>Anexo 1.</b> Consentimiento Informado .....	64
<b>Anexo 2.</b> Cuestionarios.....	65
<b>Anexo 3.</b> Ficha Sociodemográfica.....	69
<b>Anexo 4.</b> Validación de los instrumentos .....	70
<b>Anexo 5.</b> Autorización de comité de ética para encuestar .....	76



## Capítulo I. Problema y Marco Teórico

### Introducción

En la era digital contemporánea, la identidad digital y la imagen corporal se han convertido en temas centrales en la vida de los jóvenes. La identidad digital se refiere a la forma en que los individuos se representan a sí mismos en plataformas digitales, mientras que la imagen corporal es la percepción que tienen de sus propios cuerpos. Ambos conceptos están estrechamente relacionados y son influenciados por el entorno digital, especialmente entre los estudiantes (Kidd et al., 2024). Diversos estudios han explorado cómo las redes sociales y otras plataformas digitales afectan la identidad digital y la imagen corporal, revelando una relación compleja que varía según el contexto y las características individuales de los jóvenes.

La identidad digital se construye a través de las interacciones en plataformas como Facebook, Instagram, y TikTok, donde los jóvenes presentan versiones seleccionadas de sí mismos que a menudo reflejan aspiraciones más que realidades. Según Wood et al. (2024) estas plataformas ofrecen un espacio donde los adolescentes pueden experimentar con diferentes identidades y recibir retroalimentación inmediata, lo que influye significativamente en su desarrollo psicosocial. La naturaleza curada de las identidades digitales permite a los jóvenes proyectar una imagen idealizada de sí mismos, pero también puede llevar a una disonancia entre su identidad online y offline, generando conflictos internos y afectando su autoestima (Ridley et al., 2024).

En paralelo, la imagen corporal de los jóvenes se ve profundamente afectada por la exposición a contenidos en redes sociales. La constante comparación con imágenes idealizadas y a menudo retocadas puede llevar a una insatisfacción corporal y a la adopción de estándares de belleza poco realistas. Brasil et al. (2024) argumenta que el uso intensivo de las redes sociales puede llevar a una comparación social constante, lo que a su vez afecta

negativamente la imagen corporal de los jóvenes. Este fenómeno es particularmente prevalente entre las adolescentes, quienes, según Paraskeva et al. (2024), son especialmente vulnerables a los efectos de las redes sociales en su percepción corporal debido a su etapa de desarrollo y la importancia que le otorgan a la aceptación social.

En términos clínicos, la exposición continua a estándares físicos altamente curados en redes (rostros y cuerpos ideales, filtros y edición) aumenta la comparación social, la auto-vigilancia de la apariencia y, con ello, la insatisfacción corporal persistente en jóvenes universitarios. Este circuito se entiende desde la teoría de la objetivación, que coloca la apariencia como eje de valoración personal (Fredrickson & Roberts, 1997), y desde la evidencia que vincula el ecosistema social-mediático con preocupaciones corporales y afecto negativo en población joven (Perloff, 2014). Revisión y metaanálisis recientes sobre uso de redes sociales también documentan asociaciones consistentes, aunque de magnitud pequeña a moderada con malestar corporal y conductas alimentarias desadaptativas (Holland & Tiggemann, 2016).

A nivel de mecanismos, los ciclos publicación–retroalimentación en plataformas visuales refuerzan la evaluación comparativa y la internalización de ideales poco realistas delgadez en mujeres e híper musculación en varones, elevando la autoobservación y el riesgo de preocupaciones dismórficas (Fardouly & Vartanian, 2016; Rodgers & Melioli, 2016). Cuando estas preocupaciones se intensifican y generan deterioro funcional, pueden configurar cuadros clínicos reconocidos tal como delimita el DSM-5 (American Psychiatric Association, 2013). En conjunto, la literatura respalda que la intersección identidad digital–imagen corporal no es solo un fenómeno psicosocial sino tiene consecuencias de salud mental prevenibles si se interviene sobre el uso visual-performativo y la comparación en línea.

En el contexto educativo, esta relación entre identidad digital e imagen corporal adquiere una relevancia particular. Los entornos escolares no solo son lugares donde los

jóvenes aprenden, sino también donde socializan y comparan sus experiencias con las de sus compañeros. La influencia de las redes sociales se extiende al ámbito escolar, afectando la dinámica social y el bienestar psicológico de los estudiantes. Según Konings et al. (2024), el uso de redes sociales en la adolescencia está asociado tanto con efectos positivos, como el fortalecimiento de relaciones sociales, como negativos, incluyendo el aumento de la ansiedad social y la insatisfacción corporal. En ese sentido, es prioridad entender y abordar los factores que afectan el bienestar psicológico en un contexto educativo y digitalizado.

Investigar las variables de identidad digital e imagen corporal en la era digital es fundamental para los investigadores, ya que ambas están intrínsecamente relacionadas con el desarrollo psicosocial y el bienestar de los jóvenes, especialmente en el contexto educativo. Comprender cómo la identidad digital y la imagen corporal se construyen y se ven influenciadas en un entorno cada vez más mediado por las redes sociales permite a los investigadores identificar los factores que impactan en la salud mental y la autoestima de los estudiantes.

La investigación en esta área ofrece aportes significativos. En primer lugar, puede proporcionar una base empírica para desarrollar estrategias de intervención y programas educativos que promuevan el uso consciente y saludable de las redes sociales, ayudando a los jóvenes a gestionar los efectos de la comparación social y a construir una autoimagen positiva. Además, los resultados de estas investigaciones pueden servir como guía para que educadores, padres y profesionales de la salud mental apoyen a los adolescentes en el desarrollo de una identidad digital equilibrada y una percepción corporal realista, al tiempo que fomentan habilidades de reflexión crítica sobre su participación en el mundo digital. Finalmente, al estudiar la relación entre identidad digital e imagen corporal, se puede contribuir a la creación de entornos más seguros y propicios para el bienestar integral de los

estudiantes, promoviendo la autoestima y la estabilidad emocional en un contexto educativo que reconoce y enfrenta los desafíos de la era digital.

### **Pregunta de Investigación**

¿Existe relación entre la identidad digital e imagen corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025?

### **Variables**

#### ***Variable 1. Identidad Digital***

La identidad digital es el conjunto de datos y huellas que una persona comparte y deja en internet desde el nombre y la fotografía hasta perfiles, publicaciones y comentarios y que configuran quién es (o cómo desea presentarse) en los entornos en línea (Huerta et al., 2022). Para su medición se aplicó un cuestionario validado en población universitaria (Hernández et al., 2022) que operacionaliza tres dimensiones: autenticación del yo físico (uso de nombre/apellido y rasgos verificables), estatus social del yo físico (datos declarativos y de pertenencia) y perfil fotográfico del yo físico (presencia y uso de imágenes del rostro/cuerpo). Las respuestas se recogieron en formato tipo Likert y se interpretaron en niveles de involucramiento.

#### ***Variable 2. Imagen Corporal***

La imagen corporal alude a cómo las personas perciben, sienten y piensan acerca de su propio cuerpo; integra experiencias internas y presiones/exposiciones externas que moldean esa valoración (Dahlenburg et al., 2020). Para su medición se empleó una escala estandarizada y adaptada para población hispanohablante universitaria (Baños & Aguilar, 2020), estructurada en dos dimensiones: insatisfacción corporal y preocupación por el peso. Las respuestas se registraron en formato tipo Likert y se clasificaron en niveles para el análisis descriptivo e inferencial.

## **Objetivos**

### ***Objetivo General***

Determinar la relación entre la identidad digital e imagen corporal en los estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025.

### ***Objetivos específicos***

Describir los niveles de identidad digital por sexo, edad y año académico que presentan los estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025

Identificar los niveles de imagen corporal por sexo, edad y año académico que presentan los estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025

Analizar la relación entre las dimensiones de la identidad digital y la imagen corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025.

Analizar la relación entre el tipo de red social utilizada y su frecuencia de uso con la imagen corporal en estudiantes de Psicología de una universidad privada de la ciudad de Arequipa, durante el año 2025.

## **Antecedentes Teórico-Investigativos**

### ***Identidad digital***

La identidad es ese conjunto de atributos que permiten a una persona reconocerse a sí misma y ser reconocida por los demás como alguien con características propias y diferenciadas. Estos atributos incluyen aspectos como valores, creencias, personalidad, experiencias, y rasgos físicos y psicológicos. La identidad se construye y se transforma a lo largo de la vida, influenciada por factores internos y externos, tales como la familia, la cultura, el entorno social, y las vivencias personales. (Subero, 2017)

Espinoza (2023), en su tesis realizada en Colombia, analizó cómo las redes sociales no solo funcionan como un medio de exposición, sino también como un espacio de resignificación identitaria, donde los individuos seleccionan y curan estratégicamente su

contenido para reflejar aspectos específicos de su vida y su cuerpo. Sin embargo, los hallazgos también indican que, si bien estas plataformas son herramientas clave en la construcción de la identidad digital, su uso no responde a una necesidad inherente, sino más bien a un mecanismo de interacción y validación social. En este contexto, la investigación evidencia que las tensiones en la identidad digital masculina están fuertemente influenciadas por las expectativas sociales y deportivas, donde la imagen corporal se convierte en un reflejo de esfuerzo, disciplina y sacrificio. Así, las redes digitales no solo moldean la percepción que los individuos tienen de sí mismos, sino también la forma en que desean ser percibidos por los demás. Este estudio aporta al debate sobre la relación entre identidad digital e imagen corporal, destacando la necesidad de ampliar la discusión más allá del enfoque femenino predominante, y reconociendo cómo los hombres también experimentan procesos de autopercepción mediados por las dinámicas digitales.

Asimismo, el estudio realizado por M. Hernández et al. (2022), caracteriza la identidad digital y analiza cómo los universitarios construyen su yo físico en medios digitales, considerando diferencias de género y posibles conductas estereotípicas en su autopercepción en línea. Mediante una encuesta a 224 estudiantes, se identificó que el celular es el principal dispositivo de acceso a internet y que, en general, los jóvenes son transparentes y veraces al autenticarse en redes sociales. Sin embargo, se observó que las mujeres tienden más a proporcionar datos personales fidedignos en comparación con los hombres. Estos hallazgos resaltan la importancia de integrar en la formación de los futuros profesionales de la salud competencias digitales orientadas al autocuidado y la gestión de la identidad digital.

Además, la identidad no es un concepto estático, sino dinámico, que se adapta y evoluciona con el tiempo. La capacidad de una persona para mantener un sentido coherente de sí misma, mientras integra nuevas experiencias y cambios, es crucial para su bienestar emocional y social. La identidad también juega un papel fundamental en cómo una persona

se relaciona con los demás y con el mundo, ya que proporciona un sentido de pertenencia y un marco desde el cual se interpretan y responden las interacciones sociales. (Subero, 2017)

Asimismo, Gimenez (2004), indica la identidad está estrechamente relacionado con la cultura, ya que nuestras identidades se forjan a partir de las culturas y subculturas en las que estamos inmersos o participamos. Esto significa que nuestra identidad no existe en el vacío; está influenciada por el entorno cultural que nos rodea. A medida que interactuamos con diferentes culturas y comunidades, vamos incorporando diversos aspectos que enriquecen quiénes somos. Es fascinante ver cómo cada cultura y subcultura aporta algo único a nuestra identidad, y reconocer esta interconexión nos ayuda a entender mejor a los demás y a valorar nuestras propias experiencias culturales. La Identidad Digital en el siglo XXI.

Desde finales de los años 90 y principios del siglo XXI, la manera en que formamos nuestra identidad y nos entendemos a nosotros mismos ha cambiado drásticamente debido a la accesibilidad masiva de la información personal en línea. La conexión en línea se ha convertido en algo común, y esto ha transformado no solo cómo nos vemos a nosotros mismos, sino también cómo interactuamos con los demás. La facilidad con la que podemos acceder, compartir y distribuir información personal ha alterado profundamente nuestros procesos identitarios y nuestras relaciones. Ahora, la autoexpresión y la conexión social en el entorno digital son esenciales para entender quiénes somos y cómo nos relacionamos en el mundo moderno. (E. Santos, 2018)

Pérez (2012), menciona que el concepto de identidad digital comenzó a popularizarse en la década de 1990 con la llegada de los ordenadores personales. Sin embargo, su desarrollo se aceleró con la expansión de Internet, las redes sociales y los dispositivos móviles, que han favorecido la creación de identidades digitales a través de conexiones, relaciones y sensores que permiten una construcción socializada, colaborativa y omnipresente. En la actualidad, gran parte de la información está digitalizada y, es más

accesible para los usuarios, lo que facilita el desarrollo de aplicaciones que permiten evaluar y conectar aspectos como la influencia, la reputación y la visibilidad.

### **La Identidad Digital en el Entorno Cultural Contemporáneo**

Para Flores (2015), se centra en las tecnologías de la información y la comunicación, que son utilizadas cada vez con mayor frecuencia en numerosos aspectos de nuestra vida diaria. Además, Internet y la web 2.0 han aumentado la cantidad de información y datos personales disponibles y fácilmente accesibles. En este nuevo marco, emergen nuevas formas de interacción sociocultural, lo que ha dado lugar al desarrollo de una identidad digital como resultado de las interacciones socioculturales en la web.

Asimismo, Castells (1997), especifica cómo las tecnologías de la información y la comunicación han modificado la cultura y la identidad en la era digital. Castells examina el impacto del Internet y las redes digitales en la forma en que interactuamos y formamos nuestras identidades en el mundo actual. La forma en que la tecnología digital ha cambiado nuestra identidad es realmente interesante y compleja. Con el acceso instantáneo a información y la posibilidad de conectar con personas de todo el mundo, la manera en que nos vemos a nosotros mismos y a los demás ha cambiado mucho. Ahora, la identidad no es algo fijo, sino que está en constante evolución en línea. Esto nos da increíbles oportunidades para expresarnos y sentirnos empoderados, pero también trae desafíos sobre la privacidad y la autenticidad. En este entorno digital, es fundamental ser conscientes de cómo usamos y compartimos nuestra información para asegurarnos de que nuestra identidad en línea sea una verdadera representación de quienes somos, en lugar de una imagen superficial o influenciada por factores externos.

Pérez et al. (2022), define la identidad digital en el contexto cultural actual como la forma en que una persona o entidad se representa en el mundo digital, a partir de la información que comparten en redes sociales, plataformas en línea y otros medios digitales.

Esta identidad surge de la interacción continua entre el individuo y la cultura digital, con los datos personales y las actividades en línea contribuyendo a la construcción y percepción de la identidad en la era moderna. La identidad digital en la cultura actual destaca cómo lo virtual y lo tangible están cada vez más conectados. La forma en que nos mostramos y nos relacionamos en el entorno digital se ha convertido en una extensión natural de nuestro ser. Esto nos brinda nuevas oportunidades para expresarnos y conectarnos, pero también exige que manejemos con cuidado la información que divulgamos. En esencia, nuestra identidad digital no solo refleja quiénes somos en el mundo en línea, sino que también afecta nuestra vida diaria.

### **Definición de Identidad Digital**

En este estudio, la identidad digital se entiende como la declaración del “yo físico” en entornos online, es decir, la manera en que una persona verifica, describe y representa visualmente su corporalidad cuando interactúa en plataformas digitales. El constructo se operacionaliza con tres dimensiones: autenticación del yo físico, estatus/definición del yo físico y perfil fotográfico del yo físico (Hernández et al., 2022).

1) Autenticación del yo físico: Alude a los marcadores de veracidad que la persona decide usar en línea. Su función es vincular la cuenta con la identidad fuera de línea y dar trazabilidad a la presencia digital (Hernández et al., 2022; Huerta et al., 2022).

2) Estatus o definición del yo físico: Comprende los datos declarativos con los que el usuario sitúa socialmente su persona (sexo, edad, estado civil, ocupación, afiliaciones). No busca exhibir el cuerpo, sino contextualizar quién habla en la plataforma, aportando señales de pertenencia y rol. (Hernández et al., 2022).

3) Perfil fotográfico del yo físico: Es la presentación visual y performativa del cuerpo (selfis, planos de rostro/cuerpo, fotos con otros, avatares y su edición). Opera como dispositivo de visibilidad y comparación al quedar expuesto a miradas y retroalimentación

(comentarios/likes), por lo que suele ser la dimensión más sensible para la evaluación de la imagen corporal. (Hernández et al., 2022; Santos, 2018).

Por otra parte, Giddens (1997), nos describe que la vida personal está directamente vinculada con el establecimiento de relaciones sociales de gran alcance. Sin embargo, el grado de distanciamiento espacio-temporal introducido por la modernidad reciente es tan extenso que, por primera vez en la historia de la humanidad, el "yo" y la "sociedad" están interconectados en un entorno mundial. La identidad es un aspecto fundamental en la vida de cualquier individuo, ya que define quiénes somos y cómo nos relacionamos con el mundo que nos rodea. La capacidad de preservar y desarrollar nuestra identidad en medio de influencias globales es crucial para nuestra estabilidad emocional y social. Además, una identidad bien definida nos ayuda a enfrentar los desafíos de una sociedad en constante cambio, proporcionando un ancla en un mar de incertidumbres y ofreciendo una base desde la cual podemos contribuir de manera significativa al tejido social global.

### **Teorías de la Identidad digital**

#### ***La identidad digital desde el paradigma de la identidad social***

La conceptualización de la identidad digital se ha relacionado con las teorías de las identidades sociales, dado que estas se fundamentan en la relevancia de las interacciones y los aprendizajes colectivos para la formación de identidades. La llamada Identity Theory sostiene que una persona desarrolla su identidad mediante un conjunto de roles sociales que adquiere y desempeña a lo largo de su vida. (Santos, 2018).

Por otra parte, Serpe & Stryker (2011), indican que, a través de los roles adquiridos, se construye una identidad compleja y coherente dentro de su contexto social. Esta teoría se basa en el interaccionismo simbólico, que se enfoca en cómo las identidades son formadas mediante la interacción social, aunque desde una perspectiva sociológica más que psicológica. Su enfoque principal es el "yo" o self, el cual está constituido por una variedad

de roles sociales y expectativas. Según esta teoría, la conexión entre la identidad y el comportamiento se encuentra en la posición del individuo dentro de la estructura social, de la cual asume estos roles y expectativas.

Asimismo, (Peris y Agut, 2007), ven la identidad social como una entidad fundamental con un significado intrínseco que genera categorías identitarias que solo cobran sentido cuando se comparten colectivamente. Según esta teoría, la identidad social no solo tiene un carácter descriptivo o sistemático, sino que también tiene la capacidad de generar valoraciones. La conexión con una identidad o grupo social específico puede estar relacionada con una interpretación positiva que brinda autoestima al individuo, funcionando como una forma de autoafirmación positiva en sociedades altamente complejas.

#### ***La identidad digital basada en el estudio del medio digital***

Santos (2018), señala la interpretación de la identidad digital conocida como "identidad mosaica", que la describe como un reflejo de la cultura mosaico. Esta visión comparte características clave, como la fragmentación del discurso, entendida como la falta de coherencia en forma, autoría o contenido. Tal fragmentación se debe a la gran cantidad de información identitaria que los individuos reciben en las redes sociales, lo que fomenta la mezcla y fragmentación de elementos de identidad personal. Además, otro aspecto distintivo es la incorporación de contenidos provenientes de las grandes industrias culturales, que se integran en la construcción de la identidad individual. Esto incluye estructuras de grupos sociales importantes para entender la estructura social, así como elementos corporativos y comerciales.

Otras perspectivas exploran cómo la identidad digital se forma en función de los conceptos de perdurabilidad y memoria, analizando cómo la información en línea se mantiene y se recuerda. En el campo de los estudios culturales y de la comunicación, se examina cómo la permanencia de los datos digitales permite que la identidad se construya y

revise continuamente a lo largo del tiempo. La perdurabilidad de las publicaciones y datos en línea contribuye a una huella digital que puede influir en la autopercepción y la percepción externa, mientras que la memoria digital, a través del archivo y la recuperación de información, forma una narrativa continua que afecta la construcción y el mantenimiento de la identidad en un entorno donde las barreras temporales y espaciales se desdibujan. (García & Núñez, 2008)

Desde una perspectiva internacional universitaria Hernández et al. (2021), en su artículo científico detalla la declaración del yo físico por estudiantes universitarios en los medios digitales: una perspectiva de género, donde analiza cómo los jóvenes chilenos construyen su identidad digital en función de su autenticación, estatus social y perfil fotográfico en medios digitales. A través de una encuesta a 324 mujeres y 185 hombres, se identificó que las mujeres son más propensas a utilizar su nombre y apellido real en línea, mientras que ambos géneros no presentan inconvenientes en declarar su sexo y orientación sexual. El análisis estadístico reveló que las diferencias en la gestión de la identidad digital están determinadas por el género, pero no por el tipo de colegio en el que cursaron la educación secundaria. Estos hallazgos evidencian la relevancia de comprender los patrones de comportamiento digital en función de los mandatos de género y su impacto en la autopercepción y representación del yo físico en entornos virtuales.

Por otra parte, en Perú, un estudio referido a las redes sociales en la era digital midió la percepción de la misma en la imagen corporal donde exploró la relación entre el tiempo dedicado a las redes sociales y la autopercepción de la imagen corporal en 300 estudiantes de una universidad privada. Mediante la aplicación de la Escala de riesgo de adicción a las redes sociales e internet (ERA-RSI), y el Body Shape Questionnaire (BSQ), se identificó una correlación positiva y significativa entre ambas variables. Esto indica que una mayor exposición y uso prolongado de redes sociales está asociado con una percepción

distorsionada de la imagen corporal, lo que puede afectar el bienestar emocional, mental y conductual de los estudiantes. Los hallazgos sugieren que el uso de redes sociales debe gestionarse con conciencia y criterio, ya que la identidad personal está en constante influencia por el entorno digital. (Aguilar, 2023)

Asimismo, el estudio de Saenz & Porras (2023), analizó la relación entre el uso de Facebook y la construcción de la identidad digital en 82 estudiantes. La identidad digital, entendida como el conjunto de datos, interacciones y representaciones que un individuo proyecta en entornos virtuales, se ha convertido en un aspecto crucial en la era digital, ya que influye en la percepción social, las oportunidades laborales, la integración en comunidades en línea y hasta el aspecto físico de las personas. A través de un enfoque cuantitativo, correlacional y de diseño no experimental transeccional, el estudio evaluó dimensiones clave como sociabilización, creatividad, vigilancia y álbum de recuerdos, aspectos fundamentales en la configuración de la identidad digital. Por otra parte, las plataformas digitales no solo es un medio de interacción, sino también un espacio donde los estudiantes construyen expresa y moldean su identidad en función de sus interacciones y contenidos compartidos. Estos hallazgos destacan la importancia de evaluar y comprender la identidad digital en entornos educativos, promoviendo una formación que oriente a los estudiantes en el uso responsable y consciente de las redes sociales, evitando riesgos asociados a la sobreexposición, la gestión inadecuada de la privacidad y la construcción de una identidad distorsionada.

### ***Dimensiones de la Identidad digital***

Las dimensiones que se tomará en consideración para esta investigación están relacionadas con “La Declaración del Yo Físico en el Entorno Digital”, la cual aborda cómo los individuos representan su identidad física en el entorno digital. Este concepto se refiere a la forma en que las personas proyectan y mantienen una imagen de sí mismas a través de avatares, fotos de perfil y otros elementos visuales en plataformas digitales. A pesar de la

naturaleza virtual del ciberespacio, los individuos continúan utilizando representaciones físicas para crear una identidad coherente y significativa en línea (M. Hernández et al., 2022).

Asimismo, los niveles altos, medios y bajos son:

En nivel alto, la persona mantiene una presencia visual activa y frecuente (fotografías del rostro/cuerpo, participación en publicaciones y respuestas), acompañada de datos verificables y un perfil fotográfico consistente. Este patrón facilita la validación social rápida, pero también incrementa la exposición comparativa y el riesgo de auto-vigilancia estética. (Hernández et al., 2022)

En nivel medio, la identidad combina usos académicos/relacionales con cierta curaduría visual; hay actividad regular, aunque no intensiva. Suele ser el punto donde empiezan a operar con más fuerza la comparación y el feedback social; su impacto depende del peso que tome el componente fotográfico. (Hernández et al., 2022)

En nivel bajo, la huella digital es acotada: mínima publicación de imágenes personales y datos básicos. Este patrón reduce la exposición y, con ello, la presión por ajustarse a estándares estéticos en línea, atenuando efectos sobre la autoimagen (Hernández et al., 2022).

Por lo tanto, se tienen las siguientes dimensiones y sus conceptos:

. **Autenticación del yo físico:** Corresponde a la verificación básica de la persona (nombre, apellido u otros datos que anclan la identidad offline) y a la consistencia mínima entre esa base y lo que muestra en su perfil. No busca exhibición estética; su función es validar la existencia del usuario en la plataforma. (Hernández et al., 2022)

. **Estatus/definición social del yo físico:** Reúne atributos declarativos y la traza de actividad que ubica al usuario dentro de una red (interacciones, presencia). Es una capa identitaria de posición y pertenencia, más administrativa que estética (Hernández et al., 2022).

**-Perfil fotográfico del yo físico.** Es la curaduría visual (selección, edición y publicación de fotos/avatares) mediante la cual el usuario se presenta corporalmente ante otros. Es la dimensión más directamente vinculada a la evaluación comparativa del aspecto y, por tanto, a posibles efectos sobre la imagen corporal. (Hernández et al., 2022)

## **Imagen Corporal**

### ***Definición de Imagen***

Según Vivaldi (2015), indica que las imágenes actúan como representaciones externas. El término "representaciones externas" se refiere a aquellas entidades que alguien utiliza para representar algo a través de algo diferente. Esta definición abarca dos afirmaciones: primero, que prácticamente cualquier entidad puede cumplir una función simbólica, y segundo, que la simbolización implica un acto intencional de referencia denotativa. Las imágenes, al funcionar como representaciones externas, destacan la habilidad humana para utilizar símbolos para comunicar significados complejos de manera visual. Esta capacidad no solo facilita la comunicación y la comprensión, sino que también subraya que casi cualquier entidad puede tener una función simbólica. La intencionalidad detrás de la simbolización muestra que estas representaciones están diseñadas para transmitir mensajes específicos, no son arbitrarias. En una era digital y visualmente saturada, entender cómo las imágenes actúan como representaciones externas es crucial para interpretar la información de manera efectiva y reflexionar sobre su impacto en nuestra percepción del mundo y de nosotros mismos.

### ***La Imagen Corporal en el Entorno Cultural Contemporáneo***

La noción de imagen corporal surge de la idea de constitución de la corporalidad. El cuerpo no solo refleja la personalidad, sino también el orden social, funcionando como un símbolo que comunica sobre la cultura, sus normas y sus límites. Esta situación muestra la inestabilidad sociocultural en condiciones inciertas para una construcción identitaria

saludable, ya que, al estar mediada culturalmente, la corporalidad expresa la presión social que se soporta. De esta manera, la imagen corporal se conforma como la representación y la vivencia del cuerpo que cada individuo construye mentalmente, una estructura global y múltiple compuesta por percepciones, sentimientos y actitudes que el sujeto ha desarrollado a partir de sus experiencias. (Cortez et al., 2016)

La sociedad contemporánea difunde ideales de perfección física a través de la presión que ejercen los medios de comunicación, la publicidad y el fenómeno de la imitación (Salazar, 2007). Esta constante exposición a ideales de perfección puede tener un impacto significativo en la autoimagen y la autoestima de las personas. Los medios y la publicidad a menudo presentan estándares poco realistas y uniformes de belleza, que no reflejan la diversidad real de los cuerpos humanos. Esta presión para cumplir con tales ideales puede llevar a una serie de problemas emocionales y psicológicos, como la insatisfacción con el propio cuerpo y la baja autoestima. Es crucial que empecemos a valorar y promover una visión más inclusiva y realista de la belleza, que celebre la diversidad y la individualidad en lugar de imponer un único estándar de perfección.

### ***La Imagen Corporal en el siglo XX***

Las primeras menciones sobre la imagen corporal y sus alteraciones se encuentran en los estudios médicos de neurología realizados a principios del siglo XX. En la década de 1960, al estudiar los rasgos psicopatológicos de las pacientes con anorexia, se destacó por primera vez la importancia de una alteración de la imagen corporal en este trastorno. Desde entonces, el mundo científico comenzó a reconocer la necesidad de comprender qué es la imagen corporal y de desarrollar técnicas de evaluación para captarla. (Baile José, 2003)

Por otra parte, Balbuena (2020), indicó que, en la primera mitad del siglo XX, las teorías psicoanalíticas prevalecieron en la interpretación del cuerpo, la imagen corporal y los aspectos psicológicos relacionados, enfocándose particularmente en las manifestaciones

inconscientes. Por lo que es evidente que las teorías psicoanalíticas proporcionaron una comprensión profunda de cómo las fuerzas inconscientes influyen en la percepción del cuerpo y la imagen corporal. Estas teorías permitieron explorar cómo los conflictos internos y las experiencias pasadas pueden moldear nuestras percepciones físicas y emocionales. Sin embargo, también es importante reconocer que la visión psicoanalítica puede ser limitada si no se considera el impacto de factores culturales y sociales en la percepción del cuerpo. En la actualidad, un enfoque más integral que incluya diversas perspectivas puede ofrecer una comprensión más completa y equilibrada de la compleja relación entre la imagen corporal y la psicología.

En la sociedad industrializada contemporánea, se ha establecido un ideal de cuerpo estandarizado y perfecto, dominado por las tendencias de moda y los estándares estéticos. Esta noción de perfección corporal se transmite a través de amigos, familiares y colegas, llegando a formar parte del marco cognitivo de las personas. Esto fomenta una autoconciencia particular, especialmente en los jóvenes, quienes tienden a ver su apariencia física como un reflejo de éxito social y profesional. (Santos, 2022)

### ***Definición de Imagen Corporal***

Según Dahlenburg et al. (2020), la imagen corporal (IC), se refiere a cómo los individuos perciben, sienten y piensan acerca de su propio cuerpo. Este concepto abarca tanto las percepciones internas personales como las influencias externas que moldean esta percepción. En su estudio, los autores exploran cómo los medios de comunicación, particularmente Sports Illustrated, han representado a atletas masculinos y femeninos a lo largo de 60 años, enfatizando ideales de hipermusculación en hombres y delgadez en mujeres. Este enfoque en los medios contribuye a la formación de estándares corporales que impactan profundamente en la autopercepción y en la salud mental de los individuos. Es crucial reconocer cómo los medios influyen en nuestra percepción del cuerpo. La

perpetuación de ideales poco realistas puede afectar negativamente la autoestima y la imagen corporal de las personas. Promover una representación más diversa y realista en los medios puede ser un paso importante para mejorar el bienestar emocional y psicológico de la sociedad.

Para Baceviciene et al. (2020), una imagen corporal negativa indica problemas psicológicos causados por las presiones socioculturales que promueven ideales físicos poco realistas, como el cuerpo delgado y/o musculoso. Estas presiones, presentes en los medios y redes sociales, generan insatisfacción con la apariencia, siendo las preocupaciones en hombres centradas en la musculatura y en mujeres en la delgadez. Este fenómeno refleja cómo los estándares de belleza externos pueden deteriorar la salud mental y subraya la necesidad de promover una visión más inclusiva y realista de la belleza para mejorar la autoimagen y el bienestar de las personas.

Asimismo, Santos (2022), la define como un constructo complejo y multidimensional que se refiere a la imagen mental que una persona tiene sobre la forma y el tamaño de su cuerpo. Este concepto se forma a partir de la interacción de factores históricos, culturales, sociales, individuales y biológicos. La imagen corporal incluye las percepciones, pensamientos, actitudes y sentimientos que una persona experimenta acerca de su cuerpo, la evaluación de su tamaño y atractivo, las emociones vinculadas a su forma y apariencia, y las conductas que adopta para manejar esta imagen.

Por otra parte, Nombreira (2022), indica que la imagen corporal es la representación mental del cuerpo que cada individuo forma basándose en sus medidas corporales, así como en sus pensamientos y sentimientos tanto iniciales como posteriores. Así, la imagen corporal no necesariamente refleja la apariencia física real del cuerpo, ya que las actitudes y evaluaciones personales juegan un papel crucial. Las personas que emiten juicios sobre su figura que no coinciden con las dimensiones físicas reales suelen experimentar un cambio en

su percepción de la imagen corporal. Es crucial entender cómo nuestras propias evaluaciones y sentimientos sobre nuestro cuerpo influyen en nuestra vida diaria y nuestra salud mental.

Fomentar una visión más equilibrada y positiva de uno mismo puede ayudar a mejorar nuestra relación con nuestro cuerpo y fortalecer nuestra autoestima.

Según la investigación internacional de Díaz (2020), las redes sociales, en particular Instagram, influyen significativamente en la construcción de la identidad y la imagen corporal de las mujeres universitarias. Este estudio destaca que la constante exposición a contenidos que promueven ciertos estándares de belleza puede afectar la percepción que estas mujeres tienen de sí mismas, llevándolas a ajustar su identidad digital para alinearse con estas normas. Además, se observa que la interacción en plataformas como Instagram permite a las usuarias crear identidades virtuales que pueden diferir de su identidad offline. Esta dualidad puede generar conflictos en la autoimagen y en la percepción de la propia identidad, especialmente cuando se busca cumplir con expectativas sociales impuestas en el entorno digital

Asimismo, Baceviciene et al. (2020), en su investigación internacional señalan que los estudiantes con una imagen corporal distorsionada tienen mayor riesgo de desarrollar conductas alimentarias desordenadas, como dietas restrictivas o episodios de atracones, lo que afecta su salud mental, su rendimiento académico e identidad digital. Los autores enfatizan la necesidad de estrategias educativas y preventivas en el entorno universitario para fomentar una relación saludable con el cuerpo y la alimentación. En este sentido, promover hábitos de vida equilibrados y una imagen corporal positiva podría contribuir a mejorar el bienestar general de los estudiantes. En conclusión, el estudio refuerza la importancia de abordar la imagen corporal desde un enfoque integral, considerando el impacto de los medios digitales y las redes sociales en la autopercepción y el comportamiento alimentario de los jóvenes universitarios.

Por otra parte, a nivel nacional Nombreira (2022), establece una relación significativa entre la imagen corporal y la autoestima en adultos jóvenes del distrito de Chiclayo, encontrando que una mayor insatisfacción con la imagen corporal se asocia con niveles más bajos de autoestima. Esta correlación es particularmente más pronunciada en mujeres, donde el 89% reportó insatisfacción moderada a extrema con su cuerpo, frente al 22% de los hombres. Desde una perspectiva de identidad, estos hallazgos resaltan la importancia de la autoimagen en la construcción del autoconcepto y el bienestar psicológico. La identidad personal se desarrolla en función de la percepción del cuerpo, lo que influye en la confianza y la integración social. En una sociedad donde los estándares estéticos son impuestos principalmente por los medios y las redes sociales, la presión por ajustarse a ideales de belleza puede generar conflictos en la identidad, afectando la seguridad y la autoaceptación.

Para este estudio, los estándares de belleza mediados por redes se entenderán como un conjunto de rasgos corporales y faciales que las plataformas promueven de manera reiterada a través de fotos curadas, filtros y edición. En mujeres, predomina el ideal de delgadez/tono (cintura marcada y abdomen plano), la curvatura reloj de arena (caderas y glúteos resaltados), la piel sin textura visible (suavizada por filtros), el rostro simétrico con ojos grandes, nariz afinada y labios definidos, y una estética juvenil que minimiza signos naturales (poros, líneas finas). En varones, destaca el ideal meso mórfico/hipermusculado (espalda en V, pecho y brazos definidos, bajo porcentaje de grasa), abdomen marcado, mandíbula angulosa y, con frecuencia, vello facial estilizado como signo de “dominancia” o madurez. Para ambos sexos se repiten criterios transversales: baja grasa visible, ausencia de “imperfecciones”, simetría y proporción, blanqueamiento/uniformización de tono de piel y escenografías aspiracionales (gimnasio, playa, lifestyle saludable), que funcionan como señales de estatus y disciplina corporal. Estos estándares actúan como puntos de comparación cotidianos: cuanto más visual y performativa es la práctica digital (selfis, fotos de cuerpo entero, edición), mayor es la

probabilidad de que las y los estudiantes internalicen esas metas estéticas como referencia personal, incrementando la auto-observación (miradas, chequeos, repetición de fotos) y la insatisfacción cuando la apariencia real no coincide con el ideal.

### *Teorías de la Imagen Corporal*

- **La Teoría de la Comparación Social**

Santos (2022), argumenta que las personas experimentan un proceso sistemático de comparación, en el cual tienden a alinear sus opiniones y creencias con las de su entorno. Esto significa que cuando un adolescente o joven se siente atraído por un grupo social específico, ese grupo empieza a moldear su percepción de la realidad. A partir de ese momento, sus creencias y valores se ajustan y confrontan en función de las normas y expectativas del grupo. Este proceso no solo refuerza la identidad del individuo en relación con el grupo, sino que también influye en cómo percibe y evalúa su propio comportamiento y las características de su entorno social.

La comparación social es un mecanismo fundamental que las personas emplean para conocerse a sí mismas, evaluar sus habilidades y alcanzar una mayor autorrealización personal. Este proceso implica que los individuos se comparan con otros para formarse una idea más clara sobre su propio valor y características, incluyendo su apariencia física, salud, habilidades y estatus social. Al contrastar sus propias cualidades con las de los demás, las personas buscan una referencia que les permita valorar su posición relativa en diversos aspectos de la vida, lo que a su vez influye en su autoestima y en su percepción de éxito y satisfacción personal. (Thompson et al., 1999)

- **La teoría sociocultural**

La teoría sociocultural o tripartita de la imagen corporal se basa en tres fuentes principales: amigos, padres y medios de comunicación. Estas fuentes son responsables de la formación de ideales de apariencia que impactan directamente en la imagen corporal, o bien

de manera indirecta a través de la internalización de estos estándares de belleza. Esta teoría destaca cómo la comparación de la propia apariencia con la de los demás (en el contexto colectivo), juega un papel crucial en la percepción de la imagen corporal (Santos, 2022). Esta teoría resalta la influencia significativa que tienen las personas cercanas y los medios de comunicación en la construcción de nuestra imagen corporal. La constante exposición a ideales de belleza promovidos por estos actores puede llevar a una autoevaluación más crítica y a una mayor presión para cumplir con estándares estéticos poco realistas. Reconocer este impacto es esencial para fomentar una visión más saludable y equilibrada de la propia apariencia, y para desafiar los ideales de belleza impuestos que a menudo resultan dañinos.

Thompson et al. (1999), argumenta que las comparaciones continuas con ideales de belleza, que se perciben como normativos y deseables, tienden a elevar el nivel de insatisfacción corporal en las personas. Este fenómeno ocurre porque la exposición constante a imágenes de belleza idealizada puede generar sentimientos de inadecuación y malestar con la propia apariencia.

Además, la teoría destaca que los estándares de belleza dictados por la sociedad son internalizados profundamente, especialmente entre las mujeres en las culturas occidentales. Estas expectativas estéticas son reforzadas no solo por los medios de comunicación, sino también por presiones directas de familiares y amigos, quienes a menudo promueven ideales de delgadez como sinónimo de éxito y aceptación. Esta influencia puede tener efectos significativos en la autoimagen y en la salud mental, contribuyendo a una mayor insatisfacción y estrés relacionado con la apariencia física (Thompson et al., 1999).

- **La teoría de la objetivación**

Esta teoría sostiene que, en una cultura dominada por conceptos masculinos, el cuerpo femenino es objetivado sexualmente, tratándolo como un objeto a disposición de los demás. Argumenta que las niñas y mujeres son percibidas como objetos para el uso y la evaluación

de otros, siendo sus cuerpos vistos principalmente desde una perspectiva de observación y valoración física. En esencia, la teoría subraya cómo el contexto cultural y social, especialmente en relación con el cuerpo femenino, lo clasifica como un objeto destinado a ser observado, admirado y juzgado en función de su apariencia (Santos, 2022). La presión cultural sobre la apariencia femenina puede intensificar la inseguridad y provocar problemas de salud mental. Es fundamental reconocer y mitigar estos efectos para promover una imagen corporal positiva y una autoestima saludable.

Durante la adolescencia y la juventud, la presión sobre la apariencia femenina es particularmente intensa, especialmente durante la etapa reproductiva, lo que puede provocar una mayor preocupación por la imagen corporal y una mayor insatisfacción en las mujeres jóvenes. En un entorno sociocultural que tiende a sexualizar y deshumanizar el cuerpo femenino, las mujeres y las niñas pueden enfrentar consecuencias emocionales negativas y riesgos para su salud mental, como síntomas depresivos y trastornos alimentarios. Esta constante vigilancia del cuerpo puede llevar a comportamientos como el aumento de la vergüenza y la ansiedad, y una disminución en la motivación y el bienestar general de las mujeres. (Fredrickson & Roberts, 1997)

- **La teoría feminista**

La doctrina de la igualdad de derechos para las mujeres se fundamenta en la teoría de la igualdad de los géneros. Desde una perspectiva histórica, el término "feminismo" es relativamente reciente. Se originó a finales del siglo XIX en Francia, cuando comenzó a usarse en el vocabulario del movimiento por los derechos de las mujeres. Es importante señalar que este término apareció después de las primeras movilizaciones colectivas en favor de los derechos femeninos (Bonilla, 2010). El feminismo, aunque surgió como término a fines del siglo XIX, refleja un movimiento más antiguo de lucha por la igualdad de derechos.

Su evolución desde entonces ha sido fundamental para avanzar hacia una sociedad más equitativa y justa.

Según Santos (2022), esta teoría ofrece una explicación sobre la experiencia femenina relacionada con la apariencia física, destacando los trastornos alimentarios que pueden surgir debido a la internalización del ideal de delgadez y la consiguiente imagen corporal negativa. Sin embargo, el feminismo se presenta como un factor protector frente a estas preocupaciones sobre la apariencia. La investigación feminista también señala que el género es un factor de riesgo, especialmente cuando se combina con otras variables sociales como la presión por la delgadez. Además, la teoría subraya que la prevención de los trastornos alimentarios debe considerar los factores de riesgo identificados a través de la investigación teórica. En esencia, la perspectiva feminista examina cómo las estructuras de poder y privilegio, relacionadas con el género y otras variables sociales, influyen en la percepción del valor social y la experiencia personal del cuerpo.

- **Teorías cognitivo-conductuales**

Estas teorías se originan en el enfoque cognitivo-conductual de la psicología y ofrecen una perspectiva sobre la imagen corporal al enfocarse en el pensamiento, el aprendizaje social y las emociones. Según estas teorías, el entorno y el contexto en los que una persona vive influyen en cómo evalúa su propia apariencia física (Santos, 2022). Las teorías cognitivas-conductuales ofrecen una comprensión profunda de cómo el entorno y las interacciones sociales influyen en la percepción de la imagen corporal. Al centrarse en cómo el pensamiento y las emociones interactúan con los procesos de aprendizaje, estas teorías subrayan la importancia de los contextos sociales y culturales en la formación de autoevaluaciones sobre la apariencia. Esto es crucial para desarrollar estrategias efectivas en la intervención y prevención de trastornos relacionados con la imagen corporal, ya que permite abordar las influencias externas y los patrones de pensamiento que afectan la

autoestima y la percepción personal. Reconocer el impacto del entorno social y cultural puede facilitar enfoques más completos y personalizados para apoyar a las personas en el desarrollo de una autoimagen más saludable y positiva.

Las teorías cognitivo-conductuales examinan cómo los sesgos cognitivos y las distorsiones en el procesamiento de información influyen en la percepción de la imagen corporal. Estas teorías destacan que los eventos relacionados con la apariencia son cruciales para la forma en que las personas construyen su imagen corporal. Además, sostienen que las personas atribuyen gran relevancia a su apariencia y adoptan comportamientos como mirarse frecuentemente al espejo, prestar atención a la observación y retroalimentación social, comparar su cuerpo con el de los demás, elegir ciertas prendas de ropa, pesarse, y experimentar cambios de estado de ánimo en respuesta a preocupaciones sobre su cuerpo. (Santos, 2022)

### ***Dimensiones de la Imagen Corporal***

En primer lugar, los niveles altos, medios y bajos son:

En nivel alto, la persona reporta una valoración positiva y estable de su cuerpo, con baja interferencia en su vida cotidiana; se observan menores preocupaciones por peso/forma y menos conductas de evitación. Este perfil se asocia con mejores indicadores de bienestar. (Baños & Aguilar, 2020)

En nivel medio, conviven aceptación y dudas: hay momentos de satisfacción con episodios de comparación y preocupación por áreas específicas (p. ej., abdomen, rostro). Puede implicar oscilaciones del estado de ánimo vinculadas a la apariencia. (Baños & Aguilar, 2020)

En nivel bajo, predomina la insatisfacción corporal y la preocupación por el peso/forma, con malestar significativo y conductas como ocultamiento, verificación frecuente

o evitación de fotos; en casos persistentes, puede afectar el funcionamiento académico y social (Baños & Aguilar, 2020).

Asimismo, las definiciones conceptuales son:

**-Insatisfacción corporal:** Grado de descontento con el propio aspecto (total o por zonas), que puede surgir por aspiraciones de aceptación/attractivo o por cambios vitales; se expresa en malestar y en sesgos atencionales hacia supuestas “imperfecciones”. (Baños & Aguilar, 2020)

**-Preocupación por el peso:** Intensidad y frecuencia de pensamientos y conductas centradas en el peso/forma (control, comparación, evitación/exposición), que cuando son elevadas interfieren en la vida diaria y acompañan la experiencia de insatisfacción. (Baños & Aguilar, 2020)

### Hipótesis

Existe una correlación significativa e inversa entre la identidad digital e imagen corporal en los estudiantes de psicología de una universidad.

## Capítulo II. Método

### Método

El proyecto se considera de naturaleza básica porque buscó incrementar el conocimiento mediante la investigación de la interacción entre las variables. Esto se consigue al examinar el problema en cuestión y revisar varias teorías para comprender mejor el fenómeno bajo estudio (Hadi et al., 2023). Por otra parte, la investigación se fundamentó en un enfoque cuantitativo, empleando métodos numéricos y estadísticos para la medición y análisis de los datos recolectados (Hadi et al., 2023). El diseño que utilizamos fue no experimental, el cual según Hernández y Mendoza (2018), describe como la investigación en la que no se manipulan deliberadamente las variables independientes. Es decir, son estudios en los que no se varían intencionalmente las variables independientes para observar su efecto sobre otras variables. Asimismo, el estudio tuvo un diseño descriptivo correlacional, lo que implica que su objetivo principal es comprender la naturaleza y el grado de asociación entre las variables dentro de una población específica. Esta relación se analiza detalladamente utilizando herramientas estadísticas para examinar cómo las variables se relacionan entre sí sin intervenir ni manipular activamente ninguna de ellas. (Hernández y Mendoza, 2018)

### Instrumentos

#### *Ficha de Datos sociodemográficos*

Para la presente investigación, se elaborará una ficha de recolección de datos sociodemográficos, integrada en el consentimiento informado, que recopilará los siguientes datos: Sexo, edad, año académico, red social utilizada y su frecuencia de uso

#### *La declaración del Yo Físico en el Entorno Digital*

Para la variable Identidad Digital se tomó en consideración este instrumento desarrollado por Hernández et al. (2021), el cual está compuesto por 3 dimensiones que son: La autenticación del yo físico, la definición o estatus social del yo físico, la definición del

perfil fotográfico del yo físico; cada una compuesta por 4 ítems, haciendo una suma total de 12 ítems de selección múltiple en todo el instrumento. Las respuestas de este instrumento son de tipo Likert de 6 opciones, donde: 6 es Siempre (S); 5 es a menudo (AM); 4 es a veces (AV); 3 es pocas veces (PV); 2 es casi nunca/Nunca (CN/N) y 1 es no usa/No aplica (NU/NA). El instrumento fue validado mediante juicio de expertos utilizando la técnica de grupo nominal, dicho grupo estuvo conformado por 12 doctores pertenecientes a universidades europeas y latinoamericanas, divididos en 2 grupos: a) con publicaciones en identidad digital y, b) con publicaciones en tecnología educativa en general.

### **Validez y confiabilidad**

Este instrumento para la validación psicométrica se determinó un tamaño muestral 384 sujetos, de cuyos resultados se obtuvo un Alpha de Cronbach de 0.872 para Identidad digital declarada, 0.913 para la identidad digital creada y un 0.916 para la identidad digital calculada. Como criterios de inclusión se consideraron solo los sujetos mayores de 18 años (mayoría de edad en Chile en donde se elaboró y aplicó el instrumento), asegurando la confidencialidad de los datos personales de los participantes.

Por otra parte, al no ser aplicado en un contexto peruano, se realizó la validación por juicio de expertos, siendo aprobado por 3 expertos en el área. Asimismo, se añadió la confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach el cual tuvo una confiabilidad de 0.799 estando en nivel aceptable.

### ***Body Shape Questionnaire (BSQ)***

Para la variable Imagen Corporal, se aplicará la encuesta Body Shape Questionnaire (BSQ), ejecutada por Baños y Aguilar (2020), la cual toma de fundamento el trabajo desarrollado por Moreno et al. (2007), este instrumento está compuesto por 34 ítems que califican un solo concepto psicológico bajo 2 dimensiones que son: la insatisfacción corporal y la preocupación por el peso. La primera compuesta por 20 ítems y la segunda por 14; el

cuestionario posee una escala de tipo Likert de 6 puntos que va desde Nunca hasta Siempre. La confiabilidad del Body Shape Questionnaire se calculó usando el alfa de Cronbach con coeficiente de correlación intraclase.

### **Validez y confiabilidad**

Los resultados de la investigación de Moreno et al. (2007), confirman la estabilidad y coherencia de los presupuestos teóricos pues su Alpha general fue de 0,96 con un intervalo de confianza del 95% y que tuvo un límite inferior de 0,961 y un límite superior de 0,966. El factor que evalúa insatisfacción corporal tuvo un alfa de 0,95. El factor 2, que mide preocupación por el peso, tuvo un alfa de 0,92. Estos resultados muestran el grado de correlación inter-ítem que se obtiene al aplicar la prueba en una población universitaria de Colombia.

Por otra parte, al no ser aplicado en un contexto peruano, se realizó la validación por juicio de expertos, siendo aprobado por 3 expertos en el área. Asimismo, se añadió la confiabilidad mediante el Alpha de Cronbach el cual tuvo una confiabilidad de 0.981 estando en nivel excelente.

### **Participantes**

Los participantes de estudio fueron los alumnos de la carrera de Psicología, los cuales fueron seleccionados de manera indistinta entre varones y mujeres, a través de un muestreo probabilístico intencional, ya que es un método en el que el investigador elige de forma consciente a los participantes que considera más adecuados o relevantes para el estudio, sin garantizar que todos los miembros de la población tengan la misma oportunidad de ser seleccionados (Ñaupas et al., 2018). La muestra total se constituyó de un total de 384 estudiantes.

### ***Criterios de Inclusión***

- Ser mayor de 18 años al momento de participar en el estudio, cumpliendo con la mayoría de edad legal en Perú y no ser mayor de 35 años
- Estar matriculado en el semestre 2025-1 de la universidad seleccionada.
- Haber completado en su totalidad los cuestionarios proporcionados en la investigación.
- Haber firmado el consentimiento informado, aceptando voluntariamente su participación en el estudio.
- Estar dispuesto a participar en la recolección de datos de manera presencial dentro de los horarios establecidos por la investigación.
- Tener disponibilidad para completar la encuesta en una sola sesión, sin interrupciones.
- Haber utilizado las redes sociales como Instagram, TikTok y Facebook en el último mes.

**Tabla 1.**  
*Características de la muestra*

		<b>n</b>	<b>%</b>
<b>SEXO</b>	Femenino	270	70%
	Masculino	114	30%
<b>EDAD</b>	18 a 24	366	95%
	25 a 29	15	4%
	30 a 35	3	1%
<b>AÑO ACADÉMICO</b>	1er año	96	25%
	2do año	33	9%
	3er año	132	34%
	4to año	99	26%
	5to año	24	6%
<b>RED SOCIAL</b>	Facebook	19	5%
	Instagram	119	31%
	Tik Tok	246	64%
<b>TIEMPO</b>	1 a 2 horas	129	34%
	3 a 5 horas	186	48%
	5 a más horas	69	18%

La muestra estuvo conformada por 384 estudiantes universitarios, predominando el sexo femenino (70%), frente al masculino (30%). En cuanto a la edad, se observa una distribución altamente concentrada en el grupo de 18 a 24 años (95%), lo que es consistente con la población típica de pregrado; únicamente un 5% supera los 24 años. Respecto al año académico, la muestra presenta una distribución relativamente equilibrada, con mayor representación del tercer año (34%), seguido del cuarto año (26%) y del primer año (25%). Los estudiantes de segundo y quinto año participaron en menor proporción (9% y 6%, respectivamente). En relación con el uso de redes sociales, TikTok es la plataforma predominante (64%), seguida por Instagram (31%), mientras que Facebook muestra un uso significativamente menor (5%). Finalmente, el tiempo de uso diario de redes sociales indica que casi la mitad de los participantes (48%) utiliza estas plataformas entre 3 y 5 horas, seguido de quienes las emplean entre 1 y 2 horas (34%). Un 18% reporta un consumo intensivo, de 5 o más horas al día.

### **Procedimiento**

Para la presente investigación se realizó el siguiente procedimiento: en primera instancia se solicitó la autorización para ejecutar la presente investigación a la Universidad, donde se les presentó los objetivos de la misma y la extensión de los cuestionarios, se coordinó las fechas óptimas para la aplicación de los instrumentos de manera tal que se accedió a estudiantes de la carrera de Psicología sin interrumpir sus sesiones de aprendizaje, la aplicación se realizó en las fechas pactadas. La aplicación se realizó en dos formatos de manera digital a través formularios de Google a los estudiantes de los distintos años académicos, una vez evaluada toda la muestra, los datos fueron digitalizados en una base del programa Microsoft Excel para posteriormente ser procesados estadísticamente mediante el software de SPSS, finalmente se redactaron los resultados y conclusiones.

### **Consideraciones éticas**

La presente investigación se realizó cumpliendo con todas las normas y reglamentos estipulados por la Universidad con el fin de garantizar el correcto desarrollo de la investigación, para asegurar la veracidad de la información se realizaron las gestiones necesarias para solicitar los permisos que faciliten la aplicación de los instrumentos en la población de estudio a la cual se le brindó un consentimiento informado donde conocieron el propósito y el tratamiento que se les dio a los datos recolectados por los instrumentos, resaltando que se respetó su confidencialidad ya que la aplicación se realizó de forma anónima.

### **Análisis de datos**

El análisis de datos en este estudio se llevó a cabo utilizando el software estadístico SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). Primero, se realizó un análisis descriptivo para obtener medidas resumidas de las variables, describiendo según los objetivos planteados y analizándolos en SPSS. Luego, se emplearon pruebas de correlación, dentro de la estadística inferencial, para examinar la relación entre las variables. Además, se llevaron a cabo análisis de la prueba de hipótesis utilizando coeficientes. Estas técnicas estadísticas permitieron identificar patrones significativos y proporcionaron una comprensión más profunda de cómo estas variables están interrelacionadas en el contexto universitario de la ciudad de Arequipa, empleando las capacidades analíticas avanzadas que ofrece el software SPSS.

### Capítulo III. Resultados

#### Resultados

**Tabla 2.**

*Niveles de identidad digital según el sexo de los estudiantes*

	<i>SEXO</i>			
	Femenino		Masculino	
	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	84	22%	29	8%
<b>Medio</b>	170	44%	78	20%
<b>Alto</b>	16	4%	7	2%
<b>TOTAL</b>	270	70%	114	30%

#### Interpretación

En la distribución por sexo, la identidad digital media concentra a la mayoría en ambos grupos (mujeres 44%, varones 20%), mientras que la baja es más frecuente en mujeres (22% vs. 8% en varones) y el alta es minoritaria (mujeres 4%, varones 2%). En términos psicológicos, el nivel medio describe un uso “activo pero controlado” de las redes: sirve para coordinar trabajos, mantener vínculos y mostrar logros sin sostener una autopresentación intensiva. La mayor proporción femenina en nivel bajo puede leerse como cautela de exposición (mayor cuidado de la privacidad y del contenido visual) y como un mix de usos más relacionales/ académicos que performativos, lo que reduce el peso del componente fotográfico. En los varones, el predominio del nivel medio y la escasa presencia del alto sugiere prácticas visibles, pero menos constantes; cuando aparece el nivel alto, suele vincularse a normas de apariencia y búsqueda de validación. Este patrón calza con la idea de identidad digital mosaico mezcla de fines sociales, académicos y de ocio que evita extremos de hiperexposición y con la comparación social como mecanismo que se activa, sobre todo

cuando la práctica es muy visual (Santos, 2018, 2022; Thompson, Heinberg & Stormer, 1999; Hernández et al., 2022). Implicación práctica: reforzar alfabetización mediática en ambos sexos, con foco en el manejo del componente fotográfico y la comparación, y acompañar a mujeres y varones en presiones estéticas diferenciales.

**Tabla 3.**  
*Niveles de identidad digital según edad de los estudiantes*

	EDAD					
	18 a 24		25 a 29		30 a 35	
	f	%	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	107	28%	5	1%	1	0%
<b>Medio</b>	238	62%	8	2%	2	1%
<b>Alto</b>	21	5%	2	1%	-	-
<b>TOTAL</b>	366	95%	15	4%	3	1%

### Interpretación

Por edad, el nivel medio de identidad digital es el más común en todos los grupos y se concentra sobre todo en 18–24 años (62%); en ese mismo grupo también aparece el nivel bajo (28%) y muy poco nivel alto (5%). En 25–29 y 30 - 35 los porcentajes son muy pequeños (medio: 2% y 1%; bajo: 1% y 0%; alto: 1% y 0%). Ello se interpreta que en la edad de 18 y 24 años suele haber más vida social visible y más cuidado de la imagen en redes (perfiles, historias, fotos con amigos), lo que empuja a una presencia activa pero no extrema típica del nivel medio sin llegar, en la mayoría, a una exposición intensa y sostenida (nivel alto). Esto encaja con la idea de identidad digital tipo mosaico, donde se mezclan usos para relacionarse, estudiar y entretenerse (Santos, 2018), y con el papel de los grupos de

pertenencia que ordenan cómo nos mostramos (Hernández et al., 2022). Además, los ciclos de publicación y retroalimentación aumentan la comparación social, lo que explica por qué hay más visibilidad en 18-24 sin que predomine el nivel alto (Thompson et al., 1999). En 25-29 y 30-35, aparte de que hay pocos casos, las responsabilidades laborales o familiares suelen restar tiempo e interés a la autopresentación visual, manteniendo cifras bajas en todos los niveles.

**Tabla 4.**  
*Niveles de identidad digital según año académico de los estudiantes*

	Año académico									
	1er año		2do año		3er año		4to año		5to año	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	16	15%	13	4%	42	29%	38	39%	10	42%
<b>Medio</b>	65	62%	20	7%	85	64%	58	58%	14	58%
<b>Alto</b>	15	23%	-	-	5	7%	3	3%	-	-
<b>TOTAL</b>	96	100%	33	11%	132	34%	99	100%	24	100%

### Interpretación

Por año académico, se aprecia que el nivel medio de identidad digital es el patrón dominante en casi todos los ciclos: en 1.º alcanza 62%, en 3.º llega a 64%, y se mantiene alto en 4.º (58%) y 5.º (58%). En cambio, el nivel bajo gana más peso conforme avanza la carrera, especialmente en 4.º (39%) y 5.º (42%), mientras que en 3.º también aparece con una proporción importante (29%). El nivel alto es el menos frecuente y se concentra sobre todo en 1.º (23%), luego cae de manera marcada en 3.º (7%) y 4.º (3%), y prácticamente desaparece en los ciclos finales.

Este comportamiento puede interpretarse así: a mitad de carrera (3.º, 4.º) suele

aumentar la vida académica y social visible (trabajos en equipo, exposiciones, actividades y redes de apoyo entre pares), lo que empuja a mantener una presencia digital activa pero moderada, coherente con el predominio del nivel medio. A la vez, el incremento del nivel bajo en 4.º, 5.º puede reflejar una etapa de mayor selectividad o uso con propósito (menos curaduría del perfil, más control de lo que se publica) por exigencias de prácticas, cargas académicas o prioridades de cierre. En términos psicológicos, esto encaja con la idea de una identidad digital tipo “mosaico” (uso académico, relacional y de ocio que no necesariamente conduce a hiperexposición) y con la comparación social: hay más oportunidades de exposición en ciertos ciclos, pero la mayoría no sostiene una puesta en escena intensa de forma constante (Santos, 2018, 2022; Thompson et al., 1999; Hernández et al., 2022).

**Tabla 5.**  
*Niveles de identidad digital según red social de los estudiantes*

	RED SOCIAL					
	Facebook		Instagram		TikTok	
	f	%	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	6	27%	41	35%	66	27%
<b>Medio</b>	14	64%	71	62%	163	66%
<b>Alto</b>	2	9%	4	3%	17	7%
<b>TOTAL</b>	22	100%	116	100%	246	100%

### Interpretación

En las tres plataformas predomina un nivel medio de identidad digital: Facebook 64% (14/22), Instagram 62% (71/116) y TikTok 66% (163/246), lo que sugiere un uso “activo pero moderado” centrado en interacción cotidiana, estudio y socialización, sin una curaduría intensiva del yo. El nivel bajo es relevante, especialmente en Instagram (35%), seguido de Facebook (27%) y TikTok (27%); esto puede reflejar prácticas de consumo pasivo (ver más

que publicar), mayor cuidado de la privacidad y evitación de datos/imágenes personales, en línea con la noción de identidad-mosaico donde conviven usos heterogéneos (Santos, 2018,



2022). El nivel alto es minoritario en todas: Facebook 9%, TikTok 7%, Instagram 3%, coherente con que la exposición visual y el mantenimiento constante de perfiles conlleva costos y riesgos (comparación social, vigilancia del cuerpo), por lo que pocos estudiantes sostienen ese grado de auto-presentación (Thompson, Heinberg & Stormer, 1999; Perloff, 2014). En conjunto, el patrón por red indica que más que la plataforma en sí, las formas de uso (publicar vs. mirar, gestión de privacidad, volumen de imágenes) organizan los niveles de identidad digital en esta población.

**Tabla 6.**  
*Niveles de Imagen corporal según el sexo de los estudiantes*

	<b>SEXO</b>			
	Femenino		Masculino	
	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	65	17%	5	1%
<b>Medio</b>	81	21%	40	10%
<b>Alto</b>	124	32%	69	18%
<b>TOTAL</b>	270	70%	114	30%

### Interpretación

Con base en la Tabla 5, la mayor parte de los estudiantes reportan una imagen corporal alta (mujeres 32%, varones 18%), seguida de nivel medio (mujeres 21%, varones 10%) y, en menor medida, nivel bajo (mujeres 17%, varones 1%). Este patrón sugiere que, en promedio, existe una autoevaluación corporal favorable, aunque con bolsones de malestar más frecuentes en mujeres. Desde el marco teórico, ello es consistente con la teoría de la objetivación y la evidencia sobre presión estética diferencial: los medios y las redes promueven ideales de delgadez/tono en mujeres y de hipermusculación en varones,

incrementando la comparación social y la vigilancia de la apariencia (Fredrickson & Roberts, 1997; Dahlenburg et al., 2020; Baceviciene et al., 2020). Así, el 17% de mujeres en nivel bajo puede reflejar mayor exposición e internalización de estándares poco realistas (Santos, 2022; Díaz, 2020), mientras que el 18% de varones en nivel alto, junto con su 1% en nivel bajo, apunta a la presencia de metas de muscularidad sin traducirse, en esta muestra, en malestar extendido. Por lo tanto, fortalecer alfabetización mediática y habilidades de afrontamiento para limitar la comparación visual; en mujeres, trabajar objetivación y autocompasión; en varones, cuestionar normas de “cuerpo ideal” centradas en la muscularidad y promover diversidad corporal.

**Tabla 7.**  
*Niveles de imagen corporal según edad de los estudiantes*

	<b>EDAD</b>					
	18 a 24		25 a 29		30 a 35	
	f	%	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	69	18%	-	-	1	0%
<b>Medio</b>	116	30%	5	1%	-	-
<b>Alto</b>	181	47%	10	3%	2	1%
<b>TOTAL</b>	366	100%	15	100%	3	100%

### Interpretación

Los resultados muestran que en todos los rangos de edad prevalece la imagen corporal alta, con mayor peso en 18–24 años (47%), seguida de media (30%) y baja (18%); en 25–29 y 30–35 también domina el alta (3% y 1%), aunque esos grupos tienen n muy pequeños (15 y 3). Este patrón es coherente con el modelo tripartito y la comparación social: en 18–24 aumenta la exposición y el feedback en redes, lo que intensifica la autoevaluación del aspecto

(Thompson, Heinberg & Stormer, 1999; Perloff, 2014). Al mismo tiempo, la mayoría se mantiene en rangos favorables (alta/media), lo que sugiere recursos de afrontamiento y contextos protectores que amortiguan la presión estética (Fardouly & Vartanian, 2016). La fracción con imagen corporal baja (18%) es consistente con la objetivación del cuerpo y la vigilancia de la apariencia descritas para juventudes, especialmente en mujeres, pero cada vez más observadas también en varones por mandatos de musculación/fitness (Fredrickson & Roberts, 1997; Bacevičienė et al., 2020). En los grupos mayores, la menor visibilidad digital y la diversificación de roles podrían favorecer evaluaciones más estables del cuerpo, aunque aquí no se infiere por el tamaño muestral (Santos, 2022; Díaz, 2020).

**Tabla 8.**  
*Niveles de imagen corporal según año académico de los estudiantes*

	Año académico									
	1er año		2do año		3er año		4to año		5to año	
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	21	21.9%	2	6.1%	25	18.9%	22	22.2%	1	4.2%
<b>Medio</b>	30	31.3%	15	45.5%	41	31.1%	29	29.3%	3	12.5%
<b>Alto</b>	45	46.9%	16	48.4%	66	50%	48	48.5%	20	83.3%
<b>TOTAL</b>	96	100%	33	100%	132	100%	99	100%	24	100%

### Interpretación

En todos los años académicos predomina la imagen corporal alta, lo que indica una valoración corporal generalmente favorable en la muestra. Este predominio es especialmente marcado en quinto año (83.3%), seguido de tercer año (50.0%), cuarto año (48.5%) y primer año (46.9%).

Sin embargo, los ciclos intermedios (tercero y cuarto año) concentran también los

mayores porcentajes de imagen corporal baja (18.9% y 22.2% respectivamente), lo que evidencia una mayor polarización: coexisten estudiantes con alta satisfacción y otros con mayor malestar corporal.

Este patrón es coherente con la Teoría de la Comparación Social y el modelo tripartito de la influencia sociocultural (Thompson, Heinberg & Stormer, 1999; Perloff, 2014), ya que en los años intermedios se incrementa la visibilidad social, la comparación entre pares y la curaduría del perfil digital, lo que intensifica la autoevaluación del cuerpo.

Asimismo, la Teoría de la Objetivación (Fredrickson & Roberts, 1997) explica que, en contextos donde el cuerpo es altamente expuesto y evaluado, aumenta la auto-vigilancia corporal, lo que eleva el riesgo de insatisfacción, especialmente en mujeres y, progresivamente, también en varones (Bacevičienė et al., 2020).

En contraste, el alto porcentaje de imagen corporal positiva en quinto año sugiere que, conforme avanzan en la carrera, los estudiantes incorporan roles académicos y metas profesionales más estables, lo que reduce la centralidad de la apariencia física en la autoevaluación, tal como señalan Fardouly y Vartanian (2016) y Santos (2022).

**Tabla 9.**  
*Niveles de imagen corporal según red social de los estudiantes*

	<b>RED SOCIAL</b>					
	Facebook		Instagram		TikTok	
	f	%	f	%	f	%
<b>Bajo</b>	5	23%	38	33%	70	29%
<b>Medio</b>	13	59%	72	62%	158	64%
<b>Alto</b>	4	18%	6	5%	18	7%
<b>TOTAL</b>	22	100%	116	100%	246	100%

### Interpretación

En la Tabla 9 se observa que, en las tres plataformas, la mayoría se ubica en imagen corporal media (Facebook 59%, Instagram 62%, TikTok 64%), mientras que los niveles altos son más frecuentes en Facebook (18%) y marcadamente menores en Instagram (5%) y TikTok (7%); a la vez, los bajos se concentran más en Instagram (33%) y TikTok (29%) que en Facebook (23%). Este patrón es coherente con el marco teórico: los entornos más visuales



y comparativos (IG/TikTok) tienden a activar mayor auto-observación y comparación social, lo que se asocia con más malestar corporal y menos casos en el extremo “alto” (Fredrickson & Roberts, 1997; Thompson, Heinberg & Stormer, 1999; Perloff, 2014). En cambio, el uso de Facebook usual para interacciones menos centradas en la estética muestra una proporción relativamente mayor de imagen corporal alta. En conjunto, los datos sugieren que no es la red en sí, sino el modo de uso visual-performativo el que se vincula con una percepción corporal menos favorable en una parte del alumnado.

**Tabla 10.**  
*Prueba de normalidad*

		<b>Prueba de Kolmogorov-Smirnov para una muestra</b>				
		Identidad digital	Imagen Corporal	Autenticación del yo físico	Estatus del yo físico	Perfil Fotográfico
N		384	384	384	384	384
Parámetros normales <sup>ab</sup>	Media	32,6979	116,2682	10,3854	7,8880	14,4245
	Desv.	7,28440	35,21524	3,39365	3,80881	3,01857
Desviación						
Máximas diferencias extremas	Absoluto	,077	,105	,104	,154	,126
	Positivo	,077	,083	,104	,148	,077
	Negativo	-,043	-,105	-,062	-,154	-,126
Estadístico de prueba		,077	,105	,104	,154	,126
Sig. asintótica(bilateral)		,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>	,000 <sup>c</sup>

### Interpretación

La prueba de Kolmogorov–Smirnov indica que todas las variables (identidad digital total, imagen corporal total y sus dimensiones) no siguen distribución normal ( $p < .001$  en todos los casos), por lo que para evaluar la relación entre ellas corresponde aplicar correlaciones no paramétricas, específicamente Spearman

**Tabla 11.**

*Relación entre Imagen corporal y autenticación del yo físico*

			Imagen corporal	Autenticación del yo físico
Rho de Spearman	Imagen corporal	Coefficiente de correlación	1,000	-,006
		N	384	384
	Autenticación del yo físico	Coefficiente de correlación	-,006	1,000
		Sig. (bilateral)	,907	.
		N	384	384

### Interpretación

Aquí el Rho es -0,006 con un valor de significancia de 0,907. Esto refleja una correlación negativa prácticamente inexistente (muy cercana a 0), y claramente no significativa ( $p > 0,05$ ). Por lo tanto, se acepta la hipótesis nula. Esto significa que el nivel de autenticación del yo físico (por ejemplo, el uso de datos reales en plataformas) no se relaciona con la percepción o insatisfacción respecto a la imagen corporal. En otras palabras, que alguien se autentique con nombre/apellido verdadero o no, no impacta en su vivencia corporal.

**Tabla 12.**  
*Relación entre imagen corporal y estatus del yo físico*

			Imagen corporal	Estatus del yo físico
Rho de Spearman	Imagen corporal	Coefficiente de correlación	1,000	-,001
		Sig. (bilateral)	.	,990
		N	384	384
	Estatus del yo físico	Coefficiente de correlación	-,001	1,000
		Sig. (bilateral)	,990	.
		N	384	384

### Interpretación

El coeficiente Rho es -0,001 con una significancia de 0,990. Esto representa una correlación negativa nula (total ausencia de relación) y, al ser  $p > 0,05$ . En consecuencia, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la hipótesis alterna: no existe relación entre imagen corporal y estatus del yo físico (declarar género, estado civil, fecha de nacimiento, etc.). En términos prácticos, completar más o menos datos declarativos en plataformas no se asocia con mayor o menor preocupación/insatisfacción corporal; el efecto es nulo tanto estadística como sustantivamente.

**Tabla 13.**  
*Relación entre imagen corporal y el perfil fotográfico*

			Imagen corporal	Perfil fotográfico
Rho de Spearman	Imagen corporal	Coefficiente de correlación	1,000	,216**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Perfil fotográfico	Coefficiente de correlación	,216**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

### Interpretación

La rho obtenida es 0,216 con una significancia de 0,000. Este valor corresponde a una correlación positiva media (rango +0,11 a +0,50) y es estadísticamente significativa ( $p < 0,05$ ). En este caso, se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alterna. La interpretación es que, cuanto más se configura y se expone un perfil fotográfico en entornos digitales (rostro, cuerpo, fotos con otros), mayor es la tendencia a preocuparse o mostrar insatisfacción con la imagen corporal. Este hallazgo es coherente con teorías de la comparación social y del impacto de la auto-presentación visual, que suelen intensificar la conciencia corporal.

**Tabla 14.**

*Relación entre imagen corporal y el tipo de red social utilizada*

			Imagen corporal	Red social
Rho de Spearman	Imagen corporal	Coefficiente de correlación	1,000	,004
		Sig. (bilateral)	.	,935
		N	384	384
	Tipo de red social utilizada	Coefficiente de correlación	,004	1,000
		Sig. (bilateral)	,935	.
		N	384	384

### Interpretación

El análisis de Spearman muestra un coeficiente de correlación de 0,004 entre la imagen corporal y el tipo de red social utilizada, con un valor de significancia  $p = 0,935$  ( $> 0,05$ ), lo que indica que la relación es prácticamente nula y estadísticamente no significativa. En términos simples, según los datos de los 384 estudiantes evaluados, el tipo de red social que usan (Instagram, Facebook, TikTok.) no se asocia de manera relevante con cómo perciben su imagen corporal; es decir, no se encontró evidencia para afirmar que una u otra red social esté vinculada a una mejor o peor percepción corporal dentro de esta muestra.

**Tabla 15.**  
*Relación entre imagen corporal y la frecuencia de uso*

			Imagen corporal	Frecuencia de uso
Rho de Spearman	Imagen corporal	Coefficiente de correlación	1,000	-,289**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	384	384
	Frecuencia de uso	Coefficiente de correlación	-,289**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	384	384

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

### Interpretación

El coeficiente Rho de Spearman de -0,289 con un valor  $p = 0,000 (< 0,01)$  indica una correlación negativa baja pero significativa entre la imagen corporal y la frecuencia de uso de redes sociales en los 384 estudiantes evaluados. Esto significa que, a mayor frecuencia de uso, tienden a presentarse puntuaciones menos favorables en imagen corporal (mayor insatisfacción o preocupación), mientras que quienes usan con menor frecuencia las redes muestran, en promedio, una percepción más positiva de su cuerpo. Aunque la relación no es fuerte, sí es consistente y estadísticamente confiable.

**Tabla 16.**  
*Relación entre la identidad digital e imagen corporal*

			Identidad digital	Imagen corporal
Rho de Spearman	Identidad digital	Coeficiente de correlación	1,000	,092
		Sig. (bilateral)	.	,071
		N	384	384
	Imagen corporal	Coeficiente de correlación	,092	1,000
		Sig. (bilateral)	,071	.
		N	384	384

### Interpretación

El coeficiente rho de Spearman es 0,092 con un valor de significancia de 0,071. Esto indica una correlación positiva débil (rango +0,01 a +0,10), pero como el valor de p es mayor a 0,05, no es estadísticamente significativa. En consecuencia, se acepta la hipótesis nula y se rechaza la alterna. En términos prácticos, no se evidencia una relación clara entre identidad digital e imagen corporal, aunque el ligero signo positivo sugiere que, en la muestra, a mayor identidad digital podría tender mínimamente a mayor preocupación o valoración de la imagen corporal.

## Discusión

De forma global, el estudio evidenció que la identidad digital total y la imagen corporal no guardan una relación estadísticamente significativa ( $\rho = .092$ ;  $p = .071$ ). Este resultado se comprende mejor cuando se asume que la identidad digital funciona como un ensamblaje de usos académicos, relacionales y performativos cuyos efectos sobre el cuerpo no son homogéneos. Bajo la noción de identidad-mosaico, el promedio aplana la influencia de la capa performativa-visual la única que activa comparación estética con otras capas no estéticas, como la autenticación y el estatus declarativo, de modo que el vínculo general se diluye (Santos, 2018, 2022; Hernández et al., 2021).

Cuando se aísla la dimensión perfil fotográfico, aparece una correlación positiva débil pero significativa con la imagen corporal ( $\rho = .216$ ;  $p < .001$ ). Este hallazgo es coherente con la teoría de la comparación social y el modelo tripartito (Thompson et al., 1999), según los cuales la exposición visual y el feedback potencian la autoobservación y las comparaciones con ideales hegemónicos. Dahlenburg et al. (2020) muestran que los medios han sostenido por décadas estándares de delgadez femenina e hipermusculación masculina; Bacevičienė et al. (2020) vinculan esa presión con mayor riesgo de insatisfacción y conductas alimentarias desadaptativas. En clave latinoamericana, Díaz (2020) y Aguilar (2023) documentan que, en entornos altamente visuales (Instagram), la curaduría del yo y la frecuencia de exposición son los disparadores más robustos del malestar corporal. Nuestros datos replican ese patrón: la identidad global no se asocia, pero la capa fotográfica sí.

La distribución por sexo también encaja con la teoría de la objetivación (Fredrickson & Roberts, 1997), hay mayor peso de imagen corporal baja en mujeres y casi nula en varones, aun cuando la mayoría femenina se ubica en niveles medios/altos. La literatura sugiere que ellas enfrentan una vigilancia estética más intensa y normas de delgadez/tono

(Dahlenburg et al., 2020; Santos, 2022), mientras que en ellos crece el mandato de muscularidad, aunque en esta muestra no se tradujo en malestar extendido. Desde el interaccionismo simbólico y la Identity Theory, los roles y pertenencias organizan la presentación del yo (Serpe & Stryker, 2011); en estudiantes de Psicología, esa presentación combina fines académicos y relacionales con un énfasis ético-profesional en el autocuidado, lo que podría amortiguar los extremos de hiporexposición.

Por edad y año académico, predominan niveles “medios” de identidad digital y “altos/medios” de imagen corporal, con picos de visibilidad en 3.º - 4.º. Este ciclo coincide con mayor exposición pública (prácticas, presentaciones) y evaluación entre pares. Peris & Agut (2007) sostienen que las dinámicas de pertenencia y validación colectiva ordenan la auto-presentación, mientras que Giddens (1997) recuerda que, en la modernidad tardía, el yo se negocia reflexivamente en contextos de alta conectividad. Así, se entiende que el estudiantado mantenga una presencia activa pero controlada (nivel medio), suficiente para coordinar, pertenecer y mostrar logros, sin sostener una curaduría intensiva. Cuando esa curaduría se intensifica más fotos de rostro/cuerpo, edición, búsqueda de feedback, se activa el circuito de comparación y la probabilidad de malestar (Thompson et al., 1999; Perloff, 2014).

El análisis por red social refuerza lo anterior: Facebook concentra más casos de imagen alta que Instagram/TikTok, donde aumentan los niveles bajos. La diferencia no sería la marca de la app, sino el peso del canal visual-performativo, su cultura de filtros y la lógica de métricas visibles. La evidencia de Fardouly & Vartanian (2016) muestra que la comparación mediada por fotos indicando que estar en redes es la clave del impacto en el cuerpo. Esto se alinea con la crítica de Cortez et al. (2016) a la “inestabilidad sociocultural” que presiona la corporalidad y con el señalamiento clásico de Salazar (2007) sobre el rol de la publicidad en la difusión de un ideal homogéneo de perfección.

La correlación negativa entre frecuencia de uso e imagen corporal ( $\rho = -.289$ ;  $p < .001$ ) indica que más uso se asocia, en promedio, con peor autoevaluación corporal. Desde el enfoque cognitivo-conductual, el incremento de chequeos (mirarse, compararse, pesar medidas), la rumiación y la evitación/exposición ansiosa explican ese deterioro (Santos, 2022; Baños & Aguilar, 2020). La perdurabilidad y memoria digital archivo y trazabilidad de publicaciones intensifican la presión por consistencia estética y la huella evaluable del cuerpo (García & Núñez, 2008), al tiempo que estabilizan bucles de publicación-feedback-autoobservación.

El contexto universitario privado ayuda a explicar por qué, pese a la alta conectividad, predominan imágenes corporales favorables y niveles medios de identidad digital. Hay capital cultural y recursos institucionales para alfabetización mediática y bienestar psicológico, lo que protege frente a extremos (Castells, 1997; Pérez et al., 2022). A la vez, la intensificación de estándares estéticos en redes ideal delgado/tono, mesomorfo/hipermusculado actúa como punto de comparación cotidiano (Santos, 2022), especialmente en mujeres. Saenz & Porras (2023) confirman que la identidad digital en estudiantes se configura en dimensiones de sociabilización, creatividad y álbum de recuerdos, lo que explica la preponderancia del nivel medio: se usa para pertenecer, recordar y coordinar, no necesariamente para performar el cuerpo todo el tiempo.

Por otro lado, en identidad digital alta, se espera mayor visibilidad, edición y búsqueda de retroalimentación; potencialmente más comparación y auto-vigilancia estética, con riesgo de impacto en el ánimo y la autoimagen (Thompson et al., 1999; Perloff, 2014). En identidad media, conviven usos funcionales y una curaduría moderada; el efecto dependerá de cuánto pese lo visual. En identidad baja, hay menor exposición y más control de privacidad; esto puede proteger frente a la comparación persistente, aunque también

limitar capital social online (Hernández et al., 2022). En imagen corporal, niveles altos reflejan valoración estable y baja interferencia cotidiana; niveles medios combinan aceptación con dudas situacionales; niveles bajos implican malestar relevante y conductas de verificación/evitación que pueden afectar rendimiento y vida social (Baños & Aguilar, 2020; Balbuena, 2020).

Con base en la evidencia y en tus datos, las intervenciones deberían desplazar el foco desde “reducir redes” a modular lo visual, alfabetización sobre filtros y edición, pausas de comparación, reglas de publicación, y entrenamiento en autocompasión y diversidad corporal (Fredrickson & Roberts, 1997; Fardouly & Vartanian, 2016). Deben ser sensibles al género objetivación y delgadez en mujeres; muscularidad en varones y al momento académico picos de visibilidad en 3.º - 4.º. También conviene aprovechar la formación disciplinar: prácticas reflexivas sobre identidad profesional y ética del cuidado del yo digital (Espinoza, 2023; Hernández et al., 2021). Finalmente, futuras líneas debieran incorporar métricas conductuales de uso (no solo autor reporte), distinguir formatos (rostro vs. cuerpo), y ensayos de higiene digital y alfabetización visual, controlando moderadores como autoestima, apoyo social y actividad física.

Que estos resultados se observen en estudiantes de Psicología de una universidad privada se entiende por la convergencia de tres rasgos del contexto. Primero, el currículum y el capital cultural de la carrera exponen de manera temprana a contenidos de salud mental, sesgos cognitivos y alfabetización mediática, lo que potencia estrategias de regulación y cuestionamiento de estándares no realistas; ello puede explicar por qué la imagen positiva es predominante y la relación identidad-imagen se diluye cuando la identidad no aísla lo visual. Segundo, persisten normas de género diferenciadas: en mujeres, la objetivación y el ideal de delgadez; en varones, la presión por muscularidad. Esta asimetría aparece en la base de los porcentajes de imagen baja y alta, respectivamente. Tercero, la condición socioeconómica

vinculada a la educación privada asegura alto acceso y conectividad que amplifican la exposición, pero también disponibilidad de recursos institucionales de apoyo servicios psicológicos, cultura de bienestar que amortiguan los efectos estéticos, contribuyendo a la preeminencia de niveles medios y altos.

Las implicancias prácticas derivan directamente de los hallazgos. En lugar de demonizar las redes, conviene intervenir sobre el componente visual que mostró asociación con el malestar: educación breve y aplicada en edición responsable, comprensión crítica de filtros y estándares, criterios de publicación y pausas de comparación. La prevención debe ser sensible al género: en mujeres, trabajar objetivación, autocompasión y diversidad corporal; en varones, cuestionar la norma de hipermuscularidad y promover metas de salud y función por encima de la apariencia. La higiene digital reducir ventanas y notificaciones, acotar horarios, alternar actividades offline y reglas de uso con sentido académico y socioemocional resultan claves. Dado que en tercero y cuarto año crece la visibilidad y la comparación entre pares, es oportuno instalar talleres preventivos antes y durante esos ciclos, con tamizaje y derivación temprana para quienes sostienen imagen baja y muestran evitación social, dietas restrictivas o rumiación corporal.

Finalmente, es necesario reconocer las limitaciones: el diseño transversal impide inferir causalidad; los grupos de 25–35 años tuvieron tamaños pequeños; todas las medidas fueron de autor reporte. Futuras investigaciones deberían incorporar métricas conductuales de uso (tiempo real, patrones de scroll), distinguir formatos visuales (rostro vs. cuerpo), evaluar ensayos controlados de higiene digital y alfabetización visual, y analizar moderadores como autoestima, apoyo social y actividad física. En síntesis, en esta muestra la identidad digital se organiza mayoritariamente en un nivel medio coherente con un uso funcional y no extremo, la imagen corporal se mantiene en rangos favorables con focos de riesgo en mujeres, y la relación entre ambos constructos aparece solo cuando se aísla la autopresentación fotográfica y cuando el uso es más frecuente; de ahí que las intervenciones más

prometedoras sean aquellas que modulan lo visual, fortalecen criterios de publicación y promueven diversidad corporal y regulación emocional como competencias de autocuidado y de ejercicio profesional en Psicología



## Conclusiones

**Primera:** Se encontró una relación positiva débil y estadísticamente no significativa entre la identidad digital global y la imagen corporal. Esto significa que el hecho de usar redes sociales o tener una identidad digital activa no determina, por sí solo, cómo los estudiantes se sienten con su cuerpo, ya que la identidad digital incluye muchos usos que no están ligados a la apariencia física.

**Segunda:** Predominan los niveles medios de identidad digital, sobre todo en mujeres jóvenes y en los ciclos de tercer y cuarto año, lo que indica que los estudiantes usan las redes de forma frecuente para comunicarse, estudiar y socializar, pero sin una exposición excesiva de su vida personal o su imagen.

**Tercera:** La imagen corporal es mayoritariamente alta en la muestra; sin embargo, en las mujeres de 18 a 24 años y en los años intermedios de la carrera aparecen más casos de insatisfacción corporal, lo que refleja una mayor sensibilidad a la presión estética.

**Cuarta:** Las dimensiones autenticación (datos reales) y estatus (datos declarativos) no se relacionan con la imagen corporal; en cambio, el perfil fotográfico sí muestra relación positiva, aunque débil. Lo que importa es la exposición visual (selfis, fotos de rostro/cuerpo, edición y feedback).

**Quinta:** El tipo de red (Instagram/Facebook/TikTok) no se asocia con la imagen corporal; sí lo hace la frecuencia de uso, con relación negativa baja pero significativa. A más tiempo en redes, peor percepción corporal en promedio.

**Sexta:** En una muestra mayoritariamente femenina y perteneciente a la carrera de Psicología, se observa una imagen corporal globalmente favorable, especialmente en los últimos años académicos, lo que sugiere que la formación académica y los recursos psicológicos pueden actuar como factores protectores. No obstante, la presión estética sigue afectando con mayor fuerza a las mujeres jóvenes de 18 a 24 años, especialmente en los ciclos intermedios de la carrera.

## Sugerencias

**Primera:** Se propone al área de tutoría implementar acciones diferenciadas para varones y mujeres en talleres sobre imagen corporal e identidad digital.

**Segunda:** Se recomienda al Centro de Bienestar Psicológico Universitario implementar talleres promocionales y preventivos sobre autocuidado digital, imagen corporal y comparación social.

**Tercera:** Se sugiere a la Dirección Académica incorporar un módulo sobre gestión de identidad digital en cursos comunes que involucre el cuidado visual, privacidad, comparación social y salud mental.

**Cuarta:** Se recomienda a la Jefatura de Escuela de Psicología promover hábitos simples y accionables con el propósito de reducir el impacto de la comparación visual en redes y cuidar la imagen corporal del alumnado.

## Limitaciones

**Primera:** El estudio se aplicó solo en estudiantes de Psicología, lo cual delimita el alcance de los hallazgos a ese contexto formativo y sociocultural. En consecuencia, la interpretación de los resultados debe realizarse considerando las particularidades de la carrera y evitando extrapolaciones directas a otras poblaciones universitarias.



## 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]. <https://repositorio.uss.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12802/11992/Aguilar%20Ortiz%20Astrid%20Tatiana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- American Psychiatric Association. (2013). *Diagnostic and statistical manual of mental disorders* (5th ed.). APA. <https://psycnet.apa.org/record/2013-14907-000>
- Baceviciene, M., Jankauskiene, R., & Balciuniene, V. (2020). The Role of Body Image, Disordered Eating and Lifestyle on the Quality of Life in Lithuanian University Students. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(5), 1593. <https://doi.org/10.3390/ijerph17051593>
- Baile José. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *Revista de Humanidades Cuadernos Del Marqués de San Adrián.*, 2(1579-4806), 53-70. [https://www.unedtudela.es/archivos\\_publicos/qweb\\_paginas/4469/revista2articulo3.pdf](https://www.unedtudela.es/archivos_publicos/qweb_paginas/4469/revista2articulo3.pdf)
- Balbuena, F. (2020). Imagen y apariencia del cuerpo humano en la obra psiquiátrica de Paul Schilder. *ResearchGate*, 14(1), 37-45. <https://www.researchgate.net/publication/338432158>
- Baños, J., & Aguilar, K. (2020). Body Shape Questionnaire (BSQ): Estructura factorial y fiabilidad en universitarios peruanos. *Avances En Psicología*, 28(2), 269-278. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2020.v28n2.2254>
- Bonilla, G. (2010). Teoría feminista, ilustración y modernidad: Notas para un debate. *Revista Cuadernos de Literatura Del Caribe e Hispanoamérica*, 191-214. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5810214>
- Brasil, K., Mims, C., Pritchard, M., & McDermott, R. (2024). Social media and body image: Relationships between social media appearance preoccupation, self-objectification, and body image. *Body Image*, 51, 101767. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101767>

- Castells, M. (1997). *The Information Age: Economy, Society and Culture. Volume I* (8 ed.). Alianza Editorial. [https://amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Castells-LA\\_SOCIEDAD\\_RED.pdf](https://amsafe.org.ar/wp-content/uploads/Castells-LA_SOCIEDAD_RED.pdf)
- Cortez, D., Gallegos, M., Jiménez, T., Martínez, P., Saravia, S., Cruzat-Mandich, C., Díaz-Castrillón, F., Behar, R., & Arancibia, M. (2016). Influence of sociocultural factors on body image from the perspective of adolescent girls. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 7(2), 116–124. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2016.05.001>
- Dahlenburg, S., Gleaves, D., Hutchinson, A., & Coro, D. (2020). Body image disturbance and sexual orientation: An updated systematic review and meta-analysis. *Body Image*, 35, 126–141. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.009>
- Díaz, M. (2020). *Las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen corporal en las mujeres universitarias* [Tesis de Posgrado, Pontificia Universidad Javeriana]. <https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/52787/Tg%20Diaz%2C%20Manuela%20.pdf>
- Espinoza, C. (2023). *Triangulación entre imagen corporal, redes sociales virtuales e identidad digital: La influencia de Instagram en los hábitos deportivos de jóvenes entre 18 y 29 años en la región de Valparaíso* [Tesis de Pregrado, Universidad Andres Bello]. <https://repositorio.unab.cl/server/api/core/bitstreams/3980cbe8-268e-4dee-a4d5-4d813b99f55a/content>
- Fardouly, J., & Vartanian, L. R. (2016). Social media and body image concerns: Current research and future directions. *Current Opinion in Psychology*, 9, 1–5. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2015.09.005>
- Flores, Y. (2015). *La identidad digital en la red social Facebook en adolescentes del VII ciclo de educación básica regular de una institución educativa del distrito de El Tambo-Huancayo*

[Tesis de Maestría, Pontificia Universidad Católica del Perú].

<http://hdl.handle.net/20.500.12404/7045>

Fredrickson, B., & Roberts, T. (1997). Objectification Theory: Toward Understanding Women's Lived Experiences and Mental Health Risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173–206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>

García, A., & Núñez, S. (2008). Apuntes sobre la identidad virtual de género. *Feminismo/s*, 11, 41–58. <https://doi.org/10.14198/fem.2008.11.03>

Giddens, A. (1997). *Modernidad e identidad del yo* (1ra. ed.). Ediciones Península sa. <https://sociologiaycultura.wordpress.com/wp-content/uploads/2014/02/giddens-anthony-modernidad-e-identidad-del-yo.pdf>

Gimenez, G. (2004). Culturas e identidades. *Revista Mexicana de Sociología*, 66, 77. <https://doi.org/10.2307/3541444>

Hadi, M., Martel, C., Huayta, F., Rojas, R., & Arias, J. (2023). *Metodología de la investigación: Guía para el proyecto de tesis*. Instituto Universitario de Innovación Ciencia y Tecnología Inudi Perú. <https://doi.org/10.35622/inudi.b.073>

Hernández, M., Pérez, A., & Roco, A. (2022). Caracterización de la identidad digital en estudiantes chilenos de ciencias de la salud. Un estudio de caso según género. *Interdisciplinaria. Revista de Psicología y Ciencias Afines*, 40(1). <https://doi.org/10.16888/interd.2023.40.1.19>

Hernández, M., Pérez, A., Roco, Á., & Lizama, A. (2021). Declaración del yo físico por estudiantes universitarios en los medios digitales: una perspectiva de género. *Formación Universitaria*, 14(1), 25–32. <https://doi.org/10.4067/S0718-50062021000100025>

Hernández, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. (1ra. ed.). McGRAW-HILL INTERAMERICANA EDITORES, S.A. [https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64312353/Investigación\\_Rutas\\_cualitativa\\_y\\_cuantitati](https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/64312353/Investigación_Rutas_cualitativa_y_cuantitati)

va-libre.pdf?1598813734=&response-content-  
disposition=inline%3B+filename%3DMETODOLOGIA\_DE\_LA\_INVESTIGACION\_LAS\_  
RUTA.pdf&Expires=1741394749&Signature=S1q6nXsq2B6RJE10mwxGrIO6r~hhQt5r9ER  
e2IIGoLLIV7uRfnX4IefChhWFvD01y9c9iYYIYojwnWYycJA3iVd2oj8B7sAn9PeOpTIY~  
LuB-9Z4FgQk97e6fd1-eSMiZKvEGumRvo7BrXXkhy~Mdr1U9Ra-bCmCo6-  
RVE7LNCLQBJStQEaQLu53jYovnPQMaTAD~cyvKfqhk8ucLFVVyXxmLdIm-  
tCzn~q0ZODY2XydoWajVPCeZtVPjdgLN5a3e2SqG3xmZTR5r7VXDiaSPH0091zcM5Dyc  
OqMS3Mio0xFV5M8nnsdbx7IICK3SmdY0PEiimUvrJ4O2VTdZwf7g\_&Key-Pair-  
Id=APKAJLOHF5GGSLRBV4ZA

- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100–110. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/26995158/>
- Huerta, G., Torres, C., & Lagunes, A. (2022). *Identidad digital en el ámbito educativo* (1ra. ed.). Universidad Veracruzana.
- Kidd, C., Loxton, N., Uhlmann, L., & Donovan, C. (2024). Integrating social media, body shame and psychological distress within the Elaborated Sociocultural Model. *Body Image*, 50, 101723. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101723>
- Konings, F., Vranken, I., Cingel, D., Vandenbosch, L., & Lenne, O. (2024). Are diverse models really non-idealized? Investigating body positivity public feed posts of fashion and beauty brands on instagram. *Body Image*, 50, 101728. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101728>
- Ñaupas, H., Valdivia, M., Palacios, J., & Romero, H. (2018). *Metodología de la investigación cuantitativa-cualitativa y redacción de la tesis* (5a. ed.). Ediciones de la U. [http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales\\_de\\_consulta/drogas\\_de\\_abuso/articulos/metodologiainvestigacionnaupas.pdf](http://www.biblioteca.cij.gob.mx/archivos/materiales_de_consulta/drogas_de_abuso/articulos/metodologiainvestigacionnaupas.pdf)

- Nombrera, D. (2022). *Imagen corporal y autoestima en adultos jóvenes del distrito de Chiclayo, 2022* [Tesis de Pregrado, Universidad de Sipan]. <https://hdl.handle.net/20.500.12802/9641>
- Paraskeva, N., Haywood, S., Hasan, F., Nicholls, D., Toledano, M., & Diedrichs, P. (2024). An exploration of having social media influencers deliver a first-line digital intervention to improve body image among adolescent girls: A qualitative study. *Body Image, 51*, 101753. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101753>
- Pérez, A., Jaramillo, D., & Alencar, A. (2022). Culturas digitales en las redes sociales: *Revista ICONO 14. Revista Científica de Comunicación y Tecnologías Emergentes, 20*(2). <https://doi.org/10.7195/ri14.v20i2.1928>
- Pérez, M. (2012). Identidad digital. *Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología, 91*, 1–5. <https://telos.fundaciontelefonica.com/archivo/numero091/identidad-digital/?output=pdf>
- Peris, R., & Agut, S. (2007). Evolución conceptual de la Identidad social. El retorno de los procesos emocionales. *Revista Electrónica de Motivación Emoción, 26–27*. <https://www.researchgate.net/publication/28212469>
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles, 71*(11–12), 363–377. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Ridley, B., Cornelissen, P., Maalin, N., Mohamed, S., Kramer, R., McCarty, K., & Tovée, M. (2024). Personal ideal, cultural ideal and optimal attractiveness: Are these constructs for body size and shape the same or different? *Body Image, 51*, 101747. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101747>
- Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders, and internet use: An integrated review. *Clinical Psychology Review, 43*, 100–113. <https://link.springer.com/article/10.1007/s40894-015-0016-6>

- Saenz, K., & Porras, J. (2023). *Facebook e identidad digital en estudiantes del Instituto de Educación Superior Tecnológico Público Andrés Avelino Cáceres Dorregaray, 2022* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Centro del Perú].  
<http://hdl.handle.net/20.500.12894/10312>
- Salazar, Z. (2007). Imagen corporal femenina y publicidad en revistas. *Revista Ciencias Sociales*, 2(116), 2. <https://www.redalyc.org/pdf/153/15311605.pdf>
- Santos, E. (2018). Construcción de la identidad digital a través de la auto-objetivación: creación del yo-objeto y su relación con la cosificación del cuerpo de las mujeres. *Teknokultura. Revista de Cultura Digital y Movimientos Sociales*, 15(2), 301–309.  
<https://doi.org/10.5209/TEKN.59724>
- Santos, J. (2022). *Psicopatología de la imagen corporal Definiciones, alteraciones, teorías y evaluación* (1ra. ed.). Editorial CID - Centro de Investigación y Desarrollo.  
[https://doi.org/10.37811/cli\\_w731](https://doi.org/10.37811/cli_w731)
- Serpe, R., & Stryker, S. (2011). The Symbolic Interactionist Perspective and Identity Theory. In *Handbook of Identity Theory and Research* (pp. 225–248). Springer New York.  
[https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9\\_10](https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7988-9_10)
- Subero, D. (2017). *El desarrollo de la subjetividad: una alternativa frente a las teorías del desarrollo psíquico*. <http://psicologia.udg.edu/PTCEDH/Presentacion.asp>
- Thompson, K., Heinberg, L., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.  
<https://doi.org/10.1037/10312-000>
- Vivaldi, R. (2015). La mente detrás de la imagen: relaciones entre psicología folk y comprensión temprana de imágenes como símbolos. *Revista Intercontinental de Psicología y Educación*, 17(1), 57. <https://www.redalyc.org/pdf/802/80242935004.pdf>

Wood, N., Alleva, J., & Tylka, T. (2024). Revisiting positive body image to demonstrate how body neutrality is not new. *Body Image*, 50, 101741.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101741>



## Anexos

### Anexo 1. Consentimiento Informado

La presente investigación tiene por objetivo determinar la relación entre la identidad digital e imagen corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2025 y es elaborada por la estudiante Laura Carolina Polanco Delgado y el estudiante Marco Antonio Collacso Florez, egresados de la carrera profesional de Psicología de la Universidad Católica de Santa María.

Su participación en la investigación es completamente voluntaria y usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Asimismo, se considera que su participación en este estudio no supone ningún riesgo para usted. Si tuviera alguna consulta sobre la investigación, puede formularla cuando lo estime conveniente. Para ello, se le solicita responder 2 cuestionarios que le tomará 10 - 20 minutos de su tiempo.

Su identidad será tratada de manera anónima. Asimismo, su información será analizada de manera conjunta y servirá para la elaboración de inferencias estadísticas.

Laura Carolina Polanco Delgado

- [Laura.polanco@ucsm.edu.pe](mailto:Laura.polanco@ucsm.edu.pe)

Marco Antonio Collacso Florez

- [collacso1@gmail.com](mailto:collacso1@gmail.com)

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete lo siguiente:

## Anexo 2. Cuestionarios

A continuación, usted encontrará una serie de afirmaciones. Lea cada una de las afirmaciones y responda de acuerdo a la siguiente escala marcando con una (X).

Tenga en cuenta que no hay respuestas correctas o incorrectas y que es necesario que responda el total de las preguntas. Sus respuestas serán confidenciales:

VARIABLE 1: Identidad Digital							
DIMENSIÓN: Autentificación del yo físico							
N°	ITEMS	Siempre	A menudo	A veces	Pocas veces	Nunca	No usa/ No aplica
1	Cuando me registro en una plataforma o servicio lo hago solo con mi nombre verdadero						
2	Cuando me registro en una plataforma o servicio lo hago solo con mi apellido verdadero						
3	Cuando me registro en una plataforma o servicio lo hago con mi nombre y apellido verdadero						
4	Cuando me registro en una plataforma o servicio lo hago con mi alias (apodo)						
DIMENSIÓN: Definición o estatus social del yo físico							
N°	ITEMS	Siempre o Casi Siempre	A menudo	A veces	Pocas veces	Casi nunca / Nunca	No usa/ No aplica
5	Cuando me registro en una plataforma o servicio declaro mi género cuando se solicita						
6	Cuando me registro en una plataforma o servicio completo los datos relativos a mi fecha de nacimiento cuando se solicita						
7	Cuando me registro en una plataforma o servicio aporto información sobre mi orientación sexual cuando se solicita						
8	Cuando me registro en una plataforma o servicio declaro mi estado civil cuando se solicita						
DIMENSIÓN: Definición del perfil fotográfico del yo físico							
N°	ITEMS	Siempre o Casi Siempre	A menudo	A veces	Pocas veces	Casi nunca / Nunca	No usa/ No aplica
9	Cuando me registro en una plataforma o servicios en mis perfiles publico o divulgo una fotografía reciente de mi rostro						

	reconocible						
10	Cuando me registro en una plataforma o servicio pongo en mi perfil fotografías donde salgo con otras personas						
11	Cuando me registro en una plataforma o servicio pongo en mi perfil fotografías de avatar o personaje que más me representa						
12	Cuando me registro en una plataforma o servicio pongo en mi perfil fotografías del animal que más me representa						

VARIABLE 2: Imagen Corporal							
DIMENSIÓN: Insatisfacción Corporal							
Nº	ITEMS	Siempre o Casi Siempre	A menudo	A veces	Pocas veces	Casi nunca / Nunca	No usa/ No aplica
1	¿Me siento molesto/a o enfadado/a al hacer un examen de mi aspecto físico?						
2	¿Pensé que mis nalgas, caderas, cintura o muslos eran demasiado “grandes” en relación con el resto de mi cuerpo?						
3	¿Me he sentido tan mal en relación con mi figura corporal que tuve que gritar o llorar?						
4	¿Evito trotar a causa de que mi piel podía tambalearse o moverse demasiado?						
5	¿Me he sentido preocupada/o por la parte de mis muslos que quedan visibles al sentarme?						
6	El hecho de comer incluso pequeñas cantidades de comida ¿me hizo sentir gorda?						
7	El hecho de ver detalladamente la figura de otra mujer o hombre, ¿me hizo compararme con ella o el y sentirme en desventaja por mi aspecto físico?						
8	El hecho de pensar en mi figura ¿hace que me sea difícil concentrarme en otras cosas? (por ejemplo, mientras veía la televisión, leía o estudiaba)						
9	El estar desnuda/o (por ejemplo, al darme un baño) ¿me hizo sentir gorda o pasada de peso?						
10	¿Evito utilizar ropas que resalten mi figura corporal?						

11	¿El comer pastel, dulces u otras cosas con muchas calorías me hizo sentir gorda/o?						
12	¿No asistí a fiestas o reuniones sociales porque me sentí mal con mi figura?						
13	¿Me he sentido excesivamente gruesa/o subida/o de peso?						
14	¿Me he sentido avergonzada/o de mi cuerpo?						
15	¿Siento que no es justo que otras mujeres u hombres sean más delgadas que yo?						
16	¿He vomitado con la intención de sentirme más liviana/o?						
17	¿En compañía de otras personas, me siento preocupada/o por el hecho de ocupar demasiado espacio (estar sentada/o en el sofá o asiento del autobús)?						
18	¿Al ver mi imagen en el espejo me sentí mal con el estado de mi figura?						
19	¿Evito situaciones en donde otras personas puedan detallar o definir mi cuerpo? (piscinas, playas, gimnasios)						
20	¿Tomo laxantes buscando sentirme más liviana?						

***DIMENSIÓN: Preocupación por el Peso***

Nº	ITEMS	Siempre o Casi Siempre	A menudo	A veces	Pocas veces	Casi nunca / Nunca	No usa/ No aplica
21	¿Me sentí tan preocupada/o por mi aspecto físico que pensé que debería hacer dieta?						
22	¿Sentí temor a volverme gordo/a o a empezar a aumentar de peso?						
23	¿Me he sentido preocupad a/o al sentir que mi piel o músculos no eran suficientemente firme y tonificada/o?						
24	La sensación de estar llena (por ejemplo, después de una comida abundante) ¿me ha hecho sentir gorda/o?						
25	¿El hecho de estar junto a una mujer u hombre delgada/o me ha hecho tomar conciencia del estado de mi figura corporal? (comparación)						
26	¿He imaginado modificar algunas zonas de mi cuerpo? (barriga, muslos, nariz)						
27	¿La preocupación acerca de mi figura me hizo poner a dieta?						
28	¿Me siento más feliz con mi figura cuando mi estómago está vacío?						

29	¿Pensé que la causa del estado de mi figura era debido a que no era capaz de controlarme a la hora de comer?						
30	¿Me siento preocupada/o si otras personas me ven subido de peso o perciben sobrepeso en mi cintura, caderas o estómago?						
31	¿Me siento preocupada/o porque se me forman hoyuelos en la piel (piel de naranja) o por tener celulitis?						
32	¿He pellizado zonas de mi cuerpo para ver cuánta grasa contienen?						
33	¿Tomé especial conciencia de mi figura estando en compañía de otras personas?						



### Anexo 3. Ficha Sociodemográfica

Edad: \_\_\_\_\_

Semestre: \_\_\_\_\_

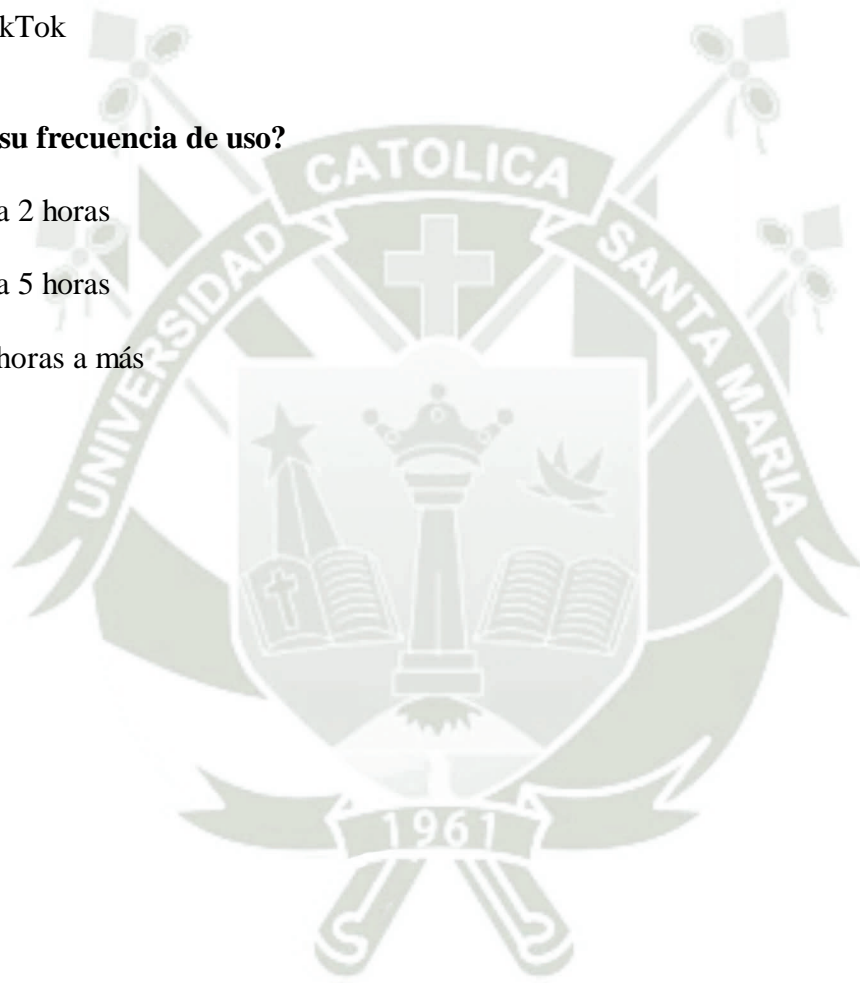
Sexo: M ( ) F ( )

¿Qué red social utiliza con mayor frecuencia?

- a) Facebook
- b) Instagram
- c) TikTok

¿Cuál es su frecuencia de uso?

- a) 1 a 2 horas
- b) 3 a 5 horas
- c) 5 horas a más



## Anexo 4. Validación de los instrumentos

### FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS POR JUICIO DE EXPERTOS

#### DATOS GENERALES

<b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b>	<b>JOL CHIRINOS</b>
<b>GRADO ACADÉMICO</b>	<b>MSc. (Master)</b>
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Body Shape Questionnaire (BSQ)
<b>AUTOR (ES) DEL INSTRUMENTO</b>	Baños y Aguilar (2020)

#### ESCALA DE VALORACIÓN

Excelente = 5

Buena = 4

Regular = 3

Deficiente = 2

Muy deficiente = 1

CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
<b>1. CLARIDAD</b>	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado sin ambigüedades		X			
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	Los ítems tienen coherencia con las variables en todas sus dimensiones e indicadores, tanto en su aspecto conceptual como operacional	X				
<b>3. ACTUALIDAD</b>	El instrumento evidencia vigencias acordes con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión escolar		X			
<b>4. SUFICIENCIA</b>	Los ítems expresan suficiencia en cuanto a cantidad y calidad	X				
<b>5. CONSISTENCIA</b>	Los ítems evidencian ser consistentes para medir las variables y las dimensiones	X				
<b>6. COHERENCIA</b>	Los ítems evidencian coherencia con los objetivos, hipótesis, variables y dimensiones.	X				
<b>SUBTOTAL</b>		<b>20</b>	<b>8</b>			
<b>TOTAL</b>		<b>28</b>				

CALIFICACIÓN	
ESCALA	RANGO
<b>APROBADO</b>	<b>22-30</b>
<b>OBSERVADO</b>	<b>14-21</b>
<b>DESAPROBADO</b>	<b>6-13</b>

Lugar y fecha: Málaga, 17 de enero de 2025

Jol Milton Chirinos Castillo - Firmado digitalmente por Jol Milton Chirinos Castillo - 120174915  
120174915 Fecha: 2025.02.25 09:57:30 -05'00'

**FIRMA DEL JUEZ VALIDADOR**  
**DNI: 120174915**

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS POR  
JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

NOMBRES Y APELLIDOS:	JOL CHIRINOS
GRADO ACADÉMICO	MSc. (Master)
INSTRUMENTO EVALUADO	La declaración del Yo Físico en el Entorno Digital
AUTOR (ES) DEL INSTRUMENTO	Hernández et al. (2021)

ESCALA DE VALORACIÓN

Excelente = 5

Buena = 4

Regular = 3

Deficiente = 2

Muy deficiente = 1

CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1. CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado sin ambigüedades		X			
2. OBJETIVIDAD	Los ítems tienen coherencia con las variables en todas sus dimensiones e indicadores, tanto en su aspecto conceptual como operacional			X		
3. ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencias acordes con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión escolar		X			
4. SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en cuanto a cantidad y calidad			X		
5. CONSISTENCIA	Los ítems evidencian ser consistentes para medir las variables y las dimensiones		X			
6. COHERENCIA	Los ítems evidencian coherencia con los objetivos, hipótesis, variables y dimensiones.		X			
<b>SUBTOTAL</b>			16	6		
<b>TOTAL</b>			22			

CALIFICACIÓN	
ESCALA	RANGO
APROBADO	22-30
OBSERVADO	14-21
DESAPROBADO	6-13

Lugar y fecha: Málaga, 17 de enero de 2025

Jol Milton Chirinos Castillo - Firmado digitalmente por Jol Milton Chirinos Castillo - 120174915  
120174915 Fecha: 2025.02.25 09:57:01 -05'00'

FIRMA DEL JUEZ VALIDADOR

DNI: 120174915

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS POR  
JUICIO DE EXPERTOS**

**DATOS GENERALES**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b>	ASUNTA VILMA ZEVALLOS CORNEJO
<b>GRADO ACADEMICO</b>	MAESTRA
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Body Shape Questionnaire (BSQ)
<b>AUTOR (ES) DEL INSTRUMENTO</b>	Baños y Aguilar (2020)

**ESCALA DE VALORACIÓN**

Excelente = 5

Buena = 4

Regular = 3

Deficiente = 2

Muy deficiente = 1



CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1. CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado sin ambigüedades	5				
2. OBJETIVIDAD	Los ítems tienen coherencia con las variables en todas sus dimensiones e indicadores, tanto en su aspecto conceptual como operacional	5				
3. ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencias acordes con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión escolar	5				
4. SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en cuanto a cantidad y calidad	5				
5. CONSISTENCIA	Los ítems evidencian ser consistentes para medir las variables y las dimensiones	5				
6. COHERENCIA	Los ítems evidencian coherencia con los objetivos, hipótesis, variables y dimensiones.	5				
<b>SUBTOTAL</b>		<b>30</b>				
<b>TOTAL</b>		<b>30</b>				

CALIFICACION	
ESCALA	RANGO
APROBADO	22-30
OBSERVADO	14-21
DESAPROBADO	6-13



Lugar y fecha :Arequipa, 13 de Enero 2025

Vilma Zevallos Cornejo

FIRMA DEL JUEZ VALIDADOR

DNI:29238564

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS POR  
JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

<b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b>	<b>ASUNTA VILMA ZEVALLOS CORNEJO</b>
<b>GRADO ACADÉMICO</b>	<b>MAESTRA</b>
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	La declaración del Yo Físico en el Entorno Digital
<b>AUTOR (ES) DEL INSTRUMENTO</b>	Hernández et al. (2021)

ESCALA DE VALORACIÓN

Excelente = 5

Buena = 4

Regular = 3

Deficiente = 2

Muy deficiente = 1

CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1. CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado sin ambigüedades	5				
2. OBJETIVIDAD	Los ítems tienen coherencia con las variables en todas sus dimensiones e indicadores, tanto en su aspecto conceptual como operacional	5				
3. ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencias acordes con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión escolar	5				
4. SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en cuanto a cantidad y calidad	5				
5. CONSISTENCIA	Los ítems evidencian ser consistentes para medir las variables y las dimensiones	5				
6. COHERENCIA	Los ítems evidencian coherencia con los objetivos, hipótesis, variables y dimensiones.	5				
<b>SUBTOTAL</b>		<b>30</b>				
<b>TOTAL</b>		<b>30</b>				

CALIFICACION	
ESCALA	RANGO
APROBADO	22-30
OBSERVADO	14-21
DESAPROBADO	6-13



Lugar y fecha: Arequipa, 13 de Enero 2025

Vilma Zevallos Cornejo

FIRMA DEL JUEZ VALIDADOR

DNI: 29238564

FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS POR  
JUICIO DE EXPERTOS

DATOS GENERALES

<b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b>	ASUNTA VILMA ZEVALLOS CORNEJO
<b>GRADO ACADÉMICO</b>	MAESTRA
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	La declaración del Yo Físico en el Entorno Digital
<b>AUTOR (ES) DEL INSTRUMENTO</b>	Hernández et al. (2021)

ESCALA DE VALORACIÓN

Excelente = 5

Buena = 4

Regular = 3

Deficiente = 2

Muy deficiente = 1

CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
1. CLARIDAD	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado sin ambigüedades		4			
2. OBJETIVIDAD	Los ítems tienen coherencia con las variables en todas sus dimensiones e indicadores, tanto en su aspecto conceptual como operacional	5				
3. ACTUALIDAD	El instrumento evidencia vigencias acordes con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión escolar	5				
4. SUFICIENCIA	Los ítems expresan suficiencia en cuanto a cantidad y calidad	5				
5. CONSISTENCIA	Los ítems evidencian ser consistentes para medir las variables y las dimensiones		4			
6. COHERENCIA	Los ítems evidencian coherencia con los objetivos, hipótesis, variables y dimensiones.	5				
<b>SUBTOTAL</b>		<b>28</b>				
<b>TOTAL</b>		<b>28</b>				

CALIFICACIÓN	
ESCALA	RANGO
APROBADO	22-30
OBSERVADO	14-21
DESAPROBADO	6-13

Lugar y fecha: Arequipa, 13 de Marzo 2025  
Fuentes

MariabEliSa Rodríguez

FIRMA DEL JUEZ VALIDADOR

DNI:29238564

**FICHA DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS POR  
JUICIO DE EXPERTOS**

**DATOS GENERALES**

<b>NOMBRES Y APELLIDOS:</b>	<b>MARIA ELISA RODRIGUEZ FUENTES</b>
<b>GRADO ACADÉMICO</b>	<b>MAESTRA</b>
<b>INSTRUMENTO EVALUADO</b>	Body Shape Questionnaire (BSQ)
<b>AUTOR (ES) DEL INSTRUMENTO</b>	Baños y Aguilar (2020)

**ESCALA DE VALORACIÓN**

**Excelente = 5**

**Buena = 4**

**Regular = 3**

**Deficiente = 2**

**Muy deficiente = 1**

CRITERIOS	INDICADORES	ESCALA DE VALORACIÓN				
		5	4	3	2	1
<b>1. CLARIDAD</b>	Los ítems están formulados con lenguaje apropiado sin ambigüedades	5				
<b>2. OBJETIVIDAD</b>	Los ítems tienen coherencia con las variables en todas sus dimensiones e indicadores, tanto en su aspecto conceptual como operacional	5				
<b>3. ACTUALIDAD</b>	El instrumento evidencia vigencias acordes con el conocimiento científico, tecnológico y legal inherente a la gestión escolar	5				
<b>4. SUFICIENCIA</b>	Los ítems expresan suficiencia en cuanto a cantidad y calidad	5				
<b>5. CONSISTENCIA</b>	Los ítems evidencian ser consistentes para medir las variables y las dimensiones	5				
<b>6. COHERENCIA</b>	Los ítems evidencian coherencia con los objetivos, hipótesis, variables y dimensiones.	5				
<b>SUBTOTAL</b>		<b>30</b>				
<b>TOTAL</b>		<b>30</b>				

CALIFICACIÓN	
ESCALA	RANGO
<b>APROBADO</b>	<b>22-30</b>
<b>OBSERVADO</b>	<b>14-21</b>
<b>DESAPROBADO</b>	<b>6-13</b>

**Lugar y fecha :Arequipa, 16 de MARZO 2025  
RODRIGUEZ FUENTES**

**MARIA ELISA**

**FIRMA DEL JUEZ VALIDADOR**

**DNI:41206230**

## Anexo 5. Autorización de comité de ética para encuestar

### COMITÉ DE ÉTICA INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN UCSM



#### DICTAMEN COMITÉ DE ETICA DE INVESTIGACION UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA

Arequipa, 2 de junio de 2025

Investigadores Collacso Florez, Marco Antonio  
Polanco Delgado, Laura Carolina

Presente.-

De mi especial consideración.

Me dirijo a ustedes para hacerles llegar el resultado de la evaluación de su proyecto de investigación y dictamen del Comité Institucional de Ética de Investigación.

**TÍTULO:** "IDENTIDAD DIGITAL E IMAGEN CORPORAL EN ESTUDIANTES DE UNA UNIVERSIDAD PRIVADA DE LA CIUDAD DE AREQUIPA, 2025".

Investigadores: Collacso Florez, Marco Antonio y Polanco Delgado, Laura Carolina.

**TIPO Y DISEÑO:** Básica, cuantitativa, no experimental, descriptiva, correlacional.

**OBJETIVO:** La investigación tiene como objetivo: Determinar la relación entre la identidad digital e imagen corporal en los estudiantes de una Universidad Privada de la Ciudad de Arequipa, 2025.

**PROCEDIMIENTOS:** Cuestionarios. Declaración del Yo Físico en el Entorno Digital y Body Shape Questionnaire (BSQ).



**COMITÉ DE ÉTICA INSTITUCIONAL DE INVESTIGACIÓN UCSM**



**DICTAMEN COMITÉ DE ETICA DE INVESTIGACION  
UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTA MARIA**

**SUJETOS DE ESTUDIO:**

Alumnos de una Universidad Privada de Arequipa.

**RIESGO DEL ESTUDIO:**

Mínimo.

**OBSERVACIONES, SUGERENCIAS:**

Debe proteger confidencialidad de la data sensible.

**DICTAMEN:**

***DICTAMEN FAVORABLE 178 – 2025 CIEI-UCSM***



**VIGENCIA:**

La aprobación tiene vigencia desde la emisión del presente dictamen hasta el 2 de junio del 2026.



Agueda Muñoz Del Carpio Toia  
Comité Institucional de Ética de la Investigación UCSM

Cualquier duda comunicarse a: [comiteeticainvestigacionucsm@gmail.com](mailto:comiteeticainvestigacionucsm@gmail.com)