

**Universidad Católica de Santa María**

**Facultad de Ciencias Sociales y Humanidades**

**Escuela Profesional de Psicología**



**Adicción a redes sociales e imagen corporal en estudiantes mujeres de una  
universidad privada de Arequipa**

Tesis presentada por los Bachilleres:

**Carpio Caceres, Andrea Nicolle**

**ORCID: 0009-0000-6149-2887**

**Martinez Coayla, Yonaiker Felix**

**ORCID: 0009-0003-7577-342X**

Para optar el Título Profesional de Licenciado en Psicología

Asesor:

**Mg. Chávez Luque, Yuri Felix**

**ORCID: 0000-0003-1857-6094**

Arequipa – Perú

2025

UCSM-ERP

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTA MARÍA**

**PSICOLOGIA**

**TITULACIÓN CON TESIS**

**DICTAMEN APROBACIÓN DE BORRADOR**

Arequipa, 14 de Marzo del 2025

**Dictamen: 012171-C-EPSIC-2025**

Visto el borrador del expediente 012171, presentado por:

**2017246261 - MARTINEZ COAYLA YONAIKER FELIX**

**2018245552 - CARPIO CACERES ANDREA NICOLLE**

Titulado:

**ADICCIÓN A REDES SOCIALES E IMAGEN CORPORAL EN ESTUDIANTES MUJERES DE UNA  
UNIVERSIDAD PRIVADA DE AREQUIPA**

Nuestro dictamen es:

**APROBADO**

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

**LICENCIADO (A) EN PSICOLOGÍA**

**29457820 - MARTINEZ CARPIO HECTOR EMILIO  
DICTAMINADOR**



**29680041 - LARA QUILLA JAIME ERNESTO  
DICTAMINADOR**



**29724747 - ALARCON FARFAN VERONIKA ELIZABETH  
DICTAMINADOR**



# Adicción a redes sociales e imagen corporal en estudiantes mujeres de una universidad privada de Arequipa

## INFORME DE ORIGINALIDAD

32%

INDICE DE SIMILITUD

29%

FUENTES DE INTERNET

14%

PUBLICACIONES

16%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

## FUENTES PRIMARIAS

1	<a href="http://hdl.handle.net">hdl.handle.net</a> Fuente de Internet	12%
2	<a href="http://repositorio.upch.edu.pe">repositorio.upch.edu.pe</a> Fuente de Internet	5%
3	Submitted to Universidad Católica de Santa María Trabajo del estudiante	2%
4	<a href="http://repositorio.urp.edu.pe">repositorio.urp.edu.pe</a> Fuente de Internet	2%
5	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	2%
6	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	1%
7	Luisa Paulina Viera Arroba. "Factibilidad constructiva de viviendas con muros portantes de fardos de paja energéticamente eficientes y sismo resistentes en la zona	1%

## Dedicatoria

A Dios por siempre guiar e iluminar mi camino, por darme la fortaleza para salir adelante y por todas las bendiciones recibidas.

A mis padres Silvia Cáceres y Joel Carpio que siempre estuvieron para mí, por ser mi mayor ejemplo de valentía, perseverancia, resiliencia, motivación y fuerza, por su amor incondicional y por siempre creer en mí. Ambos son mi fuente de inspiración y superación personal y profesional.

A mi hermanita Alejandra, por ser mi compañera que siempre está en todo momento, creer en mí y darme su apoyo cada día.

A mi abuelita Luisa por su gran amor y siempre estar presente motivándome constantemente.

Andrea Nicolle Carpio Cáceres.

Va dedicado a mis padres, Felix Vicente Martinez,

A mi madre Janett Coayla, por inculcarme valores,

Por estar en este camino junto a mí y haberme

Motivado y por supuesto apoyado en este camino

A mis hermanos Mayumi y Yerko a mis sobrinos Piero

y Naiara, por supuesto también a mi cuñado Mauricio.

A mi amigo Diego por confiar en mí y a todas las personas

Que han estado. Sin más palabras. GRACIAS.

Yonaiker Felix, Martinez Coayla.

## Agradecimientos

Agradecemos enormemente a nuestros profesores y a la Universidad Católica Santa María por las enseñanzas brindadas, a la juventud femenina de la Universidad Católica Santa María y a las carreras que escogimos por brindarnos su tiempo y espacio para poder responder los cuestionarios.

De la misma manera, le agradecemos a nuestro asesor Mg. Yuri Chavez, por su valioso tiempo que tuvo que tener para poder asesorarnos, gracias por ser un guía en este proceso.



## Resumen

La investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la imagen corporal en estudiantes mujeres de psicología de una universidad privada en Arequipa. Se desarrolló bajo un enfoque cuantitativo, con un diseño no experimental, de tipo correlacional y corte transversal. La muestra estuvo compuesta por 200 estudiantes seleccionadas mediante un muestreo no probabilístico intencional. Los resultados identificaron una prevalencia baja de 60.5% en base a adicción a las redes sociales y un nivel mínimo en un 52% en la imagen corporal. Los resultados inferenciales demostraron una relación directa entre adicción a las redes sociales e imagen corporal ( $r = .570$ ;  $p < .01$ ), en base a factores demográficos, se concluyó una relación significativa entre los niveles de adicción a las redes sociales y la edad ( $X^2 = 18.2$ ;  $p < .05$ ), y una relación entre imagen corporal y sexualidad ( $X^2 = 18.9$ ;  $p < .01$ ), concluyendo que la edad es un factor que se relaciona con el control en el empleo de redes sociales y la sexualidad percibida, se relaciona con los niveles de aceptación o rechazo de la imagen física.

**Palabras clave:** Adicción a redes sociales; imagen corporal; universitarias.

## Abstract

The general objective of this research was to determine the relationship between social media addiction and body image among female psychology students at a private university in Arequipa. The study was conducted using a quantitative approach, with a non-experimental, correlational, and cross-sectional design. The sample consisted of 200 students selected through purposive non-probability sampling. The results identified a low prevalence of 60.5% for social media addiction and a low prevalence of 52% for body image. The inferential results demonstrated a direct relationship between addiction to social networks and body image ( $r = .570$ ;  $p < .01$ ), based on demographic factors, a significant relationship was concluded between the levels of addiction to social networks and age ( $X^2 = 18.2$ ;  $p < .05$ ), and a relationship between body image and sexuality ( $X^2 = 18.9$ ;  $p < .01$ ), concluding that age is a factor that is related to control in the use of social networks and perceived sexuality, it is related to the levels of acceptance or rejection of the physical image.

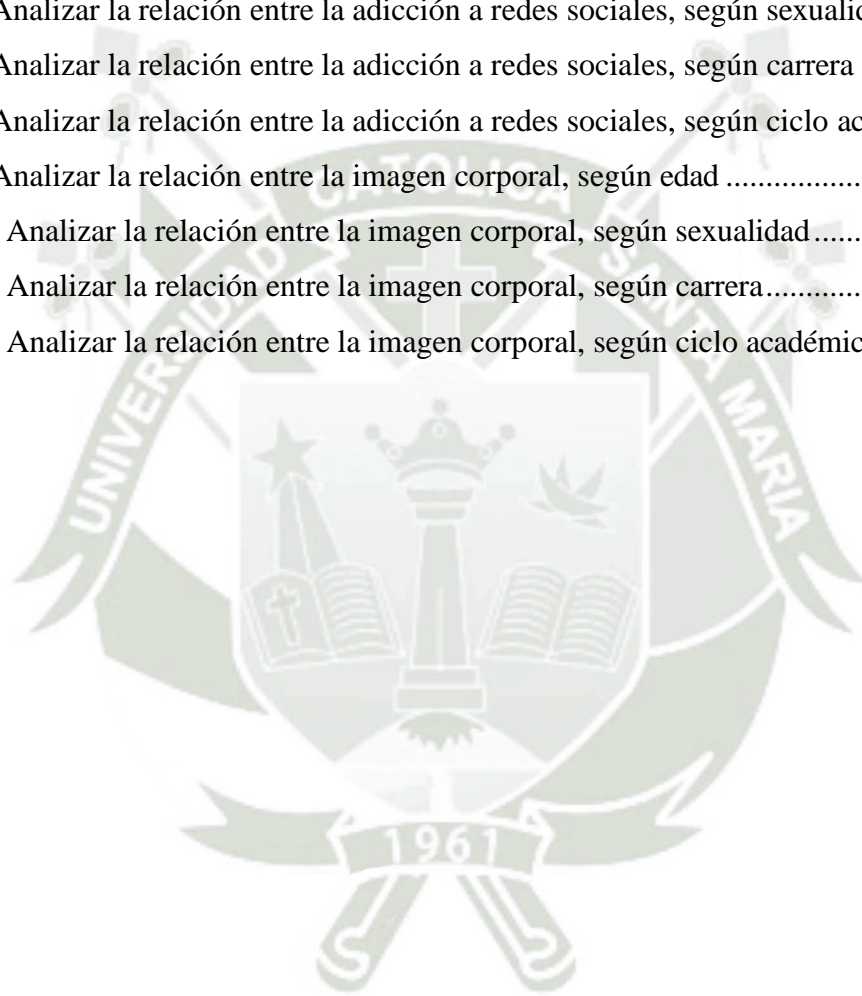
**Keywords:** Social media addiction; body image; university.

## Índice

Dedicatoria	
Agradecimientos	
Resumen	
Abstract	
Capítulo i. Problema y Teórico	
Introducción .....	1
Pregunta de investigación.....	4
Variables .....	4
Definición operacional de variables .....	5
Objetivos .....	5
Antecedentes teóricos-investigativos .....	6
Capítulo II. Método	
Método .....	19
Instrumentos .....	19
Participantes .....	22
Procedimiento.....	25
Consideraciones éticas .....	25
Análisis de datos .....	26
Capítulo III. Resultados	
Resultados .....	27
Discusión.....	40
Conclusiones .....	48
Sugerencias.....	49
Limitaciones .....	51
Referencias .....	52
Anexos .....	60

## Índice de tablas

<b>Tabla 1</b> Resultados sociodemográficos .....	23
<b>Tabla 2</b> Análisis de relación entre la adición a redes sociales y la imagen corporal.....	27
<b>Tabla 3</b> Análisis descriptivo del nivel de adicción a redes sociales y sus dimensiones.....	28
<b>Tabla 4</b> Análisis descriptivo del nivel de la imagen corporal .....	29
<b>Tabla 5</b> Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según edad .....	30
<b>Tabla 6</b> Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según sexualidad.....	31
<b>Tabla 7</b> Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según carrera .....	32
<b>Tabla 8</b> Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según ciclo académico.....	33
<b>Tabla 9</b> Analizar la relación entre la imagen corporal, según edad .....	35
<b>Tabla 10</b> Analizar la relación entre la imagen corporal, según sexualidad.....	36
<b>Tabla 11</b> Analizar la relación entre la imagen corporal, según carrera.....	37
<b>Tabla 12</b> Analizar la relación entre la imagen corporal, según ciclo académico .....	37



## Capítulo I. Problema y Teórico

### Introducción

En la actualidad el uso de las redes sociales ha experimentado un crecimiento exponencial en la última década, especialmente entre los jóvenes. En paralelo, ha surgido un interés creciente en cómo este uso puede influir en diversos aspectos de la vida de los usuarios, incluida su imagen corporal. En particular, las estudiantes mujeres pueden ser especialmente susceptibles a los efectos de las redes sociales en su percepción de la imagen corporal debido a las presiones sociales y culturales.

Según datos de la Organización Mundial de la Salud (OMS), más del 75% de la población mundial mayor de 13 años utiliza las redes sociales, y las mujeres de entre 16 y 24 años son las que más tiempo dedican a ellas, consumiendo en promedio 3 horas y 10 minutos al día. En el primer trimestre de 2023, los usuarios dedicaron el 36.5% de su tiempo en línea a las redes sociales. La OMS advierte sobre los efectos negativos de la adicción a las redes sociales, como problemas para la concentración, alteraciones del sueño, ansiedad, dependencia emocional, procrastinación e introversión (Diario, 2023).

En este sentido, las redes sociales se han convertido en un medio de integración, en el cual tienen la oportunidad de compartir parte de su identidad con sus pares, seguir de cerca de celebridades y artistas, así como intercambiar críticas y opiniones sobre diversidad de temas. Sin embargo, existe gran cantidad de contenido que alude a un tema estético superficial que puede impactar en la relación del adolescente y su propia imagen corporal (Infante y Ramírez, 2017); ya que ello es de interés recurrente en esta etapa de adolescencia, dado que es en dicho momento donde se presentan de forma evidente características evolutivas propias del desarrollo físico y donde la imagen corporal y el autoconcepto son de carácter modificable, formulados en función a la experiencia que uno tiene en sí mismo, la cual se ve reforzada por el medio. Dicha imagen de “sí mismo” presenta manifestaciones como el

rechazo, alienación y sobre adaptación frente a su yo físico, social y emocional, lo cual desemboca usualmente en problemas de salud emocional como la ansiedad, depresión, anorexia, e ideación suicida, los cuales abarcan el 70% de los motivos de consulta mensuales en los Hospitales de los Estados Unidos (Rosendo et al., 2016).

Así mismo, se sabe que tanto mujeres como hombres experimentan insatisfacción con sus cuerpos y su apariencia física. Aproximadamente el 75% de las personas expresan sentirse insatisfechas con su imagen y recurren a intervenciones quirúrgicas para ajustarse a los estándares de belleza promovidos por la sociedad, según la Sociedad Internacional de Cirugía Plástica Estética (ISAPS, 2013). Además, la percepción de que una persona tiene de su propio cuerpo no coincide con la imagen corporal ideal impuesta por normas culturales, lo que puede generar sentimientos de insatisfacción y malestar con el propio cuerpo (Tatangelo et al., 2015). Especialmente en el caso de las mujeres, se ejerce presión para que se ajusten a ciertos ideales de belleza, como tener cuerpos delgados con proporciones específicas entre el pecho, la cintura y la cadera, lo que lleva a la insatisfacción corporal desde la adolescencia y el deseo de ser más delgadas, independientemente de su constitución física. Esto contribuye a que los adolescentes se sientan incómodos con su cuerpo y anhelan alcanzar una delgadez que puede ser inalcanzable para muchos (Toselli y Spiga, 2017).

Sobre este punto, Fardouly et al. (2015) encontraron que el uso del Facebook estaba asociado negativamente con la satisfacción corporal en mujeres jóvenes, mediado por la comparación social y la autoevaluación física. Asimismo, en otro estudio se encontró que el uso de Instagram se correlacionaba positivamente con la insatisfacción corporal en mujeres jóvenes, especialmente cuando se trataba de compararse con imágenes de celebridades y modelos en la plataforma (Tiggemann y Slater, 2014).

Estos hallazgos sugieren una relación significativa entre el uso de redes sociales y la imagen corporal en estudiantes mujeres. Sin embargo, es importante considerar que la

relación puede ser compleja y estar influenciada por una variedad de factores, como la personalidad, la cultura y la exposición a determinados tipos de contenido en línea.

Por otro lado, en los últimos años se ha podido observar un avance en la tecnología de la comunicación permitiendo poder interactuar de manera individual o grupal a través de la red. Además, los teléfonos inteligentes se han convertido en una parte indispensable en la vida cotidiana (Chotpitayasunondh y Douglas, 2016).

En cuanto al Perú, para diciembre del 2018 se registraron aproximadamente 22 millones de usuarios conectados a plataformas virtuales, se cree que luego del marco de la pandemia esta cifra habría incrementado desmesuradamente a causa del confinamiento (Bedoya, 2022). Datos similares se evidencia en el informe del Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI, 2020) refiere que en el trimestre abril-mayo-junio el 90,7% de la población que usa internet lo hace a través de un celular, registrándose un incremento de 9.0% a comparación con el trimestre del año 2019.

El uso de las redes sociales ha dado un paso importante en el desarrollo de la interacción y el aprendizaje intercultural, sin embargo, ha contribuido a su vez a la prevalencia de trastornos, como, por ejemplo, alteraciones de la autopercepción corporal en los usuarios, que terminan repercutiendo en su autoestima. Los grupos demográficos más involucrados son los adolescentes y los adultos jóvenes, ya que están inmersos en el uso de los medios virtuales, en los que prevalece la comparación social, y sujetos a la conformación del ideal de belleza, así como al uso de programas digitales que manipulan las imágenes publicadas en las plataformas, sintiéndose excesivamente preocupados por crear y mantener una apariencia agradable y aceptada socialmente (Encarnación y Rosendo, 2022).

A través de estas redes se dan a notar los estereotipos de belleza y de una vida perfecta, con pensamientos poco o nada realistas sobre la cotidianidad. Este tipo de contenido puede originar inquietud debido a la baja probabilidad, que los usuarios poseen, de lograr esa

perfección, debido a que no colinda con lo real, causando así un conflicto interno que, a su vez, parte de la influencia que tienen las redes sociales en la autoestima de quien lo consume. Además, se sabe que, junto a una baja autoestima, la imagen corporal afecta significativamente la salud mental y física de un individuo, sin embargo, al ser un tema poco estudiado en el Perú se desconoce el impacto real en nuestro entorno.

Por lo tanto, investigar el uso de redes sociales e imagen corporal en estudiantes mujeres de psicología en una universidad privada de la ciudad de Arequipa es fundamental para comprender mejor cómo estos factores interactúan y afectan la salud mental y el bienestar de estos jóvenes en un contexto de su formación profesional. Los hallazgos de esta investigación pueden tener implicaciones importantes para la práctica clínica, la prevención y la promoción de la salud en esta población. La información anterior motiva a realizar el presente estudio, con el propósito determinar relación entre la adicción a redes sociales e imagen corporal en estudiantes mujeres de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2024.

### **Pregunta de investigación**

¿Existe relación entre la adicción a redes sociales e imagen corporal en estudiantes mujeres de psicología de una universidad privada de Arequipa, 2024?

### **Variables**

#### ***Variable 1: Adicción a las redes sociales***

Se refiere a las personas que presentan dependencias psicológicas o adicción sin sustancias (redes sociales), dedicando mayor tiempo al uso de Facebook, Instagram, WhatsApp, etc., por medio del móvil, computadora, Tablet, entre otros (Escorra y Salas,2014).

#### ***Variable 2: Imagen corporal***

La imagen corporal, definida por Grogan hace referencia a aquellas percepciones,

pensamientos y sentimientos que una persona posee acerca de su cuerpo. Por lo tanto, las alteraciones en la imagen corporal serían el resultado de una perturbación cognitiva o perceptual del cuerpo (Grogan 1999, citado en Mahon y Hevey, 2021).

### **Definición Operacional de variables**

#### ***Adicción a redes sociales***

Para la medición de esta variable se utilizó Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS). Está compuesto por tres factores: Factor I es Obsesión por las redes sociales (ORS) que consta de 10 ítems, el Factor II, Falta de control personal (FC) que consta de 6 ítems y el Factor III, Uso excesivo de las redes sociales (UER) que consta de 8 ítems.

#### ***Imagen corporal***

El instrumento para medir la Imagen corporal se utilizó el Cuestionario de Insatisfacción con la Imagen Corporal (IMA- GEN). Consta de 38 ítems y su aplicación permite la obtención de una puntuación total de insatisfacción con la imagen corporal y puntuaciones en sus principales componentes insatisfacción cognitivo-emocional, insatisfacción perceptiva e insatisfacción comportamental.

### **Objetivos**

#### ***Objetivo general***

Determinar la relación entre la adicción a redes sociales e imagen corporal en universitarias mujeres de una universidad privada de Arequipa.

#### ***Objetivos específicos***

Identificar el nivel de adicción a redes sociales en estudiantes mujeres de una universidad Privada de Arequipa.

Identificar el nivel de la imagen corporal en estudiantes mujeres de una universidad privada de Arequipa.

Analizar el nivel de adicción a redes sociales en universitarias mujeres de una universidad privada de Arequipa, según edad, sexualidad, carrera y ciclo académico.

Analizar el nivel de la imagen corporal en universitarias mujeres de una universidad privada de Arequipa, según edad, sexualidad, carrera y ciclo académico.

### **Antecedentes teóricos-investigativos**

#### ***Redes sociales***

Las redes sociales son instrumentos de comunicación que se fundamentan en la Web y se estructuran en torno a los perfiles profesionales o personales de los usuarios. Su propósito es conectar a los usuarios de manera secuencial mediante categorías, etiquetas personales, grupos, entre otros, asociados a cada individuo o perfil profesional (Castañeda y Gutiérrez, 2010).

Según Gallego et al. (2016) las redes sociales son espacios en línea que ofrecen a los usuarios la posibilidad de crear y mostrar sus perfiles, permitiéndoles compartir una variedad de contenidos, como textos, imágenes y aplicaciones. Su propósito principal es facilitar la interacción social al permitir que los usuarios exhiban públicamente aspectos de sí mismos, participando en diferentes niveles de actividad y participación.

Las redes sociales son estructuras formadas en Internet por personas u organizaciones que se conectan a partir de valores o intereses comunes que se han convertido en un excelente medio de comunicación ubicuo y versátil legible para cualquier persona (Rudas, 2021).

Aunque hay una amplia gama de redes sociales virtuales y diversos autores proponen diferentes clasificaciones. Dans (2014) distingue entre dos tipos: redes sociales personales y profesionales. Las redes sociales personales se utilizan como plataformas para intercambiar intereses comunes y cuentan con una lista de contactos y amigos, entre las cuales se encuentran Facebook, WhatsApp, Messenger, Instagram, entre otras. Por otro lado, las redes

sociales profesionales incluyen plataformas como LinkedIn, Viadeo, About.me, Womenalia, entre otras.

El auge de las redes sociales ha captado principalmente la atención de los jóvenes, quienes rápidamente se percatan de que estas plataformas les permiten mantener relaciones simultáneas en tiempo real a nivel global, intercambiar información sobre cualquier tema de interés, reconectar con personas a pesar del tiempo o la distancia, presenciar y participar en eventos en cualquier parte del mundo, y ejercer influencia en situaciones sociales o económicas. Por consiguiente, estas plataformas virtuales se han convertido en un medio para que los adolescentes de hoy en día expresen sus vivencias y establezcan conexiones interpersonales, lo que representa una nueva forma de socialización. Además, se considera una herramienta alternativa para participar activamente en la vida política, un ámbito que anteriormente no generaba tanto interés entre la población joven (Cruz, 2016).

Por otro lado, la magnitud del impacto de las redes sociales también depende de ciertos factores, por ejemplo:

El factor socioambiental, que incluye las relaciones familiares, el nivel de vida, los amigos cercanos o compañeros de apoyo, y la comunidad que promueve la salud mental, pueden tener impactos positivos en la forma en que los adolescentes se relacionan con sus cuerpos (Fikkers et al., 2016).

Simultáneamente, otro elemento relevante es el aspecto emocional, dado que tener habilidades adecuadas para gestionar las emociones ayuda a las personas a responder de manera más efectiva ante la presión social y los ideales de belleza presentes en el entorno virtual, así como a lidiar con la frustración y la ansiedad que puedan surgir (Bula et al., 2017).

En lo que respecta al aspecto cognitivo, se consideran las creencias vinculadas a la imagen corporal, como, por ejemplo, la idea de que "para ser valioso, uno debe ser perfecto". También se aborda el sesgo de atención, que consiste en prestar más atención a ciertos

comentarios relacionados con la apariencia y la alimentación. Se menciona igualmente el nivel de flexibilidad cognitiva, que alude a la rigidez en la adopción de una postura y la propensión a respuestas repetitivas. Además, se evalúa la capacidad de tomar decisiones, es decir, la habilidad para analizar una situación y considerar las diferentes opciones, así como sus posibles ventajas y desventajas (Bula et al., 2017).

Por último, en relación al aspecto físico, aquellos individuos que no llevan un estilo de vida sedentario y que exhiben fuerza y resistencia, experimentan mejoras en su bienestar psicológico. Esto conlleva a una percepción física más positiva y una mayor satisfacción con la imagen corporal (Jiménez et al., 2021).

### *Uso de redes sociales*

El uso de las redes sociales puede considerarse normal cuando se adapta a las necesidades y no interfiere con el crecimiento personal de la persona. Sin embargo, si su uso es excesivo y afecta negativamente el desarrollo individual, se puede clasificar como abuso. Cuando el uso de las redes sociales se vuelve problemático y está vinculado con síntomas de abstinencia, podría caracterizarse como adictivo (Griffiths, 2005). Entendida también como afición patológica que genera dependencia y resta libertad al ser humano al estrechar su campo de conciencia y restringir la amplitud de sus intereses (Echeburúa y Resquesens, 2012).

El uso excesivo de las redes sociales está causando un problema social, porque se convierte en un factor estresante, afectando principalmente a los adolescentes ya que a esa edad son vulnerables, presentando estados emocionales como disforia, impulsividad e intolerancia a los estímulos displacenteros, incrementando así la búsqueda de novedades (Echeburúa, 1999).

Por su parte, Araujo y Lazo (2015) estudiaron el uso de las redes sociales virtuales entre estudiantes de 4º y 5º de secundaria de Antioquia. Descubrieron que, si bien los

servicios en línea son gratuitos, es más probable que estén en sus dispositivos, siendo Facebook y WhatsApp los más visitados. Sin embargo, el uso negativo de estas plataformas en entornos sociales, académicos y lingüísticos es más frecuente entre los usuarios jóvenes. El estudio concluyó que las plataformas de redes sociales virtuales más comunes son Facebook y Watts App, y el uso negativo de emoticones y abreviaturas es más frecuente entre los usuarios jóvenes.

Echeburúa y Requesens (2012) enfatizan que las redes sociales presentan muchas formas de enganche a las personas, como: la necesidad de sociabilización, que se hacen atractivas para los jóvenes; puesto que, mediante estas redes, se pueden realizar diversas actividades como: compartir historias, experiencias, fotos, mensajes, gustos, entre otros. Estas peculiaridades se hacen más atractivas por los usuarios más jóvenes, que buscan ser reconocidos y poseer popularidad.

### ***Adicción a redes sociales***

En un estudio experimental con un diseño de investigación de tipo transversal, se evaluó a 298 estudiantes universitarios, cuyas edades oscilaron entre los 12 y 47 años, para investigar la adicción a las redes sociales. Se utilizó el Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) de Ecurra y Salas, compuesto por 24 ítems, para medir el riesgo de adicción. Los resultados revelaron que un 23% de los participantes presentaba un bajo riesgo de adicción, mientras que un significativo 30% se encontraba en alto riesgo de desarrollar esta dependencia (Rueda et al., 2017).

Estos hallazgos se integran con la ampliación de Ecurra y Salas (2014) sobre la comprensión de la adicción a las redes sociales. Utilizando la cuarta edición del Manual Diagnóstico y Estadístico de Trastornos Mentales (DSM-IV), ellos describen las adicciones psicológicas, incluida la adicción a las redes sociales, como patrones de comportamiento repetitivo que, aunque inicialmente proporcionan placer, pueden llevar a un uso compulsivo y

descontrolado con el tiempo. Este marco teórico destaca cómo la gratificación inmediata de la interacción en redes sociales puede evolucionar hacia una necesidad constante, reflejada en los altos porcentajes de riesgo de adicción observados en el estudio (Escurrea y Salas., 2014).

Esta condición lleva a que las personas pierdan interés en sus roles familiares y académicos, manifestándose en ansiedad, irritabilidad, dificultades para dormir y angustia.

Según Escurrea y Salas, la adicción a las redes sociales comprende las siguientes dimensiones:

**Dimensión de la obsesión por el uso de redes sociales:** Se refiere al pensamiento recurrente de querer utilizar las redes sociales, lo que resulta en un agotamiento emocional y provoca momentos de angustia y estados ansiosos.

**Dimensión de la falta de control personal en el uso de redes sociales:** Indica una preocupación persistente debido a la incapacidad de la persona para regular su uso de redes sociales, impulsada por una intensidad emocional que resulta en desinterés por las actividades académicas.

**Dimensión del uso excesivo de las redes sociales:** Se manifiesta a través de un exceso en el tiempo dedicado a las redes sociales, sin la capacidad de ejercer autocontrol para reducir su uso.

En este caso, experimentan la sensación de no poder pasar mucho tiempo sin acceder a estas plataformas, sintiéndose claramente perjudicadas por la ausencia de internet y las interacciones sociales virtuales que podrían tener en ellas. De acuerdo con Escurrea y Salas (2014), se podrían identificar los siguientes tres niveles de adicción a Internet de esta manera.

### ***Nivel bajo***

Los adolescentes con niveles más altos de habilidades sociales suelen experimentar síntomas negativos debido al acceso limitado a las redes sociales. Es posible que se sientan mal o empiecen a desesperarse debido a su imposibilidad de acceder a las redes sociales. El

tiempo que se pasa en Internet suele estar dirigido a una meta u objetivo, lo que disminuye la motivación para permanecer en línea. Estos adolescentes pueden pasar horas o días sin conectarse a las redes sociales, lo que puede no ser aversivo, pero puede conducir a una respuesta emocional más equilibrada. También pueden utilizar las redes sociales para coordinar reuniones y tener presencia (Escurra y Salas, 2014).

### ***Nivel moderado***

Los individuos con un tiempo prolongado en el uso de las redes sociales pueden tener consecuencias negativas, como mal humor y síntomas desadaptativos. Si el tiempo es mínimo como un día, pueden tolerarlo, permanecer bastante frente al ordenador y llevarlos a verso con riesgo a pasar al nivel alto, donde estos síntomas se hacen mucho más intensos. Una de las principales características de los chicos con un tiempo prolongado en las redes sociales es que poco a poco se presentan síntomas desadaptativos, pero no llega a ser marcado. Estas personas pueden comenzar a estar en un gran riesgo hacia mostrar dependencia hacia las redes sociales. (Escurra y Salas, 2014).

### ***Nivel alto***

Los individuos en este nivel exhiben una clara respuesta emocional, irritabilidad, mal humor y ansiedad cuando no tienen acceso a las redes sociales o se sienten amenazados por algo que perciben como inapropiado. Este estado de ansiedad conduce a un deterioro de las relaciones sociales, de las amistades y al miedo a descubrir inconsistencias. El tiempo prolongado y la falta de funcionalidad en sus vidas resultan en disminución del rendimiento académico, interacciones con profesores, relaciones familiares y conflictos. También surgen problemas personales que conducen al abandono y hacen que los individuos se vean afectados por otros. Por lo tanto, es fundamental que las personas aborden estos problemas y mantengan un equilibrio saludable en sus vidas (Escurra y Salas, 2014).

### *Imagen corporal*

La imagen corporal se caracteriza como una categoría compleja y multidimensional que abarca aspectos biológicos, psicológicos y sociales. Se describe como la representación mental que una persona construye sobre su tamaño, figura y forma física (Salazar, 2008).

Para Cabrera (2010) la imagen corporal representa la primera impresión que otros tienen de nosotros. Debido a esto, las personas tienden a ajustar su apariencia física, ya sea modificando su forma corporal o seleccionando cuidadosamente su vestimenta y accesorios, con el objetivo de ser aceptados e identificarse con aquellos que les interesan, mientras se alejan de aquellos que los rechazan. Este fenómeno puede observarse en aquellos que comen en exceso o en aquellos que deliberadamente pasan hambre.

La Organización Mundial de la Salud (OMS, 2011) describe la imagen corporal como una función mental que se relaciona con la percepción y la conciencia que una persona tiene de su propio cuerpo. Implica cómo se ve a sí misma y cómo se siente con respecto a su cuerpo. Esta percepción puede variar con el tiempo, y es posible que incluso las personas con una imagen corporal positiva puedan experimentar inseguridad en algún momento de sus vidas.

Existen diversos componentes para estudiar la imagen corporal (Rosen, 1997, citado en Albornoz, 2018) los cuales son los siguientes:

**La percepción del cuerpo**, se refiere a la parte física, la estimación del tamaño y la forma del mismo.

**Los aspectos cognitivos y emocionales**, tales como creencias y preocupaciones (su intensidad, frecuencia y duración), el malestar que estos originan y el grado de convicción sobre ellos, el esfuerzo para controlar el pensamiento.

**Aspectos conductuales**, evaluar si existe la evitación hacia su propia imagen, el camuflaje o rituales.

**Otros problemas psicológicos**, así como si la persona presenta un episodio de depresión, trastornos de alimentación, disfunciones sexuales, ansiedad social, etc.

**Dimensiones de personalidad**, niveles de adaptación global que posee la persona, su autoestima y habilidades sociales.

En investigaciones más actuales se encuentra que la imagen corporal se ve constituida por cuatro componentes primordiales, tales como el componente perceptual, el cual se refiere a cómo el individuo percibe su cuerpo de forma general o cada parte de este; el componente cognitivo, que hace referencia a las valoraciones que realiza la persona con respecto al cuerpo o una parte específica del mismo, el componente afectivo, que contempla los sentimientos o actitudes que experimenta el individuo en relación a su cuerpo y el componente conductual, donde se expresan ciertas acciones o comportamientos en base a la percepción y valoración, que presenta el sujeto de su propio cuerpo (Rodríguez y Alvis, 2015).

A nivel internacional, en Pakistán, Anjum et al. (2024) tuvieron como objetivo investigar la relación entre la adicción a las redes sociales, los niveles de actividad física, el índice de masa corporal (IMC) y las preocupaciones sobre la imagen corporal en estudiantes universitarias. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo correlacional. La muestra consistió en 200 estudiantes mujeres. En el resultado, la adicción a las redes sociales contribuye a un estilo de vida sedentario y a un incremento en las preocupaciones sobre la imagen corporal y el IMC en mujeres universitarias; es decir, las participantes con mayor uso de redes sociales reportaron mayor insatisfacción con su imagen corporal, especialmente aquellas con sobrepeso.

En España, Delgado et al. (2022) tuvieron como objetivo analizar cómo los síntomas de adicción a redes sociales influyen en la insatisfacción corporal de mujeres jóvenes, considerando el papel mediador de la conciencia sobre la presión relacionada con la apariencia y la internalización del ideal de delgadez. Teniendo en cuenta un método de

enfoque cuantitativo y nivel descriptivo correlacional. La muestra consistió en 368 estudiantes mujeres. En el resultado, el 78% del efecto total de la adicción a redes sociales sobre la insatisfacción corporal fue mediado por estas variables; además, el efecto directo de la adicción a redes sociales sobre la insatisfacción corporal no fue significativo.

En Bogotá, Díaz (2020) tuvo como objetivo examinar cómo los contenidos y la dinámica de la red social Instagram inciden en la construcción de la identidad y la autoestima en mujeres universitarias. Teniendo en cuenta un método de enfoque cualitativo y nivel explicativo. La muestra consistió en 519 estudiantes. Los resultados revelaron que, aunque el uso de Instagram afecta a un público amplio, las jóvenes en etapa universitaria son las más susceptibles a sus efectos debido a su alta exposición y a la etapa de desarrollo personal en la que se encuentran.

En Arabia Saudita, Al Saud et al. (2019) tuvieron como objetivo evaluar la percepción de la imagen corporal y el nivel de adicción a las redes sociales entre estudiantes de la Universidad Princess Nourah Bint Abdulrahman. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo correlacional. La muestra consistió en 307 estudiantes mujeres. En el resultado, el 73% de las participantes tenían una percepción negativa de su imagen corporal, mientras que 50.1% presentaban un nivel moderado de adicción a las redes sociales. Aunque no se encontró una asociación significativa entre la imagen corporal y la adicción a las redes sociales. Esto sugiere que las mujeres no se relacionaron significativamente entre las variables estudiadas.

En Estados Unidos, Puglia (2017) tuvo como objetivo examinar cómo el uso de las redes sociales afecta la valoración de la imagen corporal en mujeres jóvenes. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 339 mujeres universitarias. Los resultados revelaron una correlación negativa entre el uso de Facebook y la satisfacción corporal, mostrando una satisfacción corporal significativamente

menor en aquellos con un mayor uso de Facebook.

A nivel local, Escribens y Yrigoyen (2023) tuvieron como objetivo identificar el nivel de percepción de las adolescentes sobre la imagen corporal expuesta en redes sociales de Lima. Teniendo en cuenta un método de enfoque cualitativo y nivel explicativo. La muestra consistió en 10 estudiantes. En el resultado, indican que las adolescentes construyen una imagen corporal incoherente, debido a que su percepción toma como referencia la información que ven en las redes sociales, donde se muestra un estereotipo de imagen corporal que simula la perfección. Por lo que, al estar expuestas a las redes sociales, muestran insatisfacción por su apariencia física y se esfuerzan por llegar al estándar de belleza percibido en estas.

Aguilar (2023) tuvo como objetivo determinar la relación entre el uso de redes sociales y la percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios de Chimbote. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 300 estudiantes. En el resultado, identificó una relación positiva y significativa entre el uso de redes sociales y la percepción de una imagen corporal de ( $r = .394$ ;  $p < .000$ ); es decir, es decir, el uso excesivo de redes sociales se asocia con una mayor percepción negativa de la imagen corporal en los estudiantes, lo que puede derivar en alteraciones emocionales, mentales y conductuales.

Correa & Ramos (2023) tuvieron como objetivo determinar la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de una Facultad de Salud de una universidad de Lima. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 362 estudiantes. En el resultado, examinaron una relación positiva y significativa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de ( $r = .320$ ;  $p < .000$ ); es decir, es decir, el uso excesivo de redes sociales se asocia con una mayor insatisfacción de la imagen corporal en los estudiantes.

Sobre este punto, Jimenez y Sedano (2021) tuvieron como objetivo establecer la relación entre la dependencia a las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en estudiantes de psicología de una universidad privada de Los Olivos. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 234 estudiantes. Los resultados revelaron una correlación significativa entre la dependencia a las redes sociales y la percepción de la imagen corporal. Específicamente, se encontró una relación directa y significativa entre ambos factores ( $r = .535$ ).

En este sentido, Yupanqui (2020) tuvo como objetivo determinar la relación entre el uso problemático de las redes sociales virtuales y autoestima en jóvenes de una universidad privadas de Lima Metropolitana. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 146 estudiantes. Los resultados mostraron una correlación negativa entre el uso de redes sociales virtuales y la autoestima. Sugiriendo que a mayor uso de las redes sociales virtuales la autoestima disminuye en los estudiantes.

A nivel local, Alvarez y Flores (2024) tuvieron como objetivo establecer la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de una universidad pública de Arequipa. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 220 estudiantes. En el resultado, el sexo femenino mostró un nivel medio prevalente de uso de redes sociales de 71.5% y en la imagen corporal moderado de 53.2%. Asimismo, identificaron una relación positiva y significativa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de ( $r = .488$ ); es decir, el uso excesivo de redes sociales se asocia con una mayor insatisfacción de la imagen corporal en los estudiantes.

Ttito y Del Rocio (2024) tuvieron como objetivo investigar la relación entre la adicción a redes sociales, la autoestima y la insatisfacción corporal en mujeres universitarias de Arequipa. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La

muestra consistió en 255 estudiantes. En el resultado, identificaron una relación positiva y significativa entre la adicción a las redes sociales y la insatisfacción corporal de ( $r = .510$ ;  $p < .000$ ); es decir, el uso excesivo de adicción a redes sociales se asocia con una mayor insatisfacción corporal en los estudiantes.

Portugal (2024) tuvo como objetivo examinar la correlación entre la insatisfacción de la imagen corporal y la violencia en el enamoramiento en jóvenes universitarios de Arequipa. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 163 estudiantes. En el resultado, la insatisfacción de la imagen corporal influye significativamente en la experiencia de violencia en las relaciones de enamoramiento en jóvenes universitarios. Además, los componentes cognitivo-emocionales de la insatisfacción corporal fueron los más vinculados a las dimensiones de violencia emocional y de género.

Ayaque y Rodríguez (2024) tuvieron como objetivo establecer la relación entre el uso problemático de redes sociales y la insatisfacción corporal en adolescentes de colegios público y privado de Arequipa. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel correlacional. La muestra consistió en 70 estudiantes. En el resultado, determinaron una relación positiva y significativa entre el uso problemático de redes sociales y la insatisfacción corporal de ( $r = .715$ ;  $p < .000$ ); es decir, el uso problemático de redes sociales se asocia con una mayor insatisfacción corporal en los estudiantes.

Humpire (2022) tuvo como objetivo determinar la relación entre la adicción a redes sociales y la experiencia de soledad en jóvenes universitarios de Arequipa. Teniendo en cuenta un método de enfoque cuantitativo y nivel descriptivo correlacional. La muestra consistió en 165 estudiantes. En el resultado, los estudiantes presentaron un nivel medio de adicción a redes sociales de 52.7% y un nivel alto de experiencia de soledad de 36.3%; además, encontró una relación positiva y significativa entre las variables ( $r = .394$ ); es decir, la adicción a redes sociales se asocia con una mayor soledad en los estudiantes.

### *Teorías psicológicas sobre redes sociales e imagen corporal*

**Teoría de la comparación social:** Esta teoría explica cómo las personas se comparan con otros para evaluar su propio valor. En el contexto de las redes sociales, los estudiantes universitarios pueden compararse con los *influencers* o modelos que ven, lo que puede llevar a una insatisfacción con su propia imagen corporal (Festinger, 1954).

**Teoría de la autoobjetivación:** Esta teoría propone que las personas internalizan la mirada del otro y se ven a sí mismas como objetos. La exposición a imágenes idealizadas en las redes sociales puede aumentar la autoobjetivación, lo que puede conducir a la cosificación del cuerpo y la vigilancia constante de la apariencia (Fredrickson y Roberts, 1997).

**Teoría del aprendizaje social:** Esta teoría afirma que las personas aprenden observando e imitando a otros. En las redes sociales, los estudiantes universitarios pueden observar comportamientos relacionados con la imagen corporal, como la dieta extrema o el uso de filtros de belleza, y pueden imitarlos, lo que puede tener un impacto negativo en su propia imagen corporal (Bandura, 1977).

**Teoría de la construcción social de la realidad:** Esta teoría sostiene que la realidad social se construye a través de la interacción social. Las redes sociales pueden crear una realidad social donde la belleza se define por un ideal específico, lo que puede presionar a los estudiantes universitarios para que se ajusten a este ideal y experimenten insatisfacción si no lo logran (Berger y Luckmann, 1966).

### **Hipótesis**

Existe relación positiva entre la adicción a redes sociales e imagen corporal en estudiantes mujeres de una universidad privada de Arequipa, 2024.

## Capítulo II. Método

### Método

La investigación fue de método hipotético-deductivo, lo cual permite llevar a cabo un proceso riguroso de validación de conocimientos mediante el uso de la lógica deductiva y la observación empírica (Hernández et al., 2014). Por otro lado, la investigación fue de tipo básica, ya que se centra en la búsqueda de nuevos conocimientos sin una finalidad práctica específica e inmediata (Sánchez et al., 2018). Asimismo, el enfoque fue cuantitativo, lo que implica que ambas variables numéricamente fueron evaluadas mediante la recopilación de datos y el análisis estadístico (Hernández et al., 2014).

Por último, la investigación fue no experimental de corte transversal, que examina la relación entre dos variables cuantitativas y realizadas en un espacio de un solo momento (Sánchez et al., 2018). Siendo un diseño correlacional simple DCS, que suele describirse como parte de los estudios de estrategia asociativa, cuyo objetivo principal es analizar la relación entre dos o más variables sin manipularlas directamente, permitiendo identificar patrones de asociación o predicción entre estas (Ato et al., 2013).

### Instrumentos

#### *Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales*

Adaptado y validado por Ecurra y Salas (2014), creada en el Perú, está diseñado para evaluar a jóvenes y adolescentes de la etapa universitaria, el cual tiene como objetivo ser usada para el diagnóstico de adicciones a redes sociales. El cuestionario tiene 24 ítems en escala de Likert, comprendido por 3 dimensiones, siendo la primera dimensión obsesión por las redes sociales (ítems: 1,2,3,4,5,6,7,8,9,10), falta de control (ítems: 11,12,13,14,15,16), y uso excesivo de las redes sociales (ítems:17,18,19,20,21,22,23,24).

#### *Niveles de Adicción a redes sociales:*

Nivel alto: Adolescentes adictos a las redes sociales, quienes deben obtener una

puntuación de 65 a 96 puntos. Nivel medio: Adolescentes en riesgo a presentar adicciones a redes sociales, considerados a aquellos que obtuvieron entre 33 a 64 puntos. Nivel bajo: Adolescentes que no presentan adicción al uso de las redes sociales, tienen un comportamiento normal de uso a las redes, y se caracterizan por tener una puntuación que oscila entre 0 a 32 puntos (Escurra y Salas, 2014).

**Validez:**

La validación del instrumento se basó en el modelo de la teoría clásica mediante el análisis factorial confirmatorio. Se compararon 3 factores independientes, de tres actores relacionados y el modelo independiente de los resultados, estos indicaron que se adecuan mejor al de tres factores relacionados donde se obtuvo ( $\chi^2 / gl=1.48$ ;  $GFI= .92$ ;  $RMR= .04$ ;  $RMSEA= .04$ )” reflejando un buen nivel de validez de estructura interna. En el Perú, Fernandez (2021) analizó las propiedades psicométricas del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. Logrando demostrar la validez de contenido por medio de 7 jueces expertos utilizando la V de Aiken, cuyos valores fueron mayores a .800. Asimismo, se realizó el análisis factorial exploratorio, donde se tuvo una distribución de 3 factores, que evidenciaron el 57.47% de varianza total.

**Confiabilidad:**

La confiabilidad del instrumento fue evaluada por consistencia interna de cada factor mediante el coeficiente alfa de Cronbach, en la dimensión obsesión por las redes sociales se obtuvo un  $\alpha= .910$ , en la dimensión falta de control un  $\alpha= .880$  y en la dimensión uso excesivo de las redes sociales un  $\alpha= .920$  (Escurras y Salas, 2014).

Del mismo modo Fernandez (2021) analizó las propiedades psicométricas del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana. Logrando demostrar la confiabilidad a través de alfa de Cronbach logrando un valor de  $\alpha= .950$ .

### ***Cuestionario de Insatisfacción con la Imagen Corporal (IMA- GEN)***

Cuyos autores Solano y Cano (2010) diseñaron el cuestionario con el objetivo de realizar una detección temprana del TCA (trastorno de la Conducta Alimentaria). Consta de 38 ítems y su aplicación permite la obtención de una puntuación total de insatisfacción con la imagen corporal y puntuaciones en sus principales componentes en la insatisfacción cognitivo – emocional (1-21 ítems), insatisfacción perceptiva (22-31 ítems), también en la insatisfacción comportamental (32-38 ítems). Asimismo, cada afirmación es medida con una escala Likert que va de 0= nunca; 1=pocas veces; 2=unas veces si y otras no; 3=muchas veces; 4=siempre.

#### ***Niveles:***

Mínima: (0-38); Moderada: (39-76); Marcada: (77-114); Severa: (115-152).

#### ***Validez:***

La Validez estructural se evaluó mediante el análisis factorial exploratorio obteniendo en sus tres factores 55.4% (ICE cognitivo – emocional), 34% (IPE perceptivo) y 10.6% (ICL comportamental) perteneciendo esto a la varianza explicada y siendo aptos con respecto a la explicación literaria (Solano y Cano, 2010).

Para la validez convergente tuvieron que proceder a correlacionar las puntuaciones del instrumento y el factor 1 del (CIMEC: cuestionario de influencia del modelo estético corporal), el cual obtuvieron una correlación de .84; asimismo, con los factores preocupación por la figura del *Body Shape Questionary* (BSQ1), desvalorización de la figura al compararse con los demás (BSQ2) conductas reiteradas con la insatisfacción con la imagen corporal (BSQ3) y el total del BSQ, hallaron correlaciones (.88, .79 y .88) con respecto a la puntuación del cuestionario IMAGEN (Solano y Cano, 2010).

En el contexto peruano, los estudios de Talledo y Vélchez (2019) realizaron la validez de constructo a través de la correlación dominio total el cual establece una correlación directa

buena ( $.70$  y  $1$ ) y muy significativa ( $p < .01$ ). Así también, en el análisis factorial tuvo una varianza total explicada donde nos indica que se puede utilizar 3 componentes a un  $24,499\%$  de la varianza.

### **Confiabilidad:**

El cuestionario de IMAGEN fue adaptado por Yglesias (2017) en la región Norte-Perú el cual tuvo 9940 alumnos del nivel secundario de las instituciones estatales el cual se seleccionó para dicha investigación estudiantes entre las edades de 11 a 17 años en las ciudades de Trujillo, Chiclayo y Tumbes. La confiabilidad tuvo como resultado un valor de  $\alpha = .910$  en la insatisfacción cognitivo - emocional y  $\alpha = .830$  en la insatisfacción perceptiva, también obtuvo un  $\alpha = .780$  en la insatisfacción comportamental.

Además, un estudio reciente realizado por Jimenez y Sedano (2021) sobre la dependencia a las redes sociales y la imagen corporal en estudiantes de la carrera de psicología de una universidad privada de los Olivos, Lima. Pudieron demostrar la confiabilidad del instrumento a través del coeficiente alfa de Cronbach de  $.920$ , este valor indica que tiene un nivel de alta confiabilidad.

### **Participantes**

La población estuvo compuesta por 200 estudiantes universitarias mujeres entre las edades de 18 a 22 años de una universidad privada de Arequipa. Asimismo, la elección de la muestra fue censal, incluyendo a la totalidad de la cantidad poblacional inicialmente. Por otro lado, se realizó por medio del muestreo no probabilístico intencional, ya que se escoge de acuerdo con las intenciones del investigador y de los criterios de inclusión (Hernández et al., 2014).

**Tabla 1**

*Resultados sociodemográficos*

		Frecuencia	Porcentaje
Edad	18 años	29	14.5%
	19 años	43	21.5%
	20 años	42	21%
	21 años	26	13%
	22 años	60	30%
	Total	200	100%
Orientación sexual	Bisexual	9	4.5%
	Heterosexual	190	99.5%
	Lesbiana	1	0.5%
	Total	200	100%
Carrera profesional	Derecho	39	19.5%
	Educación inicial	20	10%
	Enfermería	64	32%
	Psicología	77	38.5%
	Total	200	100%
Semestre académico	2 ciclo	18	9%
	4 ciclo	39	19.5%
	5 ciclo	4	2%
	6 ciclo	94	47%
	7 ciclo	7	3.5%
	8 ciclo	35	17.5%
	9 ciclo	1	0.5%
	10 ciclo	2	1%
	Total	200	100.0

Nota: Resultados de la encuesta

De acuerdo con los participantes, según edad se muestran que el grupo más prevalente corresponde a estudiantes de 22 años, con un 30% del total de la muestra. Le siguen los grupos de 19 años con un 21.5% y de 20 años con un 21%. En menor proporción se encuentran las estudiantes de 18 años, representando el 14.5%, y finalmente las de 21 años, con un 13%. Esto refleja una distribución predominante en edades entre los 19 y 22 años dentro de la población estudiada. Por otro lado, según la orientación sexual se muestran que la gran mayoría se identifica como heterosexual, representando el 95% de la muestra. En menor proporción, el 4.5% se identifica como bisexual, y solo el 0.5% como lesbiana. Esto evidencia una predominancia de la orientación heterosexual dentro de la población estudiada.

Según la carrera profesional se muestran que el grupo más representativo corresponde a estudiantes de Educación Inicial, con un 10% de la muestra, seguido de cerca por las estudiantes de Enfermería, que representan el 32%. En menor proporción, se encuentran las estudiantes de Derecho con un 19% y las de Psicología con un 29.5%. Esto refleja una mayor participación de estudiantes de carreras relacionadas con la enfermería y psicología dentro de la población estudiada. Por otra parte, según el semestre académico se muestran que la mayor proporción de estudiantes se encuentra en el sexto ciclo, representando el 47% de la muestra. Le siguen las estudiantes del cuarto ciclo con un 19.5% y del octavo ciclo con un 17.5%. En menor proporción, se encuentran las estudiantes del segundo ciclo (9%), del séptimo ciclo (3.5%), y del quinto ciclo (2%). Finalmente, los grupos menos representativos corresponden al noveno y décimo ciclo, con un 0.5% y 1% respectivamente. Esto evidencia una mayor participación de estudiantes en ciclos intermedios dentro de la población estudiada.

#### ***Criterios de inclusión***

- Participantes del sexo femenino de universitarias matriculadas en cualquier carrera profesional.
- Participantes del sexo femenino entre 18 y 22 años de edad.
- Participantes del sexo femenino otorguen consentimiento informado para participar voluntariamente.
- Respuestas completas y válidas en los instrumentos aplicados.

#### ***Criterios de exclusión***

- Participantes del sexo femenino que no cumplan con los criterios de inclusión (por ejemplo, no estar matriculadas, no pertenecer al rango de edad, o ser del sexo masculino).
- Participantes del sexo femenino que no otorguen su consentimiento informado.
- Respuestas incompletas o inválidas en los instrumentos de evaluación.

## **Procedimiento**

El inicio de la investigación implicó la presentación del proyecto de tesis a la escuela de psicología para su aprobación. En relación a la recolección de datos, se envió una solicitud formal a la directora o director para obtener la autorización necesaria para aplicar los instrumentos de investigación. Esta solicitud incluyó posibles fechas para la administración de las pruebas, y se adjuntará el formato de consentimiento informado.

Una vez obtenido el permiso, se procedió a la aplicación de los cuestionarios a los participantes jóvenes. Es crucial comenzar con la obtención del consentimiento informado, asegurando que la participación sea voluntaria y respetando su privacidad. Se solicitó los participantes que respondan con sinceridad durante la realización de los cuestionarios.

## **Consideraciones éticas**

La investigación sobre el uso de redes sociales e imagen corporal en estudiantes mujeres de psicología debe realizarse de manera ética y responsable, teniendo en cuenta los principios de la ética científica y las necesidades de las participantes.

La confidencialidad, la privacidad y la no maleficencia representan aspectos esenciales de la investigación. La confidencialidad implica el uso de nombres ficticios, la eliminación de datos identificables y la protección de la seguridad de los datos. La privacidad implica respetar la privacidad de los participantes durante la recopilación de datos, evitar la observación o grabación sin consentimiento y proteger la privacidad de las respuestas. La no maleficencia minimiza los riesgos psicológicos o emocionales y ofrece apoyo a los participantes que atraviesan dificultades.

Según Hernández (2014) destaca la importancia de la ética en la investigación y menciona los principios básicos de la ética científica, como el respeto a las personas, la beneficencia, la no maleficencia y la justicia.

## **Análisis de datos**

Después de recopilar los datos a través de los instrumentos de investigación, se organizaron de manera estructurada en el software Excel para verificar si cumplen con los criterios de inclusión establecidos. Luego, esta información se transfirió al software SPSS versión 26 para su análisis estadístico. El proceso estadístico comenzó con un análisis descriptivo de los datos recopilados, lo que proporcionará información sobre las características de los participantes en la muestra y los niveles observados en las variables.

Para evaluar la relación entre las variables, se verificó el supuesto de normalidad utilizando la prueba de Kolmogorov-Smirnov, dado que la muestra supera las 50 personas. Además, se seleccionó el estadístico apropiado para el análisis, que podría ser el coeficiente de correlación de Pearson ( $r$ ) o el coeficiente de correlación de Spearman ( $r_s$ ).

## Capítulo III. Resultados

### Resultados

**Tabla 2**

*Análisis de relación entre la adicción a redes sociales y la imagen corporal*

	1	2	3	4	5	6	7	8
1. Adicción a redes sociales	-							
2. Obsesión por las redes sociales <sup>a</sup>	.922**	-						
3. Falta de control <sup>a</sup>	.875**	.740**	-					
4. Uso excesivo de redes sociales <sup>a</sup>	.918**	.753**	.753**	-				
5. Imagen corporal	.570**	.539**	.446**	.561**	-			
6. Insatisfacción cognitivo-emocional <sup>b</sup>	.559**	.517**	.445**	.555**	.979**	-		
7. Insatisfacción perceptiva <sup>b</sup>	.460**	.470**	.330**	.449**	.854**	.769**	-	
8. Insatisfacción comportamental <sup>b</sup>	.430**	.447**	.314**	.402**	.618**	.533**	.516**	-

Nota. <sup>a</sup>: dimensiones de la variable adicción a redes sociales; <sup>b</sup>: dimensiones de la variable imagen corporal; \* $p < .05$ : correlación significativa, \*\* $p < .01$ : correlación muy significativa

Los resultados de la prueba de correlación Rho de Spearman indican que las variables adicción a redes sociales e imagen corporal cuentan con una relación muy significativa ( $p < .01$ ), directa y de fuerza moderada ( $r = .570$ ) entre sí. Del mismo modo, en el análisis por dimensiones, se observó que la adicción a redes sociales cuenta con relaciones muy significativas y directas con las dimensiones insatisfacción cognitivo-emocional, insatisfacción perceptiva e insatisfacción comportamental de la segunda variable ( $p < .01$ ). Por su parte, estas relaciones son también muy significativas y directas en el caso de la imagen corporal y las dimensiones obsesión por las redes sociales, falta de control y uso excesivo de redes sociales de la primera variable ( $p < .01$ ). Esto sugiere que un mayor nivel de adicción a redes sociales está relacionado con una mayor afectación en la imagen corporal en las universitarias mujeres de una universidad privada de Arequipa.

**Tabla 3**

*Análisis descriptivo del nivel de adicción a redes sociales y sus dimensiones*

	Adicción a redes sociales		Obsesión por las redes sociales		Falta de control		Uso excesivo de las redes sociales	
	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%	<i>f</i>	%
Bajo	121	60.5%	110	55%	115	57.5%	131	65.5%
Medio	66	33%	78	39%	70	35%	55	27.5%
Alto	13	6.5%	12	6%	15	7.5%	14	7%
Total	200	100%	200	100%	200	100%	200	100%

Nota: *f*: Frecuencia; %: Porcentaje.

En este resultado, se muestra que el 60.5% de las mujeres universitarias presentan un nivel bajo de adicción a redes sociales, el 33% un nivel medio y el 6.5% un nivel alto. En cuanto a la dimensión de obsesión por las redes sociales, el 55% tiene un nivel bajo, el 39% un nivel medio y el 6% un nivel alto. Para la dimensión de falta de control, el 57.5% presenta un nivel bajo, el 35% un nivel medio y el 7.5% un nivel alto. Finalmente, en la dimensión de uso excesivo de las redes sociales, el 65.5% tiene un nivel bajo, el 27.5% un nivel medio y el 7% un nivel alto.

**Tabla 4**

*Análisis descriptivo del nivel de la imagen corporal*

	Imagen corporal		Insatisfacción cognitivo-emocional		Insatisfacción perceptiva		Insatisfacción comportamental	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Mínima	104	52%	72	36%	147	73.5%	171	85.5%
Moderada	62	31%	66	33%	30	15%	20	10%
Marcada	27	13.5%	39	19.5%	14	7%	5	2.5%
Severa	7	3.5%	23	11.5%	9	4.5%	4	2%
Total	200	100%	200	100%	200	100%	200	100%

Nota: f: Frecuencia; %: Porcentaje.

En este resultado, se muestra que, en términos generales, el 52% de las mujeres universitarias presentan un nivel mínimo de insatisfacción con su imagen corporal, el 31% un nivel moderado, el 13.5% un nivel marcado y el 3.5% un nivel severo. En la dimensión de insatisfacción cognitivo-emocional, el 36% tienen un nivel mínimo, el 33% un nivel moderado, el 19.5% un nivel marcado y el 11.5% un nivel severo. Para la insatisfacción perceptiva, el 73.5% reportan un nivel mínimo, el 15% un nivel moderado, el 7% un nivel marcado y el 4.5% un nivel severo. Finalmente, en la dimensión de insatisfacción comportamental, el 85.5% tienen un nivel mínimo, el 10% un nivel moderado, el 2.5% un nivel marcado y el 2% un nivel severo.

**Tabla 5**

*Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según edad.*

Adicción a redes sociales	Edad										Total	x <sup>2</sup>	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	21	72.4%	19	44.2%	27	64.3%	13	50.0%	41	68.3%	121	60.5%	18.2	.019
Medio	4	13.8%	19	44.2%	13	31.0%	13	50.0%	17	28.3%	66	33.0%		
Alto	4	13.8%	5	11.6%	2	4.8%	0	0.0%	2	3.3%	13	6.5%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100.0%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Obsesión por las redes sociales	Edad										Total	x <sup>2</sup>	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	18	62.1%	22	51.2%	24	57.1%	11	42.3%	35	58.3%	110	55.0%	11.6	.166
Medio	7	24.1%	17	39.5%	17	40.5%	15	57.7%	22	36.7%	78	39.0%		
Alto	4	13.8%	4	9.3%	1	2.4%	0	0.0%	3	5.0%	12	6.0%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100.0%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Falta de control	Edad										Total	x <sup>2</sup>	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	19	65.5%	18	41.9%	29	69.0%	14	53.8%	35	58.3%	115	57.5%	16.9	.031
Medio	5	17.2%	21	48.8%	10	23.8%	12	46.2%	22	36.7%	70	35.0%		
Alto	5	17.2%	4	9.3%	3	7.1%	0	0.0%	3	5.0%	15	7.5%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100.0%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Uso excesivo de las redes sociales	Edad										Total	x <sup>2</sup>	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	20	69.0%	24	55.8%	29	69.0%	13	50.0%	45	75.0%	131	65.5%	15.4	.051
Medio	5	17.2%	13	30.2%	11	26.2%	12	46.2%	14	23.3%	55	27.5%		
Alto	4	13.8%	6	14.0%	2	4.8%	1	3.8%	1	1.7%	14	7.0%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100.0%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia; x<sup>2</sup>: valor; p: Significancia

El análisis evidencia que la relación entre la adicción a redes sociales y la edad es significativa con la adicción a redes sociales ( $p = .019$ ) y la dimensión falta de control ( $p = .031$ ). Por el contrario, no se encontró significancia en las dimensiones de obsesión por las redes sociales ( $p = .166$ ) y uso excesivo de las redes sociales ( $p = .051$ ), aunque esta última estuvo cercana al umbral aceptable.

**Tabla 6**

*Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según sexualidad*

Adicción a redes sociales	Sexualidad						Total		x <sup>2</sup>	p
	Bisexual		Heterosexual		Lesbiana		f	%		
	f	%	f	%	f	%				
Bajo	5	55.6%	115	60.5%	1	69.0%	121	60.5%	4.6	.330
Medio	2	22.2%	64	33.7%	0	100.0%	66	33.0%		
Alto	2	22.2%	11	5.8%	0	0.0%	13	6.5%		
Total	9	100.0%	190	100.0%	1	100.0%	200	100.0%		

Falta de control	Sexualidad						Total		x <sup>2</sup>	p
	Bisexual		Heterosexual		Lesbiana		f	%		
	f	%	f	%	f	%				
Bajo	5	55.6%	109	57.4%	1	100.0%	115	57.0%	3.9	.418
Medio	2	22.2%	69	35.8%	0	0.0%	71	35.0%		
Alto	2	22.2%	13	6.8%	0	0.0%	15	7.5%		
Total	9	100.0%	190	100.0%	1	100.0%	200	100.0%		

Uso excesivo de las redes sociales	Sexualidad						Total		x <sup>2</sup>	p
	Bisexual		Heterosexual		Lesbiana		f	%		
	f	%	f	%	f	%				
Bajo	5	55.6%	125	65.8%	1	100.0%	131	65.5%	3.8	.423
Medio	2	22.2%	53	27.9%	0	0.0%	55	27.5%		
Alto	2	22.2%	12	6.3%	0	0.0%	14	7.0%		
Total	9	100.0%	190	100.0%	1	100.0%	200	100.0%		

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia; x<sup>2</sup>: valor; p: Significancia

El análisis evidencia que no existe una relación significativa entre la adicción a redes sociales y la sexualidad. En la adicción a redes sociales ( $p = .330$ ), en las dimensiones de obsesión por las redes sociales ( $p = .267$ ), falta de control ( $p = .418$ ) y uso excesivo de las redes sociales ( $p = .423$ ), los valores de significancia son superiores a ( $p < .05$ ), indicando que la sexualidad no influye en la adicción a redes sociales.

**Tabla 7**

*Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según carrera*

Adicción a redes sociales	Carrera								Total	x <sup>2</sup>	p	
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología					
	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	26	66.7%	10	50.0%	35	54.7%	50	64.9%	121	60.5%	12.5	.050
Medio	7	17.9%	8	40.0%	26	40.6%	25	32.5%	66	33.0%		
Alto	6	15.4%	2	10.0%	3	4.7%	2	2.6%	13	6.5%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Obsesión por las redes sociales	Carrera								Total	x <sup>2</sup>	p	
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología					
	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	24	61.5%	11	55.0%	34	53.1%	41	53.2%	110	55.0%	7.9	.240
Medio	10	25.6%	7	35.0%	28	43.8%	33	42.9%	78	39.0%		
Alto	5	12.8%	2	10.0%	2	3.1%	3	3.9%	12	6.0%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Falta de control	Carrera								Total	x <sup>2</sup>	p	
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología					
	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	24	61.5%	9	45.0%	37	57.8%	45	58.4%	115	57.5%	11.7	.067
Medio	8	20.5%	10	50.0%	23	35.9%	29	37.7%	70	35.0%		
Alto	7	17.9%	1	5.0%	4	6.3%	3	3.9%	15	7.5%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Uso excesivo de las redes sociales	Carrera								Total	x <sup>2</sup>	p	
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología					
	f	%	f	%	f	%	f	%				
Bajo	27	69.2%	12	60.0%	38	59.4%	54	70.1%	131	65.5%	10.3	.110
Medio	6	15.4%	6	30.0%	22	34.4%	21	27.3%	55	27.5%		
Alto	6	15.4%	6	10.0%	4	6.3%	2	2.6%	18	7.0%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia; x<sup>2</sup>: valor; p: Significancia

El análisis evidencia que la relación entre la adicción a redes sociales y la carrera no es significativa en la adicción a redes sociales ( $p = .050$ ), en las dimensiones de obsesión por las redes sociales ( $p = .244$ ), falta de control ( $p = .067$ ) y uso excesivo de las redes sociales ( $p = .110$ ), ya que los valores de significancia son superiores a ( $p < .05$ ), indicando que la carrera no influye en la adicción a redes sociales.

**Tabla 8**

*Analizar la relación entre la adicción a redes sociales, según ciclo académico*

Adicción a redes sociales	Ciclo Académico																Total	x2	p
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Bajo	12	66.7%	22	56.4%	1	25.0%	54	57.4%	5	71.4%	24	68.6%	1	100.0%	2	100.0%	121	60.5%	
Medio	3	16.7%	12	30.8%	3	75.0%	37	39.4%	2	28.6%	9	25.7%	0	0.0%	0	0.00%	66	33.0%	
Alto	3	16.7%	5	12.8%	0	0.0%	3	3.2%	0	0.0%	2	5.7%	0	0.0%	0	0.00%	13	6.5%	
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%	
Obsesión por las redes sociales	Ciclo Académico																Total	x2	p
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Bajo	10	55.6%	23	59.0%	2	50.0%	47	50.0%	5	71.4%	20	57.1%	1	100.0%	2	100.0%	110	55.0%	
Medio	5	27.8%	12	30.8%	2	50.0%	44	46.8%	2	28.6%	13	37.1%	0	0.0%	0	0.0%	78	39.0%	
Alto	3	16.7%	4	10.3%	0	0.0%	3	3.2%	0	0.0%	2	5.7%	0	0.0%	0	0.0%	12	6.0%	
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%	
Falta de control	Ciclo Académico																Total	x2	p
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Bajo	10	55.6%	21	53.8%	1	25.0%	58	61.7%	2	28.6%	20	57.1%	1	100.0%	2	100.0%	115	57.5%	
Medio	5	27.8%	13	33.3%	3	75.0%	32	34.0%	5	71.4%	12	34.3%	0	0.0%	0	0.0%	70	35.0%	
Alto	3	16.7%	5	12.8%	0	0.0%	4	4.3%	0	0.00%	3	8.6%	0	0.0%	0	0.0%	15	7.5%	
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%	
Uso excesivo de las redes sociales	Ciclo Académico																Total	x2	p
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo				
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%			
Bajo	12	66.7%	26	66.7%	1	25.0%	57	60.6%	7	100.0%	26	74.3%	1	100.0%	1	50.0%	131	65.5%	
Medio	3	16.7%	8	20.5%	3	75.0%	32	34.0%	0	0.0%	8	22.9%	0	0.0%	1	50.0%	55	27.5%	
Alto	3	16.7%	5	12.8%	0	0.0%	5	5.3%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.00%	14	7.0%	
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%	

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia; x<sup>2</sup>: valor; p: Significancia

El análisis muestra que no existe una relación significativa entre la adicción a redes sociales y el ciclo académico, ya que los valores de significancia ( $p$ ) en todas son superiores a .05. En la adicción a redes sociales ( $p = .274$ ), en las dimensiones obsesión por las redes sociales ( $p = .530$ ), falta de control ( $p = .388$ ) y uso excesivo de las redes sociales ( $p = .171$ ), no se identificaron asociaciones relevantes, lo que sugiere que el ciclo académico no influye significativamente en la adicción a redes sociales.

**Tabla 9**

*Analizar la relación entre la imagen corporal, según edad*

Imagen corporal	Edad										Total	$\chi^2$	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	12	41.4%	19	44.2%	23	54.8%	13	50.0%	37	61.7%	104	52.0%	11.2	.507
Moderado	10	34.5%	16	37.2%	12	28.6%	8	30.8%	16	26.7%	62	31.0%		
Marcado	7	24.1%	7	16.3%	6	14.3%	3	11.5%	4	6.7%	27	13.5%		
Severa	0	0.0%	1	2.3%	1	2.4%	2	7.7%	3	5.0%	7	3.5%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100.0%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción cognitiva-emocional	Edad										Total	$\chi^2$	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	8	27.6%	10	23.3%	19	45.2%	9	34.6%	26	43.30%	72	36.0%	11.0	.524
Moderado	13	44.8%	17	39.5%	12	28.6%	6	23.1%	18	30.0%	66	33.0%		
Marcado	4	13.8%	11	25.6%	6	14.3%	7	26.9%	11	18.3%	39	19.5%		
Severa	4	13.8%	5	11.6%	5	11.9%	4	15.5%	5	8.3%	23	11.5%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100.0%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción perceptiva	Edad										Total	$\chi^2$	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	19	65.5%	31	72.1%	29	69.0%	19	73.1%	49	81.7%	147	73.5%	16.9	.150
Moderado	6	20.7%	8	18.6%	8	23.8%	3	11.5%	5	8.3%	30	15.0%		
Marcado	3	10.3%	4	9.3%	4	19.0%	3	11.5%	0	0.0%	14	7.0%		
Severa	1	3.4%	0	9.3%	1	9.5%	1	3.8%	6	10.0%	9	4.5%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100.0%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción comportamental	Edad										Total	$\chi^2$	p	
	18 años		19 años		20 años		21 años		22 años					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	27	93.1%	32	74.4%	39	92.9%	20	76.9%	53	88.3%	171	85.5%	22.8	.029
Moderado	1	3.4%	11	25.6%	1	2.4%	3	11.5%	4	6.7%	20	10.0%		
Marcado	1	3.4%	0	0.0%	1	2.4%	2	7.7%	1	1.7%	5	2.5%		
Severa	0	0.0%	0	0.0%	1	2.4%	1	3.8%	2	3.3%	4	2.0%		
Total	29	100.0%	43	100.0%	42	100%	26	100.0%	60	100.0%	200	100.0%		

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia;  $\chi^2$ : valor; p: Significancia

El análisis muestra que no existe una relación significativa entre la imagen corporal y la edad. en la imagen corporal ( $p = .507$ ), en las dimensiones de insatisfacción cognitivo-emocional ( $p = .524$ ) e insatisfacción perceptiva ( $p = .150$ ). Sin embargo, en la dimensión de insatisfacción comportamental. se encontró una relación significativa ( $p = .029$ ), lo que indica que esta dimensión está influida por la edad.

**Tabla 10**

*Analizar la relación entre la imagen corporal, según sexualidad*

Imagen corporal	Sexualidad						Total		x <sup>2</sup>	p
	Bisexual		Heterosexual		Lesbiana		f	%		
	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	0	0.0%	103	54.2%	1	100.0%	104	52.0%	18.9	.004
Moderado	4	44.4%	58	30.5%	0	0.0%	62	31.0%		
Marcado	5	55.6%	22	11.6%	0	0.0%	27	13.5%		
Severa	0	0.0%	7	3.7%	0	0.0%	7	3.5%		
Total	9	100.0%	190	100.0%	1	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción cognitiva-emocional	Sexualidad						Total		x <sup>2</sup>	p
	Bisexual		Heterosexual		Lesbiana		f	%		
	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	0	0.0%	71	37.4%	1	100.0%	72	36.0%	9.4	.152
Moderado	4	44.4%	62	32.6%	0	0.0%	33.0%			
Marcado	2	22.2%	37	19.5%	0	0.0%	39	19.5%		
Severa	3	33.3%	20	10.5%	0	0.0%	23	11.5%		
Total	9	100.0%	190	100.0%	1	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción perceptiva	Sexualidad						Total		x <sup>2</sup>	p
	Bisexual		Heterosexual		Lesbiana		f	%		
	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	5	55.6%	141	74.2%	1	100.0%	147	73.5%	4.6	.593
Moderado	2	22.2%	28	14.7%	0	0.0%	30	15.0%		
Marcado	2	22.2%	12	6.3%	0	0.0%	14	7.0%		
Severa	0	0.0%	9	4.7%	0	0.0%	9	4.5%		
Total	9	100.0%	190	100.0%	1	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción comportamental	Sexualidad						Total		x <sup>2</sup>	p
	Bisexual		Heterosexual		Lesbiana		f	%		
	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	7	77.8%	163	85.8%	1	100.0%	171	85.5%	3.2	.780
Moderado	1	11.1%	9	10.0%	0	0.0%	10	10.0%		
Marcado	1	11.1%	4	2.1%	0	0.0%	5	2.5%		
Severa	0	0.0%	4	2.1%	0	0.0%	4	2.0%		
Total	9	100.0%	190	100.0%	1	100.0%	200	100.0%		

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia; x<sup>2</sup>: valor; p: Significancia

El análisis evidencia que la relación entre la imagen corporal y la sexualidad. esta es significativa en la imagen corporal (p = .004). Por otro lado, no se encontraron relaciones significativas en las dimensiones de insatisfacción cognitivo-emocional (p = .152), insatisfacción perceptiva (p = .593) e insatisfacción comportamental (p = .780), lo que sugiere que la sexualidad influye únicamente en la imagen corporal y no en las dimensiones.

**Tabla 11**

*Analizar la relación entre la imagen corporal, según carrera*

Imagen corporal	Carrera										x <sup>2</sup>	p
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología		Total			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Mínimo	18	46.2%	9	45.0%	34	53.1%	43	55.8%	104	52.0%	6.5	.683
Moderado	14	35.9%	7	35.0%	18	28.1%	23	29.9%	62	31.0%		
Marcado	7	17.9%	4	20.0%	9	14.1%	7	9.1%	27	13.5%		
Severa	0	0.0%	0	0.0%	3	4.7%	4	5.2%	7	3.5%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción cognitiva-emocional	Carrera										x <sup>2</sup>	p
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología		Total			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Mínimo	10	25.6%	6	30.0%	24	37.5%	32	41.6%	72	36.0%	6.8	.651
Moderado	18	46.2%	6	30.0%	22	34.4%	20	26.0%	66	33.0%		
Marcado	7	17.9%	5	25.0%	10	15.6%	17	22.1%	39	19.5%		
Severa	4	10.3%	3	15.0%	8	12.5%	8	10.4%	23	11.5%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción perceptiva	Carrera										x <sup>2</sup>	p
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología		Total			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Mínimo	29	74.4%	15	75.0%	43	67.2%	60	77.9%	147	73.5%	12.7	.174
Moderado	6	15.4%	3	15.0%	13	20.3%	8	10.4%	30	15.0%		
Marcado	3	7.7%	2	10.0%	7	10.9%	2	2.6%	14	7.0%		
Severa	1	2.6%	0	0.0%	1	1.6%	7	9.1%	9	9.1%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Insatisfacción comportamental	Carrera										x <sup>2</sup>	p
	Derecho		Educación Inicial		Enfermería		Psicología		Total			
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%		
Mínimo	34	87.2%	18	90.0%	54	84.4%	65	84.4%	171	85.5%	3.43	.945
Moderado	4	10.3%	2	10.0%	7	10.9%	7	9.1%	20	10.0%		
Marcado	1	2.6%	0	0.0%	2	3.1%	2	2.6%	5	2.5%		
Severa	0	0.0%	0	0.0%	1	1.6%	3	3.9%	4	2.0%		
Total	39	100.0%	20	100.0%	64	100.0%	77	100.0%	200	100.0%		

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia; x<sup>2</sup>: valor; p: Significancia

El análisis evidencia que no existe una relación significativa entre la imagen corporal y la carrera. En la imagen corporal ( $p = .683$ ), en las dimensiones insatisfacción cognitivo-emocional ( $p = .651$ ), insatisfacción perceptiva ( $p = .174$ ) e insatisfacción comportamental ( $p = .945$ ), los valores de significancia son superiores al umbral de .05, lo que sugiere que la carrera no influye de manera relevante en la imagen corporal.

**Tabla 12**

*Analizar la relación entre la imagen corporal, según ciclo académico*

Imagen corporal	Ciclo Académico																Total	x2	p	
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	7	38.9%	20	51.3%	0	0.0%	51	54.3%	5	71.4%	20	57.1%	1	100.0%	0	0.0%	104	52.0%	3.4	.945
Moderado	6	33.3%	14	35.9%	2	50.0%	25	26.6%	2	28.6%	12	34.3%	0	0.0%	1	50.0%	62	21.0%		
Marcado	5	27.8%	5	12.8%	2	50.0%	12	12.8%	0	0.0%	2	5.7%	0	0.0%	1	50.0%	27	13.5%		
Severa	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	6.4%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	7	3.5%		
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%		
Insatisfacción cognitiva-emocional	Ciclo Académico																Total	x2	p	
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	4	22.2%	23	59.0%	2	50.0%	47	50.0%	5	71.4%	20	57.1%	1	100.0%	2	100.0%	104	55.0%	18.6	.606
Moderado	8	44.4%	4	15.5%	0	0.0%	30	34.0%	0	0.0%	8	22.9%	0	0.0%	0	0.0%	20	15.5%		
Marcado	4	27.8%	12	30.8%	2	50.0%	44	46.8%	2	28.6%	13	37.1%	0	0.0%	0	0.0%	77	39.0%		
Severa	2	16.7%	0	0.0%	0	0.0%	3	3.2%	0	0.0%	2	5.7%	0	0.0%	0	0.0%	7	6.0%		
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%		
Insatisfacción perceptiva	Ciclo Académico																Total	x2	p	
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	10	55.6%	21	53.8%	1	25.0%	58	61.7%	2	28.6%	20	57.1%	1	100.0%	2	100.0%	115	57.5%	13.6	.885
Moderado	2	16.7%	0	0.0%	25	26.6%	2	28.6%	2	28.6%	13	37.1%	0	0.0%	0	0.0%	20	15.5%		
Marcado	5	27.8%	13	33.3%	3	75.0%	32	34.0%	5	71.4%	12	34.3%	0	0.0%	0	0.0%	70	35.0%		
Severa	3	16.7%	5	12.8%	0	0.0%	4	4.3%	0	0.0%	3	8.6%	0	0.0%	0	0.0%	15	7.5%		
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%		
Insatisfacción comportamental	Ciclo Académico																Total	x2	p	
	2 ciclo		4 ciclo		5 ciclo		6 ciclo		7 ciclo		8 ciclo		9 ciclo		10 ciclo					
	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%	f	%				
Mínimo	12	66.7%	15	66.7%	1	25.0%	57	60.6%	7	100.0%	26	74.3%	1	100.0%	1	50.0%	120	65.5%	15.3	.803
Moderado	0	0.00%	10	15.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	5	6.5%	0	0.0%	0	0.0%	20	15.5%		
Marcado	3	16.7%	9	20.5%	3	75.0%	32	34.0%	0	0.0%	8	22.9%	0	0.0%	1	50.0%	56	27.5%		
Severa	3	16.7%	5	12.8%	0	0.0%	5	5.3%	0	0.0%	1	2.9%	0	0.0%	0	0.0%	14	7.0%		
Total	18	100.0%	39	100.0%	4	100.0%	94	100.0%	7	100.0%	35	100.0%	1	100.0%	2	100.0%	200	100.0%		

Nota: %: Porcentaje; f: Frecuencia; x<sup>2</sup>: valor; p: Significancia

El análisis evidencia que no existe una relación significativa entre la imagen corporal y el ciclo académico. En la imagen corporal ( $p = .945$ ), en las dimensiones insatisfacción cognitivo-emocional ( $p = .606$ ), insatisfacción perceptiva ( $p = .885$ ) e insatisfacción comportamental ( $p = .803$ ), los valores de significancia son superiores al umbral de 0.05, lo que indica que el ciclo académico no influye de manera relevante en la imagen corporal.



## Discusión

La relación entre la adicción a redes sociales y la imagen corporal, establecida como el objetivo general de esta investigación, se confirmó mediante los hallazgos obtenidos, mostrando una correlación positiva moderada ( $r = .570$ ) y estadísticamente significativa ( $p < .000$ ). Esto implica que el aumento en los niveles de adicción a redes sociales está directamente relacionado con una mayor afectación en la percepción de la imagen corporal en las estudiantes mujeres de una universidad privada en Arequipa. Estos resultados no solo evidencian una interacción significativa entre las variables estudiadas, sino que también revelan cómo las dinámicas en las plataformas digitales influyen en aspectos esenciales del bienestar psicológico y social de las participantes.

La relación entre ambas variables puede entenderse a través del impacto de las redes sociales como un entorno que fomenta comparaciones constantes, exposición a estándares de belleza idealizados y conductas que exacerbaban la autoevaluación crítica. Este fenómeno está ampliamente documentado en antecedentes internacionales, como el estudio de Anjum et al. (2024) en Pakistán, que concluyó que las estudiantes universitarias con mayor uso de redes sociales presentan mayores preocupaciones sobre su imagen corporal, especialmente aquellas con sobrepeso. De manera similar, Delgado et al. (2022) en España encontraron que la internalización del ideal de delgadez promovido en redes sociales es un mediador clave en la relación entre la adicción a estas plataformas y la insatisfacción corporal. Estos hallazgos internacionales son consistentes con los resultados de esta investigación, donde las participantes más propensas al uso problemático de redes sociales manifestaron mayores niveles de insatisfacción con su cuerpo.

A nivel local, el trabajo de Aguilar (2023) en Chimbote identificó una relación positiva significativa ( $r = .394$ ) entre el uso excesivo de redes sociales y la percepción negativa de la imagen corporal, lo que demuestra que esta problemática es transversal en

diversas regiones del país. Asimismo, Correa y Ramos (2023) reportaron hallazgos similares en Lima, con una relación positiva ( $r = 0.320$ ) que asocia el uso frecuente de redes con una mayor insatisfacción corporal. Estos estudios destacan que, aunque los niveles de adicción puedan variar entre regiones, la influencia de las redes sociales sobre la percepción de la imagen corporal es un fenómeno generalizado.

Por otra parte, el análisis de los antecedentes destaca variaciones contextuales en la relación entre la adicción a redes sociales y la imagen corporal. Por ejemplo, Al Saud et al. (2019) en Arabia Saudita no encontraron una asociación significativa entre estas variables, lo que sugiere que factores culturales y contextuales pueden moderar esta relación. Sin embargo, en el contexto local, estudios como el de Tito y Del Rocío (2024) y Ayaque y Rodríguez (2024) han confirmado que el uso problemático de redes sociales está significativamente relacionado con la insatisfacción corporal, con coeficientes de correlación que oscilan entre ( $r = .510$ ) y ( $r = .715$ ). Estos datos refuerzan la generalización de los hallazgos obtenidos en Arequipa, al tiempo que destacan la necesidad de considerar las particularidades culturales al interpretar los resultados.

Los resultados obtenidos también pueden ser explicados a través de marcos teóricos relevantes. La teoría de la comparación social de Festinger (1954) proporciona una base para comprender cómo las estudiantes universitarias, al interactuar en redes sociales, se comparan constantemente con modelos de belleza idealizados, lo que puede llevar a sentimientos de insatisfacción y disminución de la autoestima. Asimismo, la teoría de la autoobjetivación de Fredrickson y Roberts (1997) destaca cómo la exposición a contenido estético en redes sociales refuerza la cosificación del cuerpo, promoviendo la vigilancia constante de la apariencia física. Este proceso, intensificado por la interacción en plataformas digitales, puede explicar por qué las participantes con mayores niveles de adicción a redes sociales también reportaron mayor insatisfacción con su imagen corporal.

Además, la teoría de la construcción social de la realidad de Berger y Luckmann (1966) amplía el entendimiento del fenómeno al sugerir que las redes sociales actúan como un espacio donde se crean y refuerzan normas de belleza específicas. Las participantes, al estar expuestas a estas construcciones sociales, internalizan dichos ideales y, al no cumplirlos, experimentan insatisfacción con su apariencia. Este marco teórico, combinado con el análisis de los antecedentes y los resultados obtenidos, refuerza la importancia de considerar las redes sociales como un factor influyente en la percepción de la imagen corporal.

El primer objetivo específico consistió en identificar el nivel de adicción a redes sociales en estudiantes mujeres de psicología de una universidad privada de Arequipa. Los resultados mostraron que el 60.5% de las participantes presentan un nivel bajo de adicción, el 33% un nivel medio y el 6.5% un nivel alto. Estas cifras reflejan que, si bien la mayoría de las estudiantes no se encuentran en un rango crítico, existe un porcentaje significativo que experimenta un uso problemático de estas plataformas. Este hallazgo está en consonancia con los resultados de Escurra y Salas (2014), quienes clasificaron la adicción en tres niveles (bajo, medio y alto), destacando que la falta de control y el uso excesivo son características clave en los niveles más altos. Asimismo, Rueda et al. (2017) observaron que el 30% de los universitarios evaluados estaban en riesgo de desarrollar dependencia a las redes sociales, mostrando patrones similares en el uso de plataformas como Facebook e Instagram.

A nivel internacional. Al Saud et al. (2019) en Arabia Saudita identificaron que el 50.1% de las estudiantes tenían un nivel moderado de adicción. mientras que, en España, Delgado et al. (2022) destacaron que el uso problemático de redes sociales afecta de manera significativa la interacción social y la percepción personal. Estos datos contextualizan los resultados del presente estudio, donde un 6.5% de las participantes se ubican en el nivel alto

de adicción. reflejando los riesgos asociados a la dependencia tecnológica.

Teóricamente. estos hallazgos pueden explicarse a través de la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977). que establece cómo las conductas observadas e imitadas en el entorno digital refuerzan patrones de uso excesivo. especialmente entre los jóvenes. Además, la teoría de la autoobjetivación de Fredrickson y Roberts (1997) señala que el contenido visual en redes fomenta la internalización de estándares externos, lo que puede llevar a una mayor obsesión con estas plataformas y, en consecuencia. a un uso descontrolado. Las dimensiones de la adicción identificadas por Ecurra y Salas (2014), como la obsesión. la falta de control y el uso excesivo, permiten comprender las variaciones en los niveles de adicción observados en este estudio.

El segundo objetivo específico. identificar el nivel de percepción de la imagen corporal en las estudiantes, reveló que el 52% presentan una insatisfacción mínima. el 31% moderada. el 13.5% marcada y el 3.5% severa. Este rango de respuestas indica que. aunque una mayoría se siente relativamente satisfecha con su cuerpo. existe una proporción preocupante que experimenta grados significativos de insatisfacción. Estos resultados son consistentes con el estudio de Anjum et al. (2024), donde se encontró que el uso problemático de redes sociales intensifica las preocupaciones sobre la imagen corporal, especialmente en mujeres con índices de masa corporal elevados. Asimismo, Díaz (2020) en Bogotá reportó que las dinámicas visuales y sociales en redes como Instagram influyen negativamente en la autoestima de mujeres universitarias. reforzando la insatisfacción con su apariencia física.

A nivel nacional. Alvarez y Flores (2024) encontraron que el 53.2% de las estudiantes de Arequipa tenían una percepción moderada de su imagen corporal, un resultado similar al 31% de insatisfacción moderada reportado en este estudio. Además, Ttito y Del Rocío (2024) identificaron una relación significativa entre la adicción a redes sociales y la insatisfacción corporal, sugiriendo que el uso excesivo de estas plataformas actúa como un catalizador para

desarrollar percepciones negativas del cuerpo.

La teoría de la comparación social de Festinger (1954) proporciona un marco teórico para interpretar estos resultados. Según esta teoría, las personas evalúan su propio valor y apariencia mediante comparaciones con otros. un proceso que en las redes sociales se intensifica debido a la exposición constante a estándares de belleza idealizados. La teoría de la construcción social de la realidad de Berger y Luckmann (1966) también es relevante, ya que las redes sociales crean un entorno donde las normas de belleza se presentan como realidades ineludibles, influyendo en cómo las estudiantes perciben su cuerpo. Las dimensiones de insatisfacción corporal identificadas en este estudio cognitivo-emocional, perceptiva y comportamental reflejan la complejidad de esta problemática y la interacción de factores psicológicos y sociales.

En el resultado de la relación entre la adicción a redes sociales en universitarias mujeres de una universidad privada de Arequipa, según edad, sexualidad, carrera y ciclo académico. Se encontró una relación significativa entre la adicción a redes sociales y la edad ( $p = .019$ ). Además, en la dimensión de falta de control, también se identificó una asociación estadísticamente significativa ( $p = .031$ ). Estos resultados sugieren que las dificultades relacionadas con la autorregulación del uso de redes sociales varían según la etapa etaria, destacando la edad como un factor relevante en el nivel de adicción. Estos hallazgos son consistentes con estudios internacionales, como el de Anjum et al. (2024) en Pakistán, quienes identificaron que el uso excesivo de redes sociales contribuye a un estilo de vida sedentario y un aumento en las preocupaciones sobre la imagen corporal en mujeres universitarias, especialmente en aquellas con sobrepeso. Asimismo, Humpire (2022) en Arequipa encontró una relación positiva entre la adicción a redes sociales y la experiencia de soledad en jóvenes universitarios, resaltando cómo el uso problemático de redes sociales puede tener implicaciones psicológicas y emocionales significativas en poblaciones jóvenes.

En el resultado de la relación entre la imagen corporal en universitarias mujeres de una universidad privada de Arequipa, según edad, sexualidad, carrera y ciclo académico. En la dimensión insatisfacción comportamental, se observó una relación significativa con la edad ( $p = .029$ ). Este hallazgo indica que los comportamientos vinculados con una percepción negativa de la imagen corporal difieren entre las edades, lo que posiciona a la edad como un factor influyente en esta dimensión específica. También, se encontró una relación significativa entre la imagen corporal general y la sexualidad ( $p = .004$ ). Este resultado sugiere que la orientación sexual influye en cómo las estudiantes perciben su imagen corporal, siendo este un factor determinante en la percepción general de su apariencia física.

Este resultado guarda relación con los hallazgos de Portugal (2024) en Arequipa, quien evidenció que los componentes cognitivo-emocionales de la insatisfacción corporal son los más vinculados a dinámicas negativas como la violencia en relaciones de pareja. Por otro lado, Ayaque y Rodríguez (2024) también identificaron en adolescentes de colegios de Arequipa que el uso problemático de redes sociales se asocia con una mayor insatisfacción corporal, reforzando la conexión entre estas variables. Este resultado está alineado con estudios como el de Delgado et al. (2022) en España, donde se concluyó que la adicción a redes sociales contribuye a la insatisfacción corporal mediante la presión social vinculada a ideales de apariencia. Asimismo, Escribens y Yrigoyen (2023) en Lima revelaron que las adolescentes construyen una percepción de imagen corporal influenciada por los estereotipos de perfección promovidos en las redes sociales, lo que incrementa su insatisfacción.

De los resultados obtenidos se puede hacer un indicador que complementa las investigaciones sobre la adicción a redes sociales y la imagen corporal, así como los índices que comprenden cada una de estas variables y sus dimensiones. Cabe aclarar, que este aporte tiene implicaciones teóricas, prácticas y sociales, permitiendo no sólo una mejor comprensión del fenómeno sino aportando herramientas para futuras intervenciones.

Primero. se ha corroborado que existe una relación positiva moderada entre la adicción a redes sociales y la imagen corporal, lo que implica que el abuso de estas redes puede ser considerado como factor de riesgo en la mala imagen sobre el cuerpo. Este hallazgo respalda las teorías revisadas. como la de la comparación social. la autoobjetivación y la construcción social de la realidad. que explican el entorno social virtual y cómo este influye en las personas a reforzar una imagen irreal y disminuye la autopercepción. Además, las dimensiones específicas de la adicción tales como el uso excesivo y la obsesión se destacan como las más influyentes, por ello se puede adelantar que estas son las áreas donde las intervenciones deben tener lugar para reducir sus efectos.

El análisis de los niveles de adicción a las redes sociales mostró que existe una constante. donde un alto nivel de estudiantes presenta comportamientos problemáticos y la mayoría de los estudiantes se encuentra dentro de los niveles de adicción baja y moderada. Este grupo, aunque minoritario, está en gran riesgo de sufrir los efectos adversos sobre su bienestar psicológico y social y, por lo tanto, siempre hay necesidad de tener en marcha una estrategia preventiva para evitar tales casos. A su vez, se supervisa que los niveles de percepción de la imagen corporal muestran que la mayoría de las mujeres están insatisfechas. ya sea leve o moderadamente, pero hay un porcentaje significativo que experimenta niveles de insatisfacción moderado a severo, lo que puede resultar en algunos problemas psicológicos como ansiedad. baja autoestima y comportamientos desadaptativos. entre otros.

Esta investigación presenta una pieza importante de información necesaria para elaborar un plan de acción para resolver el problema de manera constructiva. Por ejemplo, abordar el tema de la adicción y la percepción de la autoimagen entre los estudiantes mediante la realización de un taller sobre la importancia del uso saludable y responsable de las redes sociales en las universidades puede ser una de esas soluciones. Luego, la idea de integrar la reestructuración cognitiva, la capacitación en habilidades sociales y la práctica de

la atención plena en el taller para hacerlo más atractivo podría resultar bastante útil.

Por último, deben tenerse en cuenta las dimensiones del contexto vulnerado por la cultura, lo que caracteriza a la relación entre las redes sociales y la imagen corporal. Los resultados obtenidos a nivel nacional se concuerdan con los resultados internacionales, se extraen particularidades del contexto universitario arequipeño, como lo son: el consumo de redes sociales, las expectativas y los cánones de belleza dominantes en la zona.



## Conclusiones

**Primera:** Se concluyó una relación positiva, directa y moderada, de nivel significativo entre adicción a las redes sociales e imagen corporal ( $r = .570$ ;  $p < .01$ ), infiriendo así, a mayor nivel de adicción a las redes sociales mayor será la presencia de alteración de la imagen corporal.

**Segunda:** Se logró evidenciar una prevalencia en base al nivel bajo respecto a adicción a las redes sociales, indicando que la mayoría de los estudiantes no presenta indicadores ligada a un manejo inadecuado o poco controlado en base a la conexión a las redes sociales.

**Tercera:** En la imagen corporal se observa en una valoración mínima, infiriendo así que la gran mayoría de estudiantes presenta una alteración de la percepción física, sintiendo una insatisfacción del sí mismo.

**Cuarta:** Se observó una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la edad, no existiendo relación con la sexualidad, carrera y ciclo académico.

**Quinta:** No existe relación entre la percepción física y la edad; carrera; y ciclo académico, en contra parte, se evidenció una relación entre la percepción de la imagen y la sexualidad, siendo este factor un condicionante en base a la relación de aceptación o rechazo de la percepción física.

## Sugerencias

**Primera:** Se sugiere a las autoridades universitarias, distribuir recursos para la implementación de estrategias institucionales orientadas a la concienciación sobre el uso responsable de las redes sociales, a través de la creación de campañas de sensibilización y el informe de riesgos asociados a la adicción a las redes sociales.

**Segunda:** Se recomienda al personal de diseño curricular, la posible extensión de un curso extracurricular que busque promover la interacción social fuera del entorno virtual, asimismo, pueda estar vinculado a responsabilidad social y universitaria, fortaleciendo la identidad ciudadana.

**Tercera:** Ante el personal pedagógico y acompañamiento al estudiante, se sugiere, la implementación de talleres que brinden estrategias y pautas para la gestión del tiempo en entornos digitales y el desarrollo de la autoimagen, aconsejando en base a la salud mental y su adecuado equilibrio en el empleo de tecnología.

**Cuarto:** Para los docentes, quienes desempeñan un rol clave en la formación integral del estudiante, se recomienda incorporen actividades de evaluación de conocimientos posterior a cada clase, promoviendo así, que el estudiante pueda llegar a aula con lecturas previas al tema o sesión del día, promoviendo así la iniciativa de búsqueda y el desarrollo del pensamiento crítico al responder las posibles interrogantes lanzadas en aula.

**Quinto:** Se recomienda al grupo familiar, asumir un papel activo en la supervisión y orientación del uso de redes sociales, recomendando el establecimiento de normas y límites respecto al tiempo de conexión, fomentar el diálogo y posibles efectos psicológicos asociados a la comparación en entornos digitales.

**Sexto:** Para futuros investigadores, se recomiendan emplear un análisis en diversidad en cuanto a la población, posiblemente estableciendo una comparación con estudiantes de otras edades o de distintos contextos socioeconómicos, a fines de plantear una distinta

necesidad en base a la conformación de estrategias de intervención efectivas, para mitigar la dependencia a las redes sociales y sus implicaciones en la autopercepción.



## Limitaciones

**Primera:** Se emplearon 4 carreras de estudio debido a la accesibilidad y la aceptación de los permisos autorizados por parte de los directores académicos, afectando la generalización de los resultados en la totalidad de la población.

**Segunda:** Se empleó un muestreo no probabilístico por conveniencia, lo que implica que la selección de participantes dependió exclusivamente de la disponibilidad y acceso gestionado por los investigadores. Esto limita la capacidad del estudio para reflejar con precisión las características de la población objetivo

**Tercera:** La baja representación de mujeres de ciertas orientaciones sexuales (como lesbianas o bisexuales) restringió el análisis detallado en estas subcategorías, afectando la capacidad de identificar diferencias significativas relacionadas con la orientación sexual.

## Referencias

- Aguilar. A. (2023). *Uso de redes sociales y percepción de la imagen corporal en estudiantes universitarios de la Provincia de Chiclayo* (Tesis de licenciatura. Universidad Señor de Sipán). <https://hdl.handle.net/20.500.12802/11992>
- Al Saud. D., Alhaddab. S., Alhajri. S., Alharbi. N., Aljohar. S., y Mortada. E. (2019). The association between body image. body mass index and social media addiction among female students at a Saudi Arabia public university. *Malaysian Journal of Medicine and Health Sciences*. 15(6). 16–22.  
[https://medic.upm.edu.my/upload/dokumen/2019010811350003\\_MJMHS\\_Jan\\_2019.pdf](https://medic.upm.edu.my/upload/dokumen/2019010811350003_MJMHS_Jan_2019.pdf)
- Alvarez. M., y Flores. R. (2024). *Uso de las redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de una universidad pública de Arequipa*. 2024 (Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de San Agustín de Arequipa).  
<https://hdl.handle.net/20.500.12773/18856>
- Albornoz. B. (2018). *Insatisfacción con la imagen corporal en estudiantes de un colegio particular de Chorrillos*. 2017. (Tesis de licenciatura. Universidad Inca Garcilaso de la Vega). <http://repositorio.uigv.edu.pe/handle/20.500.11818/2708>
- Anjum. Z., Ahmed. F., y Azam. M. (2024). Social media addiction is the risk for lower physical activity. raised body image concerns and increasing BMI among female university students. *Insights-Journal of Health and Rehabilitation*. 59–64.  
<https://insightsjhr.com/index.php/home/article/view/82>
- Ato. M., López. J., y Benavente. A. (2013). A classification system for research designs in psychology. *Anales de Psicología*. 29(3). 1038–1059.  
<https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Araujo E. y Lazo M. (2015). *Uso de las redes sociales virtuales en los estudiantes de la IEP*

- Antioquia Chilca 2015*. (Tesis de licenciatura. Universidad Nacional del Centro del Perú). <http://hdl.handle.net/20.500.12894/1250>
- Ayaque Z. y Rodríguez M. (2024). *Uso problemático de las redes sociales e insatisfacción corporal en adolescentes de un colegio privado y público* (Tesis de licenciatura. Universidad Católica de Santa María).  
<https://repositorio.ucsm.edu.pe/server/api/core/bitstreams/9e62b7ae-6017-4f3f-8d3b-febc4c7b8a65/content>
- Bandura. A. (1977). *Teoría del aprendizaje social*. Englewood Cliffs. NJ: Prentice Hall.
- Bedoya. C. (2022) *Adicción a las redes sociales y autoestima en adolescentes*. (Tesis de licenciatura. Universidad de Lima).  
<https://repositorio.ulima.edu.pe/handle/20.500.12724/13803>
- Berger. P., y Luckmann. T. (1966). *La construcción social de la realidad: Un tratado de sociología del conocimiento*. Garden City. NY: Doubleday.
- Bula. S., Muñoz. A., y Pihuave. B. (2017). *Creencias irracionales e insatisfacción con la imagen corporal en mujeres universitarias* (Tesis de Licenciatura. Universidad de San Buenaventura). Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10819/6065>
- Cabrera. V. (2010). *La percepción de la imagen corporal y su relación con la autoestima de las adolescentes de la unidad educativa “santa mariana de Jesús”. periodo 2009-2010. Lineamientos propositivos*. (Tesis de licenciatura. Universidad Nacional de Loja).  
<https://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/9487/1/Vicenta%20Beatriz%20Cabrera%20Hidalgo.pdf>
- Castañeda. L., y Gutiérrez. I. (2010). *Redes sociales y otros tejidos online para conectar personas. Aprendizaje con redes sociales*. Tejidos educativos para los nuevos entornos. MAD. S. L. España. 17-38.

- Chotpitayasunondh. V. y Douglas. K. (2016). How “phubbing” becomes the norm: The antecedents and consequences of snubbing via smartphone. *Computers in Human Behavior*. 63. 9–18. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.05.018>
- Correa. A., & Ramos. P. (2023). *Uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una universidad de Lima. 2022* (Tesis de licenciatura. Universidad Privada del Norte). <https://hdl.handle.net/11537/38498>
- Cruz. L. (2016). *Adolescentes y redes sociales en la era digital* (Tesis de Licenciatura. Universitat de le Illes Balears). <https://dspace.uib.es/xmlui/handle/11201/3808>
- Dans. I. (2014). *Posibilidades Educativas de las Redes Sociales* (Tesis Doctoral. Universidad de Da Coruña. La Coruña). <http://hdl.handle.net/2183/12421>
- Delgado. R., Linares. R., y Moreno. M. (2022). Social network addiction symptoms and body dissatisfaction in young women: exploring the mediating role of awareness of appearance pressure and internalization of the thin ideal. *Journal of Eating Disorders*. 10(1). 1–11. <https://doi.org/10.1186/s40337-022-00643-5>
- Diario. E. (2023. octubre 24). Datos y estadísticas más actuales sobre la adicción a las redes sociales en el mundo. El Nuevo Diario (República Dominicana). <https://elnuevodiario.com.do/datos-y-estadisticas-mas-actuales-sobre-la-adiccion-a-las-redes-sociales-en-el-mundo/>
- Díaz. M. (2020). *Las redes sociales y su impacto en la creación de identidades e imagen corporal en las mujeres universitarias. Estudio de Instagram* (Tesis de licenciatura. Pontificia Universidad Javeriana) <http://hdl.handle.net/10554/52787>
- Echeburúa. E., y Requenses. A. (2012). *Adicción a las redes sociales y nuevas tecnologías en niños y adolescentes*. Madrid: Pirámide.
- Escurre. M., y Salas. E. (2014). Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a las Redes Sociales (ARS). *Revista Peruana de Psicología LIRABIT*. 73-91.

- Escribens Medrano. I. y Yrigoyen Alarco. C. (2023). *Percepción de las adolescentes sobre la imagen corporal expuesta en redes sociales* (tesis de licenciatura. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas). <http://hdl.handle.net/10757/667337>
- Fardouly J., Diedrichs. P., Vartanian., L y Halliwell. E. (2015). Comparaciones sociales en las redes sociales: el impacto de Facebook en las preocupaciones sobre la imagen corporal y el estado de ánimo de las mujeres jóvenes. *Imagen corporal*. 13. 38-45  
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fernández T. (2021). *Propiedades psicométricas del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) en estudiantes universitarios de Lima Metropolitana*. Lima. (Tesis de licenciatura. Universidad César Vallejo). <https://hdl.handle.net/20.500.12692/83970>
- Festinger. L. (1954). Una teoría de los procesos de comparación social. *Relaciones Humanas*. 7(2). 117-140
- Fikkers. K., Piotrowski. J., y Valkenburg. P. (2016). Beyond the lab: investigating early adolescents' cognitive, emotional, and arousal responses to violent games. *Computers in Human Behavior*. 60. 542–549. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.02.055>.
- Fredrickson. B., y Roberts. T. (1997). Teoría de la objetivación: Hacia la comprensión de las experiencias vividas de las mujeres y los riesgos para la salud mental. *Psicología de la Mujer Trimestral*. 21(2). 173-206.
- Gallego. M., López. A. y Martín. I. (2017). Percepciones de los estudiantes de ciencias de la educación sobre las redes sociales como metodología didáctica. *PixelBit. Revista de Medios y Educación*. (50).77-93.
- Gómez. A., Hurtado. M. y Narváez. M. (2016). Relación entre el uso de las redes sociales y la percepción de la imagen corporal en mujeres estudiantes de psicología de la Corporación Universitaria Empresarial Alexander Von Humboldt en 2016 (tesis de licenciatura. Universidad Autónoma de Bucaramanga).

<http://hdl.handle.net/20.500.12749/11527>.

Grifiths. M. (2005). A component model of addiction within a biopsychosocial framework.

*Journal of Substance Use*. 10(4). 191- 197. Doi:10.1080/14659890500114359

Hernández. R., Fernández. C., y Baptista. P. (2014) *Metodología de la investigación*. Sexta Edición. México: McGraw-Hill Interamericana Editores.

Huamán. K. (2016). Estilos parentales e indicadores de salud mental adolescente. *Unifé*.

12(1).<https://revistas.unife.edu.pe/index.php/tematicapsicologica/article/view/1071>

Infante. J., y Ramírez. C. (2017). *Uso de Facebook y la autopercepción de la imagen corporal en estudiantes de una universidad privada de Lima Metropolitana* (Tesis de licenciatura. Universidad Femenina del Sagrado Corazón).

<http://repositorio.unife.edu.pe/repositorio/handle/20.500.11955/318?show=full>

Instituto Nacional de Estadística e Informática. (2020). *El informe técnico Estadísticas de las Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares. elaborado con los resultados de la Encuesta Nacional de Hogares*.

<https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-648-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-accedio-a-internet-durante-el-segundo-trimestre-del-2020-12> International

Jimenez. V., y Sedano. E. (2021) *Dependencia a las redes sociales y la imagen corporal en estudiantes de la carrera de psicología de una universidad privada de los olivos*.

2021. (Tesis de licenciatura. Universidad Privada del Norte).

<https://repositorio.upn.edu.pe/bitstream/handle/11537/31310/Jimenez%20Paucar%2C%20Valeria%20Alicia-%20Sedano%20Flores%2C%20Erika.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

Jiménez. R., Arriscado. A., Dalmau. J., y Gargallo. E. (2021). Determinantes de la satisfacción corporal en adolescentes de La Rioja. *Rev Esp Salud Pública*. 2021; 95.

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7957730>

Mahon. C., y Hevey. D. (2021). Procesando la imagen corporal en las redes sociales:

Diferencias de género en la agencia y el afrontamiento activo de los adolescentes.

*Frontiers in Psychology*. 12. 626763. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.626763>

Organización Mundial de la Salud. (2011). *Riesgo para la Salud de los jóvenes*.

[http://www.who.int/mental\\_health/evidence/Prevention\\_of\\_mental\\_disord](http://www.who.int/mental_health/evidence/Prevention_of_mental_disord).

Organización Mundial de la Salud. (2015). Adolescent Health Research Priorities: Report of a Technical Consultation.

[https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/203564/WHO\\_FWC\\_MCA\\_15\\_07\\_eng.pdf](https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/203564/WHO_FWC_MCA_15_07_eng.pdf)

Portugal. M. (2024). *Insatisfacción de la imagen corporal y violencia en el enamoramiento en jóvenes universitarios de 18 a 25 años de la Escuela Profesional de Psicología de una universidad privada de Arequipa. 2022* [Tesis de maestría. Universidad Católica de Santa María]. <https://hdl.handle.net/20.500.12920/13364>

Puglia. D. (2017). *Social Media Use and Its Impact on Body Image: The Effects of Body Comparison Tendency. Motivation for Social Media Use. and Social Media Platform on Body Esteem in Young Women* (tesis de licenciatura. Universidad del Norte de California).

[https://www.proquest.com/openview/de34d03ae6eaa8e3605aa3ce45a74d7b/1?pq-origsite=gscholarycbl=18750\\_](https://www.proquest.com/openview/de34d03ae6eaa8e3605aa3ce45a74d7b/1?pq-origsite=gscholarycbl=18750_)

Rodríguez. D., y Alvis. K. (2015). Generalidades de la imagen corporal y sus implicaciones en el deporte. *Revista de la facultad de medicina*. 63 (2). 279-287.

Rosendo. B., Ángeles. C. y Torregrosa. M. (2016). Insatisfacción corporal. conductas de riesgo para trastornos de la conducta alimentaria en universitarios. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*. 7(1).1-8.

<http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120->

00112015000200013yscript=sci\_arttext

- Rudas. C. (2021). Redes sociales: inteligencia artificial en el derecho al honor desde una perspectiva peruana. *Lucerna Iuris Et Investigatio*. 1(1). 279-287.  
[https://www.researchgate.net/publication/351203646\\_Redес\\_sociales](https://www.researchgate.net/publication/351203646_Redес_sociales)
- Rueda J. y Flores J. (2016) Adicción a las redes sociales en estudiantes universitarios. *Revista Tlamati Sabiduría*; 7 (1). 512- 525.
- Salazar. Z. (2008). Adolescencia e imagen corporal en la época de la delgadez. *Revista Reflexiones*. 87 (2): 67-80 <https://www.redalyc.org/pdf/729/72912555004.pdf>
- Sánchez. H., Reyes. C., y Mejía. K. (2018). *Manual de términos en investigación*. Lima: Bussiness Support Aneth S.R.L. <https://www.urp.edu.pe/pdf/id/13350/n/libro-manual-de-terminos-en-investigacion.pdf>
- Society of Aesthetic Plastic Surgeons. (2013). *ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic*. <http://www.isaps.org/files/html-contents/Downloads/ISAPS%20R%20results%20-%20Procedures%20in%202011.pdf>
- Solano. N. y Cano. A. (2010). *IMAGEN – Evaluación de la imagen corporal*. Madrid: TEA Ediciones. Recuperado de <https://docplayer.es/70154966-Imagenmanual-evaluacion-de-la-insatisfaccion-con-la-imagen-corporal-nataliasolano-pinto-antonio-cano-vindel-1a-edicion.html>
- Talledo D., y Vélchez. B. (2019). Evidencia de la validez, confiabilidad y normas percentilares del cuestionario de insatisfacción con la imagen corporal en adolescentes y jóvenes de la ciudad de Piura (Tesis de licenciatura. Universidad César Vallejo). <https://hdl.handle.net/20.500.12692/41366>
- Tatangelo. G., McCabe. M. y Ricciardelli. L. (2015). Body Image. En J. Wright (Ed.). *International Encyclopedia of the Social y Behavioral Sciences*. Oxford: Elsevier. 1 (1). 735-740. <https://doi.org/10.47197/retos.v37i37.72386>

Ticona. F. y Ramos. Q. (2015). *Uso de las Redes Sociales en el Perú*. Tesis de Licenciatura. Universidad Andina Néstor Cáceres Velásquez).

<http://repositorio.uancv.edu.pe/handle/UANCV/2714>

Tiggemann. M. y Slater. A. (2014). NetGirls: the Internet. Facebook. and body image concern in adolescent girls. *Int J Eat Disord.* 47 (6). 630-643.

<https://doi.org/10.1002/eat.22141>

Ttito. D., y Del Rocio. A. (2024). *Adicción a redes sociales y su relación con autoestima e insatisfacción corporal en mujeres universitarias de Arequipa metropolitana* [Tesis de licenciatura. Universidad Católica San Pablo].

<https://hdl.handle.net/20.500.12590/18266>

Toselli. S., y Spiga. F. (2017). Sport practice. physical structure. and body image among university students. *Journal of Eating Disorders.* 5(31). 1-9.

<https://jeatdisord.biomedcentral.com/articles/10.1186/s40337-017-0163-1>

Yupanqui. E. (2020). *Uso problemático de las redes sociales virtuales y autoestima en jóvenes de una universidad privada de Lima Metropolitana* (Tesis de licenciatura. Universidad San Ignacio de Loyola) <https://repositorio.usil.edu.pe/items/e752dbe8-b5e2-4517-8441-b671f7ac2829>

Humpire. E. (2022). *Adicción a Redes Sociales y Experiencia de Soledad en Jóvenes Universitarios de Arequipa* (Tesis de licenciatura. Universidad Católica de Santa María). <https://repositorio.ucsm.edu.pe/handle/20.500.12920/11847>

Yglesias. M. (2017). *Propiedades psicométricas del cuestionario evaluación de la insatisfacción con la imagen corporal en adolescentes de la región Norte - Perú* (Tesis de licenciatura. Universidad César Vallejo).

<https://hdl.handle.net/20.500.12692/723>

## ANEXOS

### Anexo 1

#### Documento de Participación Voluntaria y Confidencialidad en la Investigación

##### Estimado(a) participante:

En nuestra era digital, las plataformas de redes sociales como Instagram, Facebook, y TikTok juegan un papel crucial en cómo las personas presentan y perciben sus identidades. Nos gustaría invitarte a participar en un estudio de investigación relacionado con el uso de redes sociales y tu percepción de la imagen.

Si decides participar, se te pedirá que completes dos cuestionarios en un tiempo aproximado de 15 minutos.

##### **Confidencialidad y Anonimato**

Queremos asegurar que toda la información que proporciones será tratada con la máxima confidencialidad. No se te pedirá que compartas tu nombre ni ninguna otra información personal que pueda identificarte. Los resultados del estudio serán reportados de manera agregada y ningún dato individual será divulgado.

##### **Voluntariedad y Retiro**

Tu participación en este estudio es completamente voluntaria. Puedes decidir no participar o retirarte en cualquier momento sin ninguna consecuencia negativa. Si eliges participar y luego decides retirarte, no habrá ningún impacto en tu relación con la universidad ni en tu situación académica.

Luego de haber leído y entendido el contenido de este documento, acepto de manera voluntaria participar en la investigación.

---

Firma del participante

Arequipa. Perú – 2024

## Anexo 2

### Ficha sociodemográfica

#### Datos generales

- Edad: \_\_\_\_\_ Orientación sexual: \_\_\_\_\_
- Carrera profesional: \_\_\_\_\_
- Semestre académico: \_\_\_\_\_

#### Uso de redes sociales

1. ¿Qué redes sociales utilizas con mayor frecuencia? (Selecciona todas las que apliquen)
  - Facebook
  - Instagram
  - Twitter
  - TikTok
  - Otras (especificar): \_\_\_\_\_
2. ¿Cuántas horas al día dedicas al uso de redes sociales?
  - Menos de 1 hora
  - Entre 1 y 2 horas
  - Entre 2 y 3 horas
  - Más de 3 horas
3. ¿Con qué frecuencia publicas contenido en tus redes sociales?
  - Nunca
  - Una vez a la semana o menos
  - Varias veces a la semana
  - Diariamente
4. ¿Cómo te sientes después de usar las redes sociales? (Selecciona todas las que apliquen)
  - Feliz
  - Triste
  - Ansioso
  - Frustrado
  - Indiferente

#### Imagen corporal

1. ¿Con qué frecuencia te miras al espejo y te sientes insatisfecho con tu imagen corporal?
  - Nunca
  - Rara vez
  - Algunas veces
  - Frecuentemente
  - Siempre
2. ¿Te comparas con otras personas en redes sociales en cuanto a su apariencia física?
  - No
  - Rara vez
  - Algunas veces
  - Frecuentemente
  - Siempre

3. ¿Te sientes avergonzado de tu cuerpo cuando estás en público?

- [ ] No
- [ ] Rara vez
- [ ] Algunas veces
- [ ] Frecuentemente
- [ ] Siempre

3. ¿Consideras que tu imagen corporal afecta tu autoestima?

- [ ] No
- [ ] Poco
- [ ] Moderadamente
- [ ] Mucho
- [ ] No lo sé



**Anexo 3**

**Instrumento 1**

**CUESTIONARIO SOBRE USO DE REDES SOCIALES**

Esta es una encuesta en la que Ud. participa voluntariamente. por lo que le agradecemos encarecidamente que sea absolutamente sincero(a) en sus respuestas. Antes de responder al cuestionario le pedimos que nos proporcione los siguientes datos:

**DATOS GENERALES**

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

Instrucciones: Estimado estudiante lea detenidamente cada oración y marque con un aspa según sea su criterio. Cabe resaltar las respuestas a considerar:

- 1) Nunca. 2) Rara vez. 3) A veces. 4) Casi siempre. 5) Siempre

N.º	Ítems	1	2	3	4	5
1.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales yano me satisface. necesito más.					
2.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales					
3.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales					
4.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
5.	Aun cuando desarrollo otras actividades. no dejo de pensar en lo que suceden las redes sociales					
6.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
7.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					

8.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
9.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
10.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
11.	Me pongo de mal humor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
12.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
13.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
14.	Me propongo sin éxito. controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales					
15.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales. del que inicialmente había destinado					
16.	Aun cuando estoy en clase. me conecto con disimulo a las redes sociales					
17.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
18.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
19.	Mi pareja. o amigos. o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales					
20.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales. me siento aburrido(a).					
21.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					
22.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
23.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio. me relaja					
24.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					

## Instrumento 2

### IMAGEN

#### INSTRUCCIONES

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

Casi nunca o nunca	Pocas Veces	Unas veces sí y otras no	Muchas veces	Casi siempre o siempre
0	1	2	3	4

Observa el siguiente ejemplo:

¿Con que frecuencia tienes el siguiente pensamiento?						
1	No quiero ser una persona gorda (o)	0	1	2	3	4

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

Cuando respondas a las preguntas trata de hacerlo de la forma más sincera que puedas. Recuerda que **tus respuestas son confidenciales** y que **no hay contestaciones buenas ni malas**, sencillamente sigue tu criterio personal.

Casi nunca o nunca	Pocas Veces	Unas veces sí y otras no	Muchas veces	Casi siempre o siempre
0	1	2	3	4



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

1	Debería ponerme a dieta.	0 1 2 3 4
2	Tendría que hacer ejercicios para controlar mi peso.	0 1 2 3 4
3	Es absolutamente necesario que este delgada (o).	0 1 2 3 4
4	Estoy insatisfecha(o) con mi figura corporal	0 1 2 3 4
5	Si hiciera ejercicio conseguiría disminuir mi peso.	0 1 2 3 4
6	Me da miedo conocer mi peso.	0 1 2 3 4
7	Admiro a las personas o modelos capaces de mantener una figura delgada.	0 1 2 3 4
8	Me pongo triste cuando pienso en mi figura.	0 1 2 3 4
9	Me irrito cuando pienso en mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
10	Me molesto cuando mi familia me indica algo sobre mi figura.	0 1 2 3 4
11	Me siento inferior cuando alguien halaga la figura de otras personas.	0 1 2 3 4
12	Me siento gorda(o) cuando gano algo de peso.	0 1 2 3 4
13	Si engordase no lo soportaría.	0 1 2 3 4
14	Tengo miedo a perder el control sobre mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
15	Tengo miedo a engordar.	0 1 2 3 4
16	Cuando como, tengo miedo a perder el control.	0 1 2 3 4
17	Imagino que si fuese una persona delgada(o) estaría segura(o) de mí.	0 1 2 3 4
18	Tengo miedo a tener celulitis.	0 1 2 3 4
19	Influyen de forma negativa los comentarios sobre mi cuerpo.	0 1 2 3 4
20	Recuerdo de forma negativa las burlas sobre mi aspecto físico.	0 1 2 3 4
21	Pienso que me estoy poniendo gorda o gordo.	0 1 2 3 4

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

22	Mi estómago impide que me vea los pies.	0	1	2	3	4
23	Mis brazos son gordos.	0	1	2	3	4
24	Tengo las mejillas caídas.	0	1	2	3	4
25	Mi pecho esta flácido y caído.	0	1	2	3	4
26	El roce entre mis piernas me impide andar bien.	0	1	2	3	4
27	Ocupo demasiado espacio en las sillas.	0	1	2	3	4
28	Las dimensiones de mi cuerpo me impiden llevar una vida normal.	0	1	2	3	4
29	Las dimensiones de mi estómago me hacen parecer una ballena.	0	1	2	3	4
30	Las rollitos que me salen por la espalda me hacen recordar a las salchichas.	0	1	2	3	4
31	Las facciones de mi cara están deformes debido a mi peso.	0	1	2	3	4

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

32	Me provoco vómito para controlar mi peso.	0	1	2	3	4
33	Utilizo laxantes, diuréticos y otras pastillas para controlar mi peso.	0	1	2	3	4
34	Vomito después de las comidas.	0	1	2	3	4
35	Cuento las calorías como si fuese una calculadora.	0	1	2	3	4
36	Permanezco de pie para perder peso.	0	1	2	3	4
37	Arrojo la comida para controlar mi peso.	0	1	2	3	4
38	Escondo comida porque quiero controlar mi peso.	0	1	2	3	4

## Anexo 4

### Resultados sociodemográficos

#### 1. Resultados de uso de redes sociales

##### Tipo de redes sociales

¿Qué redes sociales utilizas con mayor frecuencia?		
	Frecuencia	Porcentaje
Facebook	29	14.5%
Instagram	61	30.5%
Twitter	1	0.5%
TikTok	108	54%
Otros	1	0.5%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre el uso de redes sociales indican que TikTok es la plataforma más utilizada, representando el 54% de las respuestas. Le sigue Instagram con un 30.5%, mientras que Facebook tiene una menor frecuencia de uso con el 14.5%. Por otro lado, Twitter y otras redes sociales son las menos empleadas, cada una con un 0.5%. Esto evidencia una preferencia notable por TikTok e Instagram entre las participantes, destacando su popularidad como las redes sociales más frecuentadas en esta población.

##### Tiempo de uso de redes sociales

¿Cuántas horas al día dedicas al uso de redes sociales?		
	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 1 hora	5	2.5%
Entre 1 y 2 horas	71	35.5%
Entre 2 y 3 horas	58	29%
Más de 3 horas	66	33%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre el tiempo diario dedicado al uso de redes sociales muestran que la mayoría de las participantes utilizan estas plataformas entre 1 y 2 horas al día, representando el 35.5% de la muestra. Un 33% dedica más de 3 horas diarias, mientras que el 29% las utiliza entre 2 y 3 horas. Solo el 2.5% reporta dedicar menos de 1 hora al día. Esto

refleja que la mayoría de las estudiantes pasa una cantidad significativa de tiempo en redes sociales. con un alto porcentaje empleando más de 3 horas al día.

### Frecuencia de publicación de redes sociales

¿Con qué frecuencia publicas contenido en tus redes sociales?		
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	55	27.5%
Una vez a la semana o menos	110	55%
Varias veces a la semana	26	13%
Diariamente	9	4.5%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre la frecuencia con la que las participantes publican contenido en sus redes sociales muestran que la mayoría lo hace una vez a la semana o menos, representando el 55% de la muestra. Un 27.5% indica que nunca publica contenido, mientras que un 13% lo hace varias veces a la semana. Solo el 4.5% reporta publicar contenido diariamente.

### Emociones al usar redes sociales

¿Cómo te sientes después de usar las redes sociales? (Selecciona todas las que apliquen)		
	Frecuencia	Porcentaje
Feliz	72	36%
Triste	14	7%
Ansioso	15	7.5%
Frustrado	39	19.5%
Indiferente	60	30%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre las emociones experimentadas al usar redes sociales indican que la emoción más prevalente es la felicidad, reportada por el 36% de las participantes. Le sigue la indiferencia con un 30%. mientras que el 19.5% menciona sentirse frustrado. Emociones menos frecuentes incluyen ansiedad (7.5%) y tristeza (7%). Esto sugiere que, aunque una proporción significativa asocia el uso de redes sociales con emociones positivas o neutras,

existe un porcentaje considerable que experimenta emociones negativas como frustración, ansiedad o tristeza.

## 2. Resultados de la imagen corporal

### Espejo - Imagen corporal

¿Con qué frecuencia te miras al espejo y te sientes insatisfecho con tu imagen corporal?		
	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	22	11%
Rara vez	70	35%
Algunas veces	65	32.5%
Frecuentemente	31	15.5%
Siempre	12	6%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre la frecuencia con que las participantes se miran al espejo y se sienten insatisfechas con su imagen corporal muestran que la respuesta más prevalente es "rara vez", reportada por el 35% de las estudiantes. Le sigue "algunas veces" con un 32.5%, mientras que el 15.5% menciona sentirse insatisfecho con frecuencia y el 6% siempre. Por otro lado, un 11% indica que nunca experimenta insatisfacción al mirarse al espejo. Esto refleja que, aunque una proporción significativa de las participantes no suele sentirse insatisfecha con su imagen corporal, existe un porcentaje relevante que enfrenta esta percepción negativa con mayor frecuencia.

### Redes sociales - Imagen corporal

¿Te comparas con otras personas en redes sociales en cuanto a su apariencia física?		
	Frecuencia	Porcentaje
No	64	32%
Rara vez	52	26%
Algunas veces	48	24%
Frecuentemente	26	13%
Siempre	10	5%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre la comparación de la apariencia física en redes sociales muestran que el 32% de las participantes indica que no se compara con otras personas. Sin embargo, un 26% menciona hacerlo rara vez. mientras que un 24% lo hace algunas veces. Por otro lado, el 13% reporta compararse con frecuencia y el 5% siempre. Aunque una proporción significativa evita compararse con otros en redes sociales, una cantidad considerable lo hace en distintos grados, lo que podría influir en su percepción de la imagen corporal.

### Vergüenza - Imagen corporal

¿Te sientes avergonzado de tu cuerpo cuando estás en público?		
	Frecuencia	Porcentaje
No	74	37%
Rara vez	56	28%
Algunas veces	44	22%
Frecuentemente	18	9%
Siempre	8	4%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre la vergüenza relacionada con la imagen corporal en público indican que el 37% de las participantes no siente vergüenza de su cuerpo. Sin embargo, un 28% señala sentirla rara vez. mientras que el 22% lo experimenta algunas veces. Un 9% menciona sentir vergüenza con frecuencia, y el 4% siempre. Aunque la mayoría no experimenta esta emoción o lo hace de forma poco frecuente, existe una proporción relevante que enfrenta esta sensación en mayor intensidad, lo que podría afectar su confianza en contextos sociales.

### Autoestima - Imagen corporal

¿Consideras que tu imagen corporal afecta tu autoestima?		
	Frecuencia	Porcentaje
No	60	30%
Poco	54	27%
Moderadamente	49	24.5%
Mucho	31	15.5%
No lo sé	6	3%
Total	200	100%

Nota: Resultado del cuestionario

Los resultados sobre la percepción de cómo la imagen corporal afecta la autoestima indican que el 30% de las participantes considera que su imagen corporal no influye en su autoestima. Un 27% menciona que la afecta poco, mientras que un 24.5% señala que la afecta de manera moderada. Un 15.5% indica que la imagen corporal afecta mucho su autoestima, y el 3% no está seguro. Esto refleja que, aunque la mayoría percibe un impacto leve o nulo, existe un porcentaje significativo de participantes que identifica una influencia moderada o alta de su imagen corporal en su autoestima.

### Prueba de normalidad

	Pruebas de normalidad		
	Estadístico	Kolmogorov-Smirnov	
		gl	Sig.
Adicción a redes sociales	.099	200	.000
Imagen corporal	.111	200	.000

Nota: Corrección de significación de Lilliefors

La prueba de Kolmogorov-Smirnov muestra que las variables presentan una distribución no normal, por lo que se tiene en cuenta el coeficiente de correlación Rho de Spearman para el análisis no paramétrico; puesto que, el nivel de significancia en sus valores fue menor a 0.05.