

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

Carrera de **PSICOLOGÍA**

**“USO DE REDES SOCIALES E INSATISFACCIÓN
DE LA IMAGEN CORPORAL DE ESTUDIANTES DE
LA FACULTAD DE SALUD DE UNA UNIVERSIDAD
DE LIMA, 2022”**

Tesis para optar al título profesional de:

Licenciada en Psicología

Autores:

Araceli Cielo Correa Barreda
Patricia Brigitte Ramos Gabriel

Asesor:

Mg. William Moisés Cruzado Pérez
<https://orcid.org/0000-0003-2881-5909>

Lima - Perú

2023

Jurado calificador

Jurado 1 Presidente(a)	BLANCA DELIA PASCO BARRIGA
	Nombre y Apellidos

Jurado 2	KARIM ELISA TALLEDO SANCHEZ
	Nombre y Apellidos

Jurado 3	WILLIAM MOISES CRUZADO PEREZ
	Nombre y Apellidos

Informe de similitud

TESIS FINAL

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	docs.google.com Fuente de Internet	9%
2	Submitted to Universidad Privada del Norte Trabajo del estudiante	3%
3	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
4	Submitted to Universidad Cesar Vallejo Trabajo del estudiante	2%
5	repositorio.upn.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	congresopsicologiacolombia.com Fuente de Internet	1%

Dedicatoria

El presente trabajo de investigación lo dedicamos a nuestros padres, quienes desde un inicio estuvieron brindándonos el apoyo y motivación para el logro de nuestros objetivos.

Agradecimiento

Queremos agradecer en primera instancia a Dios, por permitirnos ser perseverantes para afrontar con fortaleza las diferentes circunstancias que fueron presentándose en el camino.

Por otro lado, queremos brindar nuestro agradecimiento profundo al docente William Cruzado, por ser guía en nuestro aprendizaje, dándonos los conocimientos necesarios para la elaboración del presente trabajo.

Tabla de contenido

Jurado calificador.....	2
Informe de similitud.....	3
Dedicatoria.....	4
Agradecimiento.....	5
Tabla de contenido.....	6
Índice de tablas.....	7
Índice de figuras.....	8
Resumen.....	9
Capítulo I: Introducción.....	11
Capítulo II: Metodología.....	32
Capítulo III: Resultados.....	41
Capítulo IV: Discusión y conclusiones.....	48
Referencias.....	54
Anexos.....	61

Índice de tablas

Tabla 1. Distribución de estudiantes por carrera de estudio	35
Tabla 2. Características sociodemográficas de la muestra de estudio	41
Tabla 3. Niveles de la insatisfacción de la imagen corporal y sus dimensiones.....	42
Tabla 4. Frecuencias y porcentajes de los niveles de la variable y dimensiones.....	43
Tabla 5. Prueba de kolmogorov smirnov de bondad de ajuste a la curva normal	44
Tabla 6. Correlación rho de spearman entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal	45

Índice de figuras

Figura 1. Modelo de investigación.....	33
Figura 2. Resultados de correlación entre uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal	47

Resumen

La presente investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022; para ello se utilizó una investigación de carácter teórico, el cual aportó información científica ante la problemática, dichos estudios se obtuvieron de las bases de datos de Scopus, WOS y LA Referencia. El estudio corresponde a un enfoque metodológico cuantitativo, con diseño no experimental, corte transversal y nivel de alcance correlacional. Los participantes fueron 362 estudiantes universitarios entre mujeres y varones, desde los 18 años en adelante. Para este estudio se utilizó el instrumento de IMAGEN y el cuestionario de Redes Sociales. Los resultados señalan que se halló un p valor de $p=0.000$ y un $\rho=.320$, lo que indica que la correlación es significativa positiva, con una fuerza de relación débil entre ambas variables. Las limitaciones se basaron en la cantidad de antecedentes, las adaptaciones de los instrumentos y en la homogeneidad de los participantes. Se concluye que niveles altos del uso de redes sociales se relaciona de manera significativa con niveles altos de insatisfacción de la imagen corporal en universitarios.

PALABRAS CLAVE: Redes sociales, insatisfacción, estudiantes, imagen corporal.

ABSTRACT

The general objective of this research was to determine the relationship between the use of social networks and body image dissatisfaction among students of the Faculty of Health of a University of Lima, 2022; for this purpose, a theoretical research was used, which provided scientific information on the problem; these studies were obtained from the Scopus, WOS and LA Reference databases. The study corresponds to a quantitative methodological approach, with a non-experimental design, cross-sectional and correlational scope level. The participants were 362 male and female university students, aged 18 years and older. The IMAGEN instrument and the Social Networks questionnaire were used for this study. The results indicate that a p-value of $p=0.000$ and an $\rho=.320$ were found, indicating that the correlation is significant positive, with a weak relationship strength between both variables. Limitations were based on the number of antecedents, instrument adaptations and homogeneity of participants. It is concluded that high levels of social network use are significantly related to high levels of body image dissatisfaction in university students.

KEYWORDS: Social networks, dissatisfaction, students, body image.

Capítulo I: Introducción

1.1 Realidad problemática

La belleza corporal es percibida de una forma distinta por cada persona de acuerdo con su experiencia vivida. Hoy en día existe una fuerte influencia de diversos factores con relación al prototipo del cuerpo ideal, lo cual incitan a que la persona muestre cambios necesarios en cuanto a su esquema de imagen corporal (Venegas y González, 2020). Es así que, la percepción y la evaluación que tenga la persona acerca de su imagen será de gran relevancia para su adaptación en el medio, ya que al tener este individuo una insatisfacción corporal o una percepción negativa hacia su apariencia tendrá consecuencias perjudiciales en cuanto a su salud física y mental (Wu et al., 2022).

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS, 2021) se triplicaron las cifras a nivel mundial a 650 millones de personas que tienen obesidad, las cuales comprendían entre las edades de los 18 años a más; considerando de esa forma a la obesidad como una enfermedad de salud grave que a la vez incluye enfermedades psiquiátricas, como el hecho de que el individuo se sienta inconforme con su cuerpo respecto a su peso, forma y tamaño, el cual influye de manera negativa en sus aspectos emocionales, cognitivos y comportamentales generando un desajuste en su vida diaria.

Aparte de ello, un estudio reveló que en la universidad Almería de España, donde participaron 740 universitarios, el 48,16 % se sentía conforme con su imagen corporal, mientras que el 51,84 % se sentía insatisfecho en relación a su cuerpo. Aquellos estudiantes que no se sentían conformes con su imagen realizaban métodos riesgosos para controlar su peso ideal, tales como no ingerir alimentos por la mañana, inducción deliberada al vómito y el uso de productos reductores comprendiendo un rango de 95,1 % a 98,5 %; así también, utilizaban estrategias de manera eventual en un rango de 96,7 % a 99,2%, las cuales

correspondían a los procedimientos quirúrgicos como la cirugía bariátrica con el fin de obtener la imagen que anhelan (Calvo et al., 2019).

Asimismo, la Asociación Médica de Españoles demostró que un 70% de las mujeres españolas no se encuentran conformes con su figura corporal y presentan una tergiversación perceptual de su propio esquema. Por otro lado, en Argentina, se demostró que las mujeres entre las edades de 12 y 25 años son las que más presentan una alta evidencia de insatisfacción corporal (Barreto y Luque, 2023).

En una investigación en México se efectuó un estudio a 567 estudiantes de una institución tecnológica, donde el 75% mostraban sentirse inconformes con su imagen, el cual correspondía en mayor proporción al grupo de mujeres; cabe resaltar que esta insatisfacción se correlacionaba a problemas de salud mental como la depresión, baja autoestima, trastornos de conducta alimentaria, entre otros (Caldera et al., 2019).

Así también, en los Estados Unidos la insatisfacción corporal es considerada como una problemática en la salud, manifestándose con frecuencia en mujeres universitarias en un 87 %, ya que muestran sentirse insatisfechas con su cuerpo y suelen tener constantes preocupaciones respecto a su peso, lo cual conlleva a que realicen prácticas indebidas de alimentación que pongan en riesgo su salud. Además, el 40% de estas mujeres jóvenes consideran que al no sentirse conformes con su imagen corporal se someterán a una cirugía estética en un futuro (Ariel-Donges et al., 2019).

En el ámbito peruano, específicamente en la ciudad de Arequipa, una investigación en mujeres universitarias demostró que el 44% de ellas se ven influenciadas por los estereotipos de belleza centrándose directamente en el peso ideal hasta llegar a la delgadez (Cuno y Espinoza, 2021).

En estos tiempos de dicha generación tecnológica, las redes sociales suelen tener mayor impacto en la insatisfacción corporal, ya que actualmente existe una fuerte exposición de cuerpos perfectos que estimulan a que la persona pueda sentirse influenciada negativamente por obtener necesariamente esa imagen ideal y mostrarse de esa manera con atributos de belleza subjetivos para ser aceptados en el medio social y virtual (Losada et al., 2022). En España se realizó una investigación en donde se evidenció el empleo reiterado de las aplicaciones virtuales, entre las cuales Instagram se utilizó en un 24,75 % , YouTube 29,94 % , Tik Tok 39,28 % , Twitter 145,46 % , Facebook 96,18 % ; siendo los de la generación Z (mujeres de 25 a 35 años) que mostraron una elevada frecuencia en el uso de Instagram y una fuerte incitación hacia la imagen delgada, mientras que la generación Y (mujeres de 14 a 24 años) obtuvieron una alta predominancia en cuanto a la insatisfacción corporal e impulso hacia la delgadez debido a su mayor uso de las redes sociales (Vall-Roque et al., 2021).

En este sentido, con base al estudio elaborado por el Interactive Advertising Bureau Spain (IAB Spain), indica que las redes sociales de mayor uso por los españoles son el WhatsApp en un 97 % , Facebook en un 74 % e Instagram en un 70 % , siendo esta última aplicación la red que ha aumentado altamente con relación a su uso (Romo del Olmo y Ortega, 2020).

En Argentina, específicamente en la ciudad de Buenos Aires, se llevó a cabo un estudio a 121 mujeres comprendidas entre las edades de 18 a 65 años, donde se demuestra que la acción de subir estados provisionales de su imagen a sus redes sociales genera un impacto significativo indirecto en cuanto a la apreciación que tienen de sí mismas en un 95% de ellas; asimismo, las mujeres argentinas muestran tener un alto nivel de internalización del ideal de belleza comparadas con las latinoamericanas (Góngora, 2023).

En el contexto peruano, una investigación realizada por el Institut de Publique Sondage d'Opinion Secteur, dio a conocer que hay un estimado de 13.8 millones de usuarios con redes sociales en el Perú, que comprende entre las edades de los 18 y 70 años, que usan con más frecuencia Facebook, WhatsApp, YouTube, Instagram y Messenger; lo cual representa el 80 % de la población peruana (IPSOS, 2021).

En Lima se realizó una investigación dirigida a jóvenes universitarios que comprenden desde los 20 a 29 años de edad, donde se demostró que las mujeres en un 76% suelen manifestar una percepción negativa hacia la imagen corporal; asimismo, esta insatisfacción muestra una relación significativa de $Rho = ,535$; $p = ,000$ con las redes sociales, lo cual hace referencia que la utilización de estos provoca un mayor impacto en dicha percepción corporal (Jiménez y Sedano, 2022). Por ello, en estos tiempos, el uso de las redes sociales se fue incrementando tanto en los adolescentes como en los jóvenes, ya que estos al ser estímulos perceptivos se asocian positivamente a la insatisfacción corporal, generando así en el individuo preocupaciones en cuanto a su apariencia (Rodgers et al., 2020).

Esta problemática en las mujeres jóvenes no tuvo tanta acogida en muchos estudios de investigación en relación a ambas variables; además, debido al uso constante de redes sociales en estos últimos tiempos puede generar un pronóstico en que los individuos se sientan insatisfechos con su imagen corporal, ya que al utilizar con frecuencia estas redes se encuentran expuestos a representaciones del cuerpo ideal, lo cual conlleva a que la persona realice cambios con métodos inadecuados hacia su figura.

Ante todo lo mencionado, sobre los diversos estudios que abordaron esta problemática acerca del uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal, nos centramos en realizar esta investigación en el contexto universitario, ya que se pudo constatar que los estudiantes en mayor proporción usan constantemente las redes sociales, por lo cual

probablemente se encuentran más propensos a tener una percepción negativa respecto a su cuerpo porque suelen estar expuestos al contenido que brindan las redes sociales con base a modelos estéticos ideales de belleza, en donde básicamente al estar influenciados de forma persistente por este medio implica que puedan desarrollar angustia emocional, depresión, preocupaciones recurrentes, cambios drásticos en su figura, y también con el tiempo generar en ellos un posible trastorno alimenticio. Es por ello que los estudiantes universitarios debido al uso frecuente que le dan a las redes sociales se encuentran altamente predispuestos a tener un rechazo hacia ellos mismos al no cumplir con la imagen que le impone este medio y la sociedad.

Antecedentes

La investigación de (Góngora, 2023) realizada en Argentina, tuvo como finalidad analizar la relación entre distintos tipos de actividades realizadas en redes sociales y la insatisfacción corporal, la interiorización del arquetipo de belleza y la apreciación corporal en mujeres adultas de la región metropolitana de Buenos Aires. La población estuvo compuesta por 121 mujeres de 18 a 65 años. Esta investigación contiene una metodología cuantitativa, de diseño no experimental, corte transversal y nivel correlacional. Se utilizaron el Cuestionario de Actitudes Socioculturales hacia la Apariencia (SATAQ-3), la Escala de Apreciación Corporal-2 (BAS-2), la Encuesta sobre Uso de Redes Sociales y el Inventario EDI-2 de Conductas Alimentarias. Los resultados que se encontraron indican que un mayor uso de distintas actividades en redes sociales impacta de manera significativa y positiva en la insatisfacción corporal, de esta manera se identificó que la actualización de estados transitorios demuestra que existe una relación significativa indirecta con la apreciación corporal ($b = 1.01$; 95% CI [.18, 1.88]).

En el país de China, el estudio de (Wu et al., 2022), tuvo el propósito de indagar acerca del papel moderador en la flexibilidad de la figura corporal en la asociación entre actividades foto relacionadas en SNS (sitios de redes sociales) y la insatisfacción corporal entre adolescentes mujeres en China. La población estuvo conformada por 646 adolescentes mujeres con cuentas activas de We Chat Moments de una escuela secundaria pública. Este estudio adopta un método cuantitativo, con un diseño de investigación no experimental, corte transversal, con un nivel correlacional. Asimismo, se utilizaron el Cuestionario de Actividad Fotográfica en SNS, Cuestionario de Aceptación y Acción de la Imagen Corporal y el Cuestionario de Autoimagen. Los alcances que se consiguieron en esta investigación demuestran la existencia de correlación significativa respecto a las actividades relacionadas con la fotografía y la insatisfacción corporal en las adolescentes con un rango bajo de la flexibilidad de la figura corporal ($\beta = .28$, $p < .001$).

En Argentina, en el estudio de (Losada et al., 2022), el objetivo fue describir la influencia del uso de las redes sociales en la internalización del ideal de delgadez en mujeres que residen en la ciudad de Buenos Aires. Dicha población estuvo compuesta por 98 mujeres adolescentes comprendidas entre las edades de 16 a 19 años. Esta investigación presenta una metodología cuantitativa, un diseño empírico no experimental, corte transversal, y con nivel correlacional. Se usaron el Cuestionario de datos sociodemográficos y personales, el Cuestionario de frecuencia del uso de redes sociales y el Cuestionario “Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3 (SATAQ-3)”. Los resultados que se consiguieron en dicho estudio fue que existe una asociación significativa positiva entre el uso de redes sociales y la internalización del ideal de delgadez ($r=0,399^{**}$; $p=,000$; $n=98$), ya que el 61% de las adolescentes expuestas constantemente a imágenes de cuerpos perfectos en distintos medios virtuales mostraban una mayor internalización de la apariencia.

También, en la investigación de (Vall-Roque et al., 2021) realizada en España, tuvo como objetivo determinar el impacto del bloqueo de COVID-19 en la utilización de las redes sociales y explorar si estos están asociados con alteraciones de la imagen corporal y baja autoestima. La población estuvo conformada por 2601 mujeres entre los 14 y 35 años. Este estudio instaura el método cuantitativo, un diseño de investigación no experimental, con corte transversal, con un nivel correlacional. Asimismo, se utilizaron cuestionarios como el Inventario de Trastorno de la Alimentación (EDI-3), la Encuesta de Frecuencia de Uso de Redes Sociales y la Escala de Autoestima de Rosenberg. Dichos resultados obtenidos muestran que las mujeres de 14 a 24 años presentaron puntajes más elevados en insatisfacción corporal e impulso por la delgadez, ya que seguían cuentas de Instagram centradas en la apariencia y solían utilizarlo más de 2 horas al día, todo ello aumentó estadísticamente debido al confinamiento que se tuvo por Covid-19; y en cuanto a las mujeres de 25 a 35 años se encontró una alta frecuencia entre el uso de Instagram y el impulso hacia una imagen delgada; asociándose así positivamente el uso de Instagram con la insatisfacción corporal, el impulso por la delgadez y la baja autoestima ($\beta = 0.06$, $p < .01$, y $\beta = 0.13$, $p < .001$).

De igual manera, (Rodgers et al., 2020) llevaron a cabo un estudio en Australia, en donde el objetivo fue ampliar la investigación previa mediante la prueba de un modelo biopsicosocial de las relaciones entre el empleo de los medios virtuales y la figura corporal, la restricción dietética y los resultados de comportamiento de desarrollo muscular entre los niños y niñas adolescentes. La población estuvo compuesta por 770 adolescentes en donde 681 participantes eran mujeres (49%) de 12 años de edad. Dicho estudio contiene una metodología cuantitativa, de diseño no experimental, corte transversal y con un nivel correlacional. Además, se utilizaron cuestionarios como la Encuesta de la Frecuencia del Uso de las Redes Sociales, el Cuestionario de Actitudes Socioculturales hacia la Apariencia-4, el

Cuestionario de Actitudes Socioculturales hacia la Apariencia-3, la Escala de Comparación de Apariencia Física Ascendente y el Cuestionario de Examen de Trastornos Alimentarios (EDE-Q). Los resultados obtenidos revelaron que se encontraron efectos de relaciones indirectas significativas del empleo de los medios virtuales y la insatisfacción con la apariencia del cuerpo, cuya estimación estandarizada de las niñas es = 0,056, IC del 90 % [0,03-0,09], $p = 0,002$. Asimismo, en los niños se hallaron relaciones indirectas significativas entre la utilización de las redes sociales y la insatisfacción de la apariencia corporal con una estimación estandarizada de = 0,058, IC del 90 % [0,04–0,09], $p = 0,002$, donde específicamente la variabilidad fue menor en los niños que en las niñas.

En Argentina, el estudio de (Florencia Viola, 2020) tuvo como objetivo evaluar el uso de redes sociales y su relación de la imagen corporal en mujeres jóvenes. Dicha población de la investigación estuvo conformada por 111 mujeres entre las edades de 14 a 53 años. Este estudio contiene un método cuantitativo, de diseño expos-facto no experimental, corte transversal y nivel correlacional. Con ello, se emplearon el Cuestionario de Imagen Corporal (BSQ) y la Encuesta de Autoimagen en las Redes. Los respectivos resultaron identificaron una correlación significativa donde las redes sociales generan una fuerte distorsión en cuanto a la imagen del cuerpo ($r = .66$; Sig. < .001).

En Lima, Perú; (Jiménez y Sedano, 2022), realizaron un estudio que tuvo como finalidad determinar la relación entre la dependencia a las redes sociales y la imagen corporal en estudiantes de psicología. La población fue integrada por 234 universitarios pertenecientes al 9° y 10° ciclo específicamente de la rama de psicología, desde 21 años hasta los 29 años de edad. La investigación contiene un criterio metodológico cuantitativo de tipo básico, de diseño no experimental, corte transversal y nivel correlacional. Asimismo, se empleó el Cuestionario de Insatisfacción con la Imagen Corporal (IMA-GEN), y para la otra variable, se

usó del Cuestionario de Adicción de las Redes Sociales (ARS). El resultado que se obtuvo demuestra que existe una correlación significativa y directa entre la dependencia de las redes sociales y la imagen corporal ($Rho = ,535$; $p = ,000$), en este sentido los estudiantes que utilizan con mayor frecuencia las redes sociales evidencian una mayor insatisfacción con su cuerpo.

Asimismo, en la capital del Perú, en el estudio de (Escrura Ludeña, 2020), su objetivo fue identificar la relación de la apariencia corporal con la adicción hacia las redes sociales en escolares de educación secundaria de una institución educativa. Esta población estuvo compuesta por 151 estudiantes del nivel secundario. Dicha investigación presenta un tipo de método cuantitativo, un diseño no experimental, corte transversal y nivel de alcance correlacional. Se hizo uso del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS) y del Cuestionario de evaluación de insatisfacción con la imagen corporal (IMAGEN). El resultado obtenido muestra que la utilización constante de las redes sociales se correlaciona significativamente de una forma moderada con la imagen corporal ($Rho = 0.445$; $p < 0.01$), lo cual indica, a un elevado nivel de adicción a las redes sociales, la posibilidad de sentirse insatisfecho con su apariencia será presentado también en un nivel superior.

En Lima, la investigación de Infante et al., (2017), abarcó el propósito de identificar la relación del uso de Facebook con la apreciación hacia la imagen corporal de uno mismo en jóvenes universitarias. La población estuvo conformada por 106 alumnas universitarias del primer, quinto y décimo ciclo pertenecientes a la rama de Psicología y Comunicaciones de una institución universitaria privada de la ciudad de Lima, que incluían los 17 y 24 años de edad. Este estudio acoge una metodología cuantitativa, un diseño de investigación no experimental, corte transversal y nivel correlacional. Los cuestionarios que se emplearon fueron el Body Shape Questionnaire (BSQ) y la Escala de Intensidad de Facebook. Los

resultados obtenidos en dicho estudio demostraron que las mujeres al estar constantemente expuestas a las redes sociales suelen tener mayor preocupación respecto a su apariencia, por ello se encontró una relación positiva y significativa entre el uso de Facebook y la autopercepción negativa de la imagen corporal ($r=0.247$; $p<0.05$). Asimismo, se halló que no existe una relación entre el ciclo de estudios y el tiempo diario de uso de Facebook.

Revisión de la Literatura

Insatisfacción de la Imagen Corporal

En la primera mitad del siglo 20 la imagen corporal es considerada como esquema corporal, ya que a través de las percepciones que tenía la persona lo iba organizando mediante representaciones mentales que obtenía de tales experiencias kinestésicas de su entorno. Es por ello, que autores como Paul Schilder (1935-1950) menciona que la forma en la que observamos nuestro cuerpo es idéntica a la que se crea en nuestro cerebro. Así también, el autor Thomas Szasz (1957) refiere que las emociones que experimentamos en nuestro día a día intervienen en el concepto que tengamos acerca de nuestra propia personalidad (Rodríguez, 2013).

La apariencia corporal se basa en la percepción de la forma o representación que tiene el individuo de su propio cuerpo, lo cual va a influenciar en los pensamientos, sentimientos y comportamientos (Bedford y Johnson, 2006). La imagen corporal es la conceptualización que tiene la persona acerca de su apariencia con relación al tamaño y contorno de su cuerpo, en donde una alteración de esta ocasiona insatisfacción corporal que puede causar daños tanto a nivel físico, emocional y social (Miranda et al., 2021).

La imagen corporal es la apreciación negativa influenciada por pensamientos recurrentes sobre el peso, el tamaño y la forma del cuerpo (Bigman et al., 2018). Asimismo,

la insatisfacción corporal suele ocurrir cuando existe una inconsistencia entre la imagen corporal real y la ideal (Alvarenga et al., 2010).

Además, la constante exhibición de figuras de mujeres delgadas se encuentra relacionada con la insatisfacción de la imagen propia (Ferrer-Garcia et al., 2018). Es por ello, que existen factores de riesgo como la influencia de poseer una internalización de la delgadez, la comparación y los comentarios sobre la apariencia, que al no cumplir con esa expectativa de esquema ideal se produce la insatisfacción de la imagen corporal en el individuo (Richardson & Paxton, 2010).

Por otro lado, la insatisfacción con la imagen corporal se encuentra asociado con los trastornos alimenticios, baja autoestima, ansiedad, depresión y deterioro a nivel social y sexual (Blakey et al., 2017).

En cuanto a su origen, la imagen corporal presenta diversidad de factores causales que pueden originar una insatisfacción en relación con la apariencia de uno mismo. Con base a la teoría, una de ellas es el factor biológico, en la cual hace mención que el esquema se va componiendo en la mente a raíz de los movimientos que realiza el feto, y pues tras el nacimiento este esquema ya queda fijado. Así también, encontramos el factor perceptivo, en donde hace referencia que una desvalorización propia en la persona producirá problemas de distorsión con base a su apariencia física. También encontramos el factor cognitivo-conductual, en donde las personas tienen una preocupación persistente en el afán de verse completamente atractivas, conllevando a tener comportamientos repetitivos para obtener ese ideal. De la misma manera, los factores emocionales son causantes de generar inestabilidad y sentimientos negativos que susciten a la realización de prácticas diuréticas o evitación social. Asimismo, factores ligados a la etapa evolutiva y al desarrollo físico, resaltan que en cada ciclo de vida; ya sea en la niñez, adolescencia o adultez, la persona va sufriendo cambios en

su apariencia física, siendo estos la razón por la cual se apartan del ideal corporal que pretenden poseer a medida que pasa el tiempo. Y, por último, se encuentra uno de los factores más influyentes, que son los socioculturales, donde el principal causante son los medios de comunicación; estos a través de las revistas, contenidos visuales en la televisión, publicidades y más, inducen a tales cánones de belleza que generan presión constante en la sociedad para lograr el prototipo de delgadez con las visualizaciones o muestras de personas con el cuerpo perfecto (Rodríguez, 2013).

Una de las consecuencias de esta variable es el hecho de generar desajustes y complicaciones en la conducta alimenticia, puesto que simboliza los prototipos de la figura alterada del cuerpo. Este desarreglo respecto a la silueta corporal y autovalía sustenta la importancia de los componentes de la apariencia teniendo en cuenta la anorexia nerviosa, bulimia nerviosa y el trastorno por atracón. Por otro lado, el trastorno depresivo se puede evidenciar de manera relevante en el cuerpo tanto externo como interno. La imagen corporal se ve perjudicada en el aspecto físico con mayor énfasis en las distorsiones y alteraciones cognitivas, como es en el caso de la esquizofrenia y la psicosis. Por último, el trastorno dismórfico corporal (TDC) presenta un elevado malestar en el aspecto del cuerpo en general o una parte de este, lo que se convierte en una profunda preocupación y exagerada autoconsciencia (Rodríguez, 2013).

Teorías de la Insatisfacción de la Imagen Corporal. (a) Teoría de Auto objetivación, Frederickson y Roberts (1997) plantearon esta teoría centrándose en la presentación de la mujer como objeto sexual, debido que llega a internalizar su imagen física exponiéndose ante los demás; puesto que al preocuparse constantemente de su propio aspecto de una forma negativa genera malestares, ya que no se sienten reconocidas por la sociedad (Wu et al., 2022); (b) Teoría del Modelo Biopsicosocial, Engel (1977) desarrolló este modelo agrupando

teorías biológicas, psicológicas y socioculturales. La teoría biológica incluye básicamente al tamaño corporal con preocupaciones de la imagen, conductas inadecuadas para modificar el peso, lo cual se debe a las fuertes presiones para obtener una imagen de delgadez. De acuerdo con la teoría psicológica se centra en las personas con baja autoestima y depresión, ya que son más vulnerables a sentirse inconformes con su apariencia, generando en ellas sentimientos de culpa, vergüenza y tristeza. Por otro lado, la teoría sociocultural da énfasis hacia la exposición al contenido en los medios, lo cual se asocia altamente con la internalización del ideal de la apariencia, conllevando que el individuo tenga un posible desorden alimenticio (Rodgers et al., 2020); (c) Teoría de Comparación Social, Festinger (1954) indica que la influencia de una imagen delgada por parte de los medios puede perjudicar directamente en la persona en relación al concepto que se tiene de sí misma, considerando que al compararse constantemente con su entorno tiene más probabilidades de tener insatisfacción corporal, en donde básicamente pone en juicio su propio valor con base a opiniones desvalorativas que puedan producir que esta persona se sienta inferior ante los demás (Moreno-Domínguez et al., 2019); (d) Modelo Explicativo de Tradición Cognitivista, Cash et al. (2004) refiere que de acuerdo a la experiencia vivencial que haya tenido la persona, este formará, con dicha información proporcionada, su propio esquema mental respecto a su apariencia; además, este autoesquema construido se activará cuando haya suscitado una situación en la cual la persona tenga que hacer frente en relación a su imagen física, es ahí donde denotan ciertos procesos conductuales desadaptativos como procesos cognitivos, mostrando de esa forma signos de perfección, reacciones emocionales negativas y desajustes psicológicos que generan desestabilidad significativa (Rodríguez, 2013).

Dimensiones de la Insatisfacción de la Imagen Corporal. Las dimensiones son las siguientes: (a) Componente Cognitivo, los esquemas de la apariencia son los pensamientos, percepciones o creencias que tenemos acerca de nosotros mismos en relación con nuestro

cuerpo. El contenido de los esquemas está basado en información en relación a la figura; (b) Componente Afectivo, está primordialmente conectado con el hecho de sentirse satisfecho o no con el cuerpo, abarca los sentimientos y las emociones respecto a una parte o todo de la imagen corporal generando ansiedad, desagrado, vergüenza o rechazo hacia uno mismo; (c) Componente Perceptivo, este componente comprende el proceso de construcción de la imagen corporal enfocándose en la manera en que se percibe con precisión el tamaño, la forma y el peso del cuerpo; (d) Componente Conductual, este componente incluye desde las acciones hasta los comportamientos que se van a dar a partir de la percepción relacionado con el control del cuerpo (Wilhelm et al., 2018; Rodríguez, 2013).

Instrumentos de la Insatisfacción de la Imagen Corporal. (a) *Escala de Calificación de Figuras (FRS)*, Stunkard (1983) desarrolló este instrumento visual para examinar la falta de satisfacción con el cuerpo, abarcando de esta manera 9 dibujos de la imagen corporal donde comprende la imagen delgada hasta la talla grande, en la cual se debe seleccionar la talla corporal que perciben en ellos y la talla corporal ideal que les gustaría tener (Aljadani, 2019); (b) *Cuestionario de Satisfacción Corporal (BSQ)*, esta herramienta se enfoca en evaluar la preocupación respecto al tamaño y la forma del cuerpo del individuo, así como el miedo a subir de peso o sentirse gordo durante las últimas 4 semanas (Moreno-Dominguez et al., 2019); (c) *Inventario de Trastornos de Alimentación*, se utilizó la subescala de la Insatisfacción Corporal para evaluar el grado de malestar subjetivo respecto a la imagen corporal (Posavac et al., 2001); (d) Cuestionario IMAGEN, los autores Solano y Cano (2010) desarrollaron este instrumento para la examinación específica de la falta de satisfacción relacionada con la representación corporal, presentando las escalas cognitiva-emocional, perceptiva y comportamental en donde se mide la frecuencia que ha tenido la persona durante el último mes con su apariencia física (Rodríguez, 2013).

Uso de redes sociales

Las redes sociales surgen con la primera aplicación conocida como SixDegrees.com, continuando con LiveJournal, AsianAvenue, Black Planet, LunarStorm, MiGente, Cyworld, Ryze, Fotolog, Friendster, Skyblog, entre otros. En la actualidad la aplicación de Instagram ha obtenido una gran acogida en la historia desde el año 2006 aproximadamente (Sixto García, 2014).

(Molina y Toledo, 2014) definen a la red social como un servicio que proporciona a las personas crear un perfil público o privado en un programa determinado, el cual se centra en realizar una lista de usuarios con los que mantienen una conexión, revisar la lista de personas con las que tienen contacto teniendo en cuenta que pueden variar con respecto al sitio web.

Según (Rayo Ascoli, 2014) las redes sociales están descritas como la forma de interactuar de manera social, donde la persona puede llevar a cabo una comunicación con una red de contactos amplio, por ejemplo, sus amistades, familiares, así como también hacer nuevas amistades; teniendo en cuenta que en estas redes sociales se puede establecer relaciones personales o profesionales; de igual forma el compartir referencia, relacionarse y establecer una agrupación con intereses afines.

Redes sociales e imagen corporal. Uno de estos medios influyentes son las redes sociales, las cuales vienen a ser plataformas digitales que se centran en generar un contacto con las demás personas a través de intercambio de información, compartir publicaciones y subir fotografías a modo de contenido (Romo del Olmo y Ortega, 2020). Los medios de comunicación fomentan prototipos del ideal de belleza con la imagen de delgadez, lo cual incita en los estudiantes universitarios a interiorizar ese esquema para poder ajustarse bajo los estándares impuestos por la sociedad en general, tanto que al tratar de modificar y adoptar tal

imagen se ven afectadas directamente (Sheffield et al., 2005).

En los últimos años el empleo de los medios virtuales fue incrementando, asociándose a generar mayores preocupaciones sobre la imagen corporal, ya que este medio suele tener una estructura visual con contenidos irreales de perfección enfocados en la apariencia. Es por ello, que la persona al estar inmersa en este medio llega a tener constantes comparaciones con su entorno con base a lo atractivo de su imagen, desarrollando así juicios desvalorativos sobre el aspecto de uno mismo para poder alcanzar expectativas inalcanzables del ideal del cuerpo perfecto (Rodgers et al., 2020).

Existe 3 tipos de redes sociales: (a) *Redes Profesionales*, estas redes se centran en desarrollar contactos con el objetivo de buscar una oportunidad laboral, lo cual se da mediante la presentación profesional de la persona en base a sus capacidades, habilidades y experiencias para así crear relaciones o conexiones laborales con diversas entidades; consta en detallar a través de la plataforma digital su hoja de vida para conseguir una mayor interacción con otros usuarios; (b) *Redes Generalistas*, son medios enfocados en elaborar un perfil virtual del individuo para tener una interacción con personas de diferentes nacionalidades mediante la subida de contenidos acerca de fotografías, vídeos e información personal; (c) *Redes Especializadas*, se enfoca en la interacción e integración de la persona hacia un grupo de su interés o agrado creando un contacto más directo con personas afines a sus gustos (Cortés Ramos et al., 2013).

Teoría de Seis Grados de Separación. Esta teoría nace con el autor Frigyes Karinthy en 1929, en una breve narración nombrada “Cadenas”. El sustento de esta teoría relacionaba la cantidad de conocidos de un individuo y los conocidos de los conocidos de nuestras amistades, de tal manera que seguiría creciendo el número del vínculo de una cadena que serían las relaciones humanas. Así, en los años 60 se puso en práctica la teoría para

proporcionar una validez científica a la hipótesis de Frigyes, donde se llegó a la conclusión que lo primordial es tener un pequeño número de enlaces para enlazar con cualquier individuo de la población humana (Vargas, 2021).

Dimensiones. (a) *Hábitos*, se basa en la práctica de las redes sociales por parte de los jóvenes, está compuesto por las diferentes programaciones que llevan a cabo cuando están activos, de igual manera el uso y las herramientas con las que ingresan a interactuar con sus contactos. Es por ello, que puede ser utilizada como un medio de interacción social, distracción, como también para aspectos académicos; (b) *Intereses*; viene a ser el valor o productividad que se les da a las redes sociales. De igual forma, se sustenta en la principal utilización que estos usuarios digitales reciben y emplean en este medio, fundamentándose de esa manera en aspectos que tienen cierta relación en los distintos contextos de su vida, como es la búsqueda de trabajo, la ampliación de redes de contacto, formación académica, observar películas, juegos, música, entre otros; (c) *Satisfacción*; aquí los jóvenes experimentan sentimientos de bienestar, de cierta forma llegan a sentirse plenos al cubrir sus necesidades o deseos que tengan en su vida (Vargas, 2021).

Instrumentos de medición. (a) Cuestionario de Redes Sociales, fue creado por Vargas Condori en el año 2021, como parte del instrumento para su estudio de postgrado, el cual se divide en 3 escalas; la de hábitos, intereses y satisfacción (Vargas, 2021).

Definiciones Conceptuales

De acuerdo con Solano y Cano (2010) la insatisfacción con la imagen corporal hace referencia a la incomodidad o desagrado que presenta la persona respecto a su apariencia misma. Dicho proceso cognitivo denota los patrones del pensamiento con relación a su imagen física, puesto que realiza cierta comparación con sus pares, se cuestiona constantemente o simplemente tiene deseos persistentes de poder cambiar alguna parte de su cuerpo. Esto a su

vez provocan en el individuo que pueda experimentar emociones que le generen malestar en cuanto a su afectividad, como la ansiedad, tristeza, ira y de la misma forma, presentar desajustes comportamentales que se ocasionan por conductas de evitación hacia las demás personas, comprobación y métodos con prácticas de purgación (Rodríguez, 2013).

De acuerdo con (Rayo Ascoli, 2014) las redes sociales están establecidas como forma de interactuar con otros individuos, donde se acepta que aquella persona realice una comunicación con sus amistades o formar nuevas relaciones con los demás usuarios, teniendo en cuenta que en estas redes se puede implementar relaciones profesionales.

Justificación

Justificación teórica.

La presente investigación brindará aportes sobre la problemática en cuestión, que incluye la relación de ambas variables en estudio, puesto que no hay muchas investigaciones que se enfoquen en ambos constructos psicológicos; asimismo, permitirá fortalecer las teorías prevalecientes, contrastando alcances conseguidos en otras investigaciones y facilitando los nuevos hallazgos encontrados en esta investigación, de tal modo que puedan servir de bases teóricas.

Justificación práctica.

Este estudio tiene una gran significancia práctica, ya que con los resultados obtenidos se pretende realizar actividades para prevenir o mitigar la insatisfacción de la imagen corporal, a través de futuras campañas, programas y/o proyectos que produzcan cambios importantes en los estudiantes universitarios.

Justificación social.

Esta presente investigación brinda un aporte fundamental a la población universitaria y a los profesionales del área de salud, ya que puede servir de reflexión y concientización para la prevención de un inadecuado empleo de medios virtuales y la alteración de la apariencia corporal, de tal modo que se puedan ejecutar adecuadas intervenciones para la solución de esta problemática en los estudiantes universitarios que estén inmersos en el mundo de las redes sociales.

Justificación ética.

La presente investigación tuvo el mayor cuidado en cuanto a la citación, puesto que se consideró respectivamente a los autores de dicho contenido científico respetando el tema en cuestión; así también, se empleó adecuadamente las normas y lineamientos de la American Psychological Association (APA), de esta forma el estudio pasó rigurosamente por el Software Antiplagio Turnitin que recomienda la universidad.

1.2 Formulación del problema

Por todo lo mencionado anteriormente surge el interés por desarrollar un estudio donde se pueda comprender la relación del uso de redes sociales con la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes universitarios, por lo que se formula las preguntas de investigación:

¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?

Asimismo, para una mayor comprensión del propósito del estudio, se plantean las siguientes preguntas secundarias:

¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?

¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?

¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?

1.3 Objetivos

El presente estudio, tiene como objetivo principal determinar la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

A la vez, para obtener información que permita un adecuado análisis del tema, se propone alcanzar los siguientes objetivos secundarios:

Identificar el nivel de insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

Identificar el nivel de uso de redes sociales de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

Determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

Determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

Determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

1.4 Hipótesis

H₁ Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

H_{1a} Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

H_{1b} Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

H_{1c} Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

Capítulo II: Metodología

Diseño

La presente investigación posee un enfoque metodológico cuantitativo, ya que se empleó la recolección de datos para probar la hipótesis planteada con base a la medición numérica y el análisis estadístico, con el propósito de consolidar los conocimientos de las teorías, así como también fijar los modelos de comportamiento de la población (Hernández y Mendoza, 2018).

Este estudio es de tipo correlacional, el cual se centra en describir la relación que existe entre las variables de estudio, con la finalidad de recoger información y entender el grado de asociación de dichas categorías en un contexto determinado (Hernández y Mendoza, 2018).

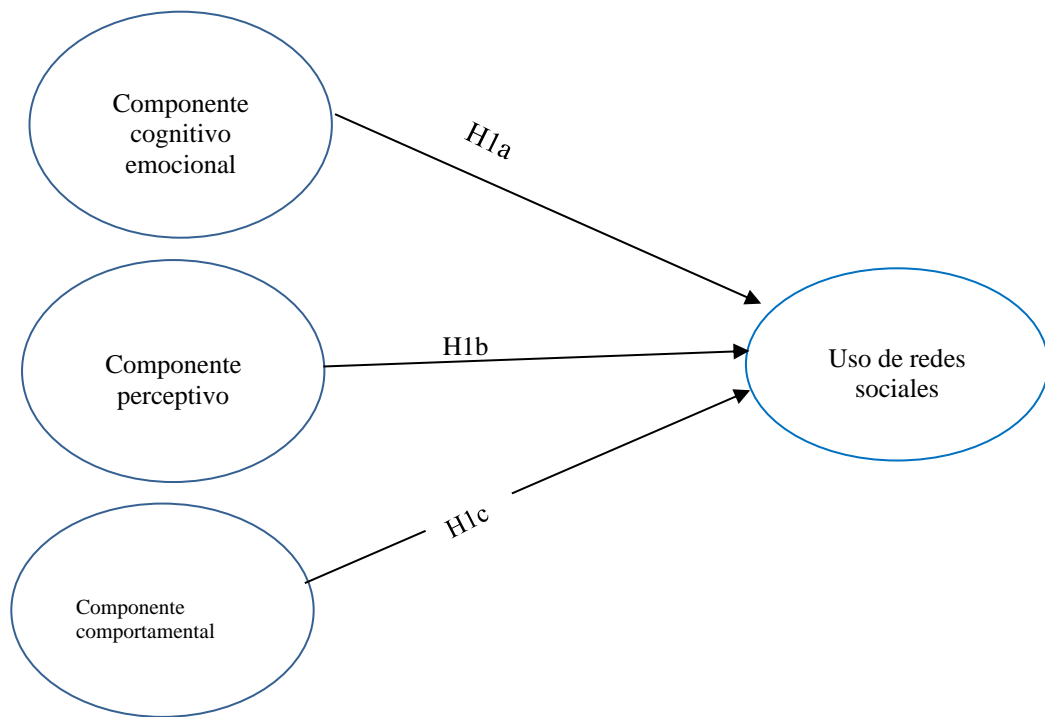
Por la naturaleza del estudio posee un corte transversal, puesto que la recopilación de datos se dará en un tiempo determinado y exclusivo, teniendo el propósito de detallar descriptivamente a ambas variables, estudiando su incidencia e interrelación en un contexto específico (Hernández y Mendoza, 2018).

El diseño aplicado en dicho estudio corresponde al no experimental, debido a que no involucra la adulteración intencionada de las variables en estudio, solamente se contemplan los fenómenos en su contexto natural para así poder ser analizados, con el fin de obtener resultados más objetivos cercanos a la realidad (Hernández y Mendoza, 2018).

A continuación, se muestra el modelo de investigación perteneciente a este estudio:

Figura 1

Modelo de investigación



Participantes

La unidad de estudio estuvo compuesta por estudiantes de la Facultad de Salud, de sexo masculino y femenino, de 18 años en adelante, pertenecientes del 1° al 10° ciclo, inscritos durante el periodo académico del 2022-2.

La población es el conjunto de todos los casos tomados para un estudio que está acorde a un mismo contexto (Hernández y Mendoza, 2018). Cabe señalar que la población total de estudiantes matriculados en la Facultad de Salud es de 6178, que incluye a estudiantes de la carrera profesional de Psicología, Nutrición y Dietética, Enfermería, Tecnología Médica, Especialidad de Terapia Física y Rehabilitación, y Obstetricia, de ambos sexos, de 18 años en adelante, de diversos ciclos académicos, inscritos en el periodo académico 2022-2.

La muestra es aquel subconjunto característico de una población específica, donde los elementos que constituyen esta agrupación comparten ciertas peculiaridades entre sí que son propias de la población de estudio (Hernández y Mendoza, 2018). Por ende, se calculó el tamaño de la muestra en base a la fórmula para la población finita:

$$\frac{NZ^2Q}{d^2(N-1) + Z^2PQ}$$

Donde:

$$N= 6,178$$

$$Z= 1.96$$

$$P= 0.5$$

$$Q= 0.5$$

$$d= 0.05$$

$$n= 362$$

Siendo 362 el tamaño referencial de la muestra para la presente investigación.

A continuación, se evidenciará la distribución de los estudiantes universitarios de la Facultad de Salud según su carrera de estudio pertenecientes del 1° al 10° ciclo.

Tabla 1

Distribución de estudiantes por carrera de estudio

Estudiantes universitarios por carrera de estudio	N
Enfermería	1008
Psicología	2721
Obstetricia	1003
Tecnología Médica	677
Nutrición y Dietética	769
Total	6178

La muestra se seleccionó con la técnica del muestreo no probabilístico de tipo por conveniencia, en la cual se considera a los individuos que tienen asequibilidad y disposición para ser incluidos en la investigación (Otzen y Manterola, 2017).

A continuación, se presentan las principales características de los participantes de este estudio, destacando que el 75.97% de la muestra estuvo conformada por estudiantes mujeres, mientras que el 24.03% estuvo conformado por estudiantes varones. Asimismo, las edades de los participantes oscilan entre los 18 hasta los 47 años de edad, teniendo en cuenta que el rango de edades entre los 33 a 37 (0%,) pertenecen a la mínima participación, por otro lado, el rango de edades entre 18 a 22 (67.13%) es de mayor participación. De igual manera, los estudiantes del X ciclo fueron los que más participaron (25.14%), mientras que los estudiantes del III ciclo participaron en menor cantidad (3.04%). Con respecto a las carreras podemos encontrar que gran proporción de los participantes se sitúan en la rama de psicología (51.66%), entre tanto la carrera de terapia física conforma la menor cantidad de participantes (11.05%).

La técnica empleada en este estudio para la recolección de datos es la encuesta, la cual, a través de preguntas directas o indirectas dirigidas hacia los sujetos, sirven para explorar y recolectar objetivamente la información perteneciente a este estudio. Asimismo, como instrumento de medición se utilizó el cuestionario, el cual consta de preguntas precisas y coherentes que fueron estandarizadas y revisadas con anterioridad para facilitar la obtención de datos de la investigación (Carrasco Díaz, 2005).

Cuestionario IMAGEN

El Cuestionario IMAGEN fue realizado por los autores Solano y Cano en el año 2010, la creación de dicho instrumento se centra fundamentalmente en la evaluación de la insatisfacción de la imagen corporal, ya que es considerada como un factor de riesgo en los trastornos de conducta alimentaria. Está compuesto por 38 ítems que se dividen en 3 escalas: (a) Escala de Insatisfacción Cognitiva Emocional, contiene 21 ítems, básicamente centrada en experimentar tanto emociones como pensamientos hacia el esquema corporal, como tener el anhelo de poseer una silueta fina, el temor a engordar, sentimientos de enojo consigo mismo e incomodidad con su aspecto físico; (b) Escala de Insatisfacción Perceptiva, está organizada en 10 ítems, y evalúa la convicción o impresión subjetiva que tiene el individuo de haber aumentado el peso en su cuerpo o de tener un cuerpo desagradable; y (c) Escala de Insatisfacción Comportamental, contiene 7 ítems que miden el nivel de frecuencia en los desajustes del comportamiento que pueden llegar a producir un trastorno alimentario, como la acción de prácticas diuréticas, incitar hacia el vómito, dejar de comer y más. El instrumento cuenta con 38 preguntas cerradas de respuesta de tipo Likert con una escala de 5 grados (0= Casi nunca, 1= Pocas veces, 2= Unas veces sí y otras veces no, 3= Muchas veces y 4= Casi siempre). Puede ser administrado de forma individual o grupal a partir de los 11 años de

edad, con un tiempo aproximado de 10 minutos para la resolución de cada ítem. Por ende, del cuestionario se puede adquirir la calificación completa de insatisfacción de la apariencia del cuerpo y también de sus correspondientes elementos (Rodríguez, 2013).

Validez. Sus características psicométricas avalan este instrumento; en relación a ello se realizó su primer estudio con una muestra compuesta de 2433 estudiantes, de las cuales 159 fueron mujeres y 89, varones, que oscilaban en los 17.2 años de edad, provenientes netamente de una institución educativa de la Sociedad de Madrid. Es por ello que posee una validez estructural, donde se corroboran que los 3 factores se adecuan al cuestionario y, además, es convergente satisfactoriamente con los cuestionarios del BSQ y el CIMEC. Cabe hacer mención que en nuestro país, Guerra y Ponce de León (2020) verificaron la validez de dicho instrumento, mediante un juicio de 5 expertos, llegando así a la conclusión que el instrumento tiene validez del contenido (Rodríguez, 2013).

Confiabilidad. El coeficiente de consistencia interna (alfa de Cronbach) es de =0,91, de la misma manera en las dimensiones se encontraron puntuaciones correspondientes a estos, donde el cognitivo emocional refleja un (.92), el perceptivo (.87) y el comportamental (.87) y a la vez, de forma general, muestran estabilidad temporal test-retest de .97 (Rodríguez, 2013).

Además, en nuestro país, Guerra y Ponce de León (2020) hallaron el coeficiente de alfa de Cronbach con 0.958, concluyendo que si contiene confiabilidad (Rodríguez, 2013).

Cuestionario de Redes Sociales

Vargas creó este instrumento en el año 2021, el cual es una elaboración propia de su estudio de postgrado realizado en nuestro país, donde la muestra fueron estudiantes de los diferentes semestres de las Facultades de Sociología y Ciencias de la Comunicación de la

Universidad Nacional del Centro del Perú. Este instrumento se divide en 3 escalas de estudio; la de hábitos que contiene un total de 9 ítems, intereses que contiene 9 ítems y satisfacción con 9 ítems. Su población está dirigida a estudiantes universitarios y la aplicación se da de manera individual o colectiva en un tiempo determinado de 10 minutos. El instrumento cuenta con 27 preguntas cerradas de respuesta de tipo Likert con una escala de 5 grados (1= Nunca, 2= Casi nunca, 3= A veces, 4= Casi siempre y 5= Siempre) (Vargas, 2021).

Validez. El estudio original señala que el cuestionario de uso de redes sociales fue validado por tres expertos. Además, el instrumento presentó una validez factorial en donde el índice KMO mostró un valor de .87 para el análisis factorial (Vargas, 2021).

Confiabilidad. Se realizó el análisis de confiabilidad con los alcances obtenidos por el alfa de Cronbach; el resultado que abarcaba la escala evidenció una puntuación de 0,79. Determinándose de esa forma que dicho instrumento tiene una aproximación a ser aceptable en cuanto a la consistencia interna (Vargas, 2021).

Procedimiento

Para la ejecución de la investigación, en primer lugar, se hizo el envío de una solicitud a través de un oficio dirigido al coordinador de la Facultad de Ciencias de la Salud de una Universidad de Lima, con el fin de administrar dichos cuestionarios en esta comunidad universitaria. De igual manera, para obtener el uso de los cuestionarios se envió un correo electrónico a los autores de dichas pruebas, en donde una vez obtenida la autorización de ambos, se puso en marcha la aplicación correspondiente del estudio.

El proceso de recolección de la información se ejecutó de manera virtual compartiendo un link de la encuesta, dirigida a los estudiantes universitarios pertenecientes a las carreras de la Facultad de Ciencias de la Salud, la cual está comprendida por Psicología,

Enfermería, Nutrición y Dietética, Obstetricia y Tecnología Médica, Especialidad de Terapia Física y Rehabilitación, del semestre académico 2022-2 de la Universidad Privada del Norte, distribuyendo dicho enlace del formulario a través de las redes sociales de los grupos de las carreras universitarias pertenecientes a dicha facultad, con el fin de favorecer la accesibilidad a una cantidad destacada de colaboradores. Concluyendo con la aplicación, se procedió a trasladar la información obtenida a la base de datos del programa Excel, para así realizar su respectivo análisis estadístico.

Análisis de Datos

Después de la administración de los instrumentos, los datos fueron recolectados para luego ser procesados y tabulados en el programa informático de Excel; asimismo, se descartaron aquellas pruebas que no estaban llenadas correctamente, ya que no se ajustaban a los requerimientos establecidos del estudio. Posterior a ello, se realizó el análisis de las subescalas de ambas variables mediante el empleo de las medidas estadísticas, en la cual se hizo uso de las tablas de distribución de frecuencia porcentual para una adecuada descripción de la información obtenida, cabe mencionar que se tomaron en cuenta los lineamientos normativos del American Psychological Association (APA).

Luego de filtrar los datos ordenados en el programa Excel se hizo el empleo del software estadístico SPSS Versión 25 a fin de realizar su análisis respectivo. El Statistical Product and Service Solution (SPSS) es un paquete estadístico que incorpora la agrupación de programas y subprogramas que están conectados entre sí de manera organizada y sincronizada (López & Fachelli, 2015). Posteriormente, se llevó a cabo el análisis descriptivo para evaluar las variables con el uso de las tablas de frecuencias y porcentajes, con el fin de determinar el nivel en relación a la población de estudio. Después se procedió a realizar el análisis de normalidad a través de la prueba del Kolmogorov-Smirnov con el fin de

comprender el tipo de distribución normal de la muestra, cabe resaltar que se empleó el K-S porque la muestra está conformada por 362 encuestados. Con base a los resultados, se encontró que los datos no se ajustan a una distribución normal, razón por la cual, se empleó estadística no paramétrica a través del coeficiente de correlación de rho de Spearman. También, fue tomada en cuenta la interpretación del Coeficiente de Spearman el cual fue propuesto por (Hernández y Mendoza, 2018).

Aspectos Éticos

El presente estudio está regido de acuerdo al Código de Ética del Investigador Científico UPN, aprobado con la resolución electoral N° 104-2016-UPN del 31 de octubre del 2016, en el cual hace mención en el artículo N° 5 que el investigador mantendrá en estricta privacidad y confidencialidad los datos personales de los participantes de la investigación, así como también el procesamiento de la información y la difusión de los resultados. Además, esta investigación se encuentra bajo los lineamientos normativos del APA, ya que tanto las definiciones y teorías propuestas por cada autor se encuentran correctamente citadas.

Con la presencia de los puntos éticos de la investigación, se respeta y se mantiene en anonimato la participación de los individuos que colaboraron en esta investigación, ya que los datos brindados no serán divulgados ni comentados con otras personas e instituciones, y de esa forma se respetará la privacidad y el derecho de cada uno de los sujetos.

La evaluación de cada uno de los participantes se dio de manera voluntaria, donde en primera instancia se les informó detalladamente el propósito de la investigación y con ello se proporcionó el consentimiento informado para que puedan acceder al desarrollo de la encuesta.

Capítulo III: Resultados

A continuación, se presentan los resultados obtenidos con el software del Statistical Product and Service Solution (SPSS) Versión 25, a través de tablas que ayudan a responder si existe relación entre el uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la facultad de salud de una universidad de Lima, 2022.

Tabla 1

Características sociodemográficas de la muestra de estudio

Variabes	Categorías	Frecuencia	Porcentaje
Sexo	Masculino	87	24.03%
	Femenino	275	75.97%
Edad	18-22	243	67.13%
	23-27	105	29.01%
	28-32	10	2.76%
	33-37	0	0.00%
	38-42	2	0.55%
	43-47	2	0.55%
Ciclo académico	1°	24	6.63%
	2°	35	9.67%
	3°	11	3.04%
	4°	41	11.33%
	5°	27	7.46%
	6°	33	9.12%
	7°	21	5.80%
	8°	47	12.98%
	9°	32	8.84%
	10°	91	25.14%
Carrera	Enfermería	45	12.43%
	Nutrición y dietética	46	12.71%
	Obstetricia	44	12.15%
	Psicología	187	51.66%
	Terapia física y rehabilitación	40	11.05%

La Tabla 2 consolida la información resumida de las características sociodemográficas de la muestra de estudio, según la categoría, frecuencia y porcentaje.

Tabla 2

Niveles de la insatisfacción de la imagen corporal y sus dimensiones

Dimensiones	Niveles							
	Severo		Marcado		Moderado		Mínimo o ausente	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Insatisfacción de la imagen corporal	47	13.1%	58	15.9%	136	37.6%	121	33.4%
Insatisfacción cognitivo - emocional	42	11.6%	52	14.5%	156	43.1%	112	30.8%
Insatisfacción perceptiva	47	12.9%	62	17.2%	136	37.6%	117	32.3%
Insatisfacción comportamental	57	15.7%	59	16.4%	108	29.8%	138	38.1%

Nota. Total de encuestados= 362; f= Frecuencias; %= Porcentajes

En la Tabla 3 se visualiza los niveles de insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la facultad de salud de una universidad de Lima. En cuanto al nivel global de la insatisfacción de la imagen corporal, el 37.6% presenta un nivel moderado, el 33.4% presenta un nivel mínimo o ausente, el 15.9% presenta un nivel marcado y el 13.1% presenta un nivel severo. En la dimensión insatisfacción cognitivo-emocional, el 43.1% presenta un nivel moderado, el 30.8% presenta un nivel mínimo o ausente, el 14.5% muestra un nivel marcado y el 11.6% muestra un nivel severo. Asimismo, en la dimensión insatisfacción perceptiva, el 37.6% presenta un nivel moderado, el 32.3% presenta un nivel mínimo o ausente, el 17.2% muestra un grado marcado y el 12.9% muestra un grado severo. Mientras que en la dimensión insatisfacción comportamental, el 38.1% muestra un grado mínimo o ausente, el 29.8% presenta un nivel moderado, el 16.4% presenta un nivel marcado y el 15.7% presenta un nivel severo.

Tabla 3

Frecuencias y porcentajes de los niveles de la variable y dimensiones

Variable y Dimensiones	Poco		Regular		Excesivo	
	f	%	f	%	f	%
Uso de redes sociales	67	18.5%	109	30.2%	186	51.3%
Satisfacción del uso de redes sociales	317	87.5%	41	11.3%	4	1.2%
Hábitos del uso de las redes sociales	91	25.1%	204	56.5%	67	18.4%
Utilidad del uso de redes sociales	58	16.1%	211	58.3%	93	25.6%

Nota. Total de encuestados= 362; f= Frecuencias; %= Porcentajes

En la Tabla 4 se percibe los niveles del uso de las redes sociales de estudiantes de la facultad de salud de una universidad de Lima. Respecto al nivel global del uso de redes sociales, el 51.3% presenta un nivel excesivo, el 30.2% presenta un nivel regular y el 18.5% presenta poco nivel de uso de las redes sociales. En la dimensión satisfacción del uso de las redes sociales, el 87.5% demuestra un poco nivel, el 11.3% demuestra un nivel regular y el 1.2% un nivel excesivo. En la dimensión hábitos del uso de las redes sociales, el 56.5% demuestra un nivel regular, el 25.1% presenta poco nivel y el 18.4% presenta un nivel excesivo. En la dimensión utilidad del uso de las redes sociales, el 58.3% demuestra un nivel regular, el 25.6% presenta un nivel excesivo y el 16.1% presenta poco nivel.

Posterior al análisis descriptivo de las variables, se procedió a determinar las correlaciones entre el uso de redes sociales y las dimensiones de insatisfacción de la imagen corporal, para ello, fue necesario llevar a cabo la prueba de normalidad a través del Kolmogorov - Smirnov (Tabla 7), por el tamaño de la muestra.

Tabla 4

Prueba de Kolmogorov Smirnov de bondad de ajuste a la curva normal

Variables	Kolmogorov - Smirnov			
	Estadístico	gl	Sig.	α
Insatisfacción cognitivo - emocional	.212	362	.023	.782
Insatisfacción perceptiva	.225	362	.010	.844
Insatisfacción comportamental	.144	362	.000	.812
Insatisfacción de la imagen corporal	.122	362	.000	.789
Satisfacción del uso de redes sociales	.102	362	.004	.676
Hábitos del uso de redes sociales	.245	362	.000	.549
Utilidad del uso de redes sociales	.098	362	.013	.602
Uso de redes sociales	.128	362	.001	.602

Nota. K-Sa= Kolmogorov-Smirnov con corrección de significación de Lilliefors; gl= Grados de libertad; Sig.= Nivel de significancia; α = Alfa de Cronbach para la fiabilidad de los instrumentos.

En la Tabla 5, puede observarse que, según los datos de las variables de estudio y sus dimensiones, no se presenta una distribución normal, puesto que el coeficiente de Kolmogorov - Smirnov (K-S) obtenido es significativo ($p < 0,05$), por ende, se procederá a la aplicación de una prueba no paramétrica como el Rho de Spearman para el contraste de las hipótesis de investigación.

De igual modo, en la Tabla 5, se presentan los resultados del Alfa de Cronbach para los grupos de datos. De ahí que, se observa que para cada uno de los grupos se alcanzan una confiabilidad aceptable (Oviedo y Campo, 2005) por encontrarse en el rango de 0.7 y 0.8 para la variable insatisfacción de la imagen corporal y sus respectivas dimensiones. Sin

embargo, la variable uso de redes sociales presenta un valor de α en el rango de 0.5 y 0.6, estos resultados alcanzan la categoría de confiabilidad moderada. Por ende, se llega a la conclusión que la consistencia interna de los instrumentos para medir las variables es aceptable y procede su utilización a fin de ejecutar análisis estadísticos.

Análisis Correlacional

Nivel de significancia: $\alpha=0.05 =5\%$ del margen máximo de error.

Regla de decisión: Si $p < \alpha (.05)$: Se rechaza la H_0 ; Si $p \geq \alpha (.05)$: Se acepta la H_0 .

Tabla 5

Correlación Rho de Spearman entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal

		Insatisfacción de la imagen corporal	Insatisfacción cognitivo - emocional	Insatisfacción perceptiva	Insatisfacción comportamental
Uso de redes sociales	Rho	.320	.378	.284	.302
	p	.000	.006	.000	.000
	n	362	362	362	362

Nota. Rho= Coeficiente de correlación de Spearman; p= Significancia bilateral; N= Total de encuestados.

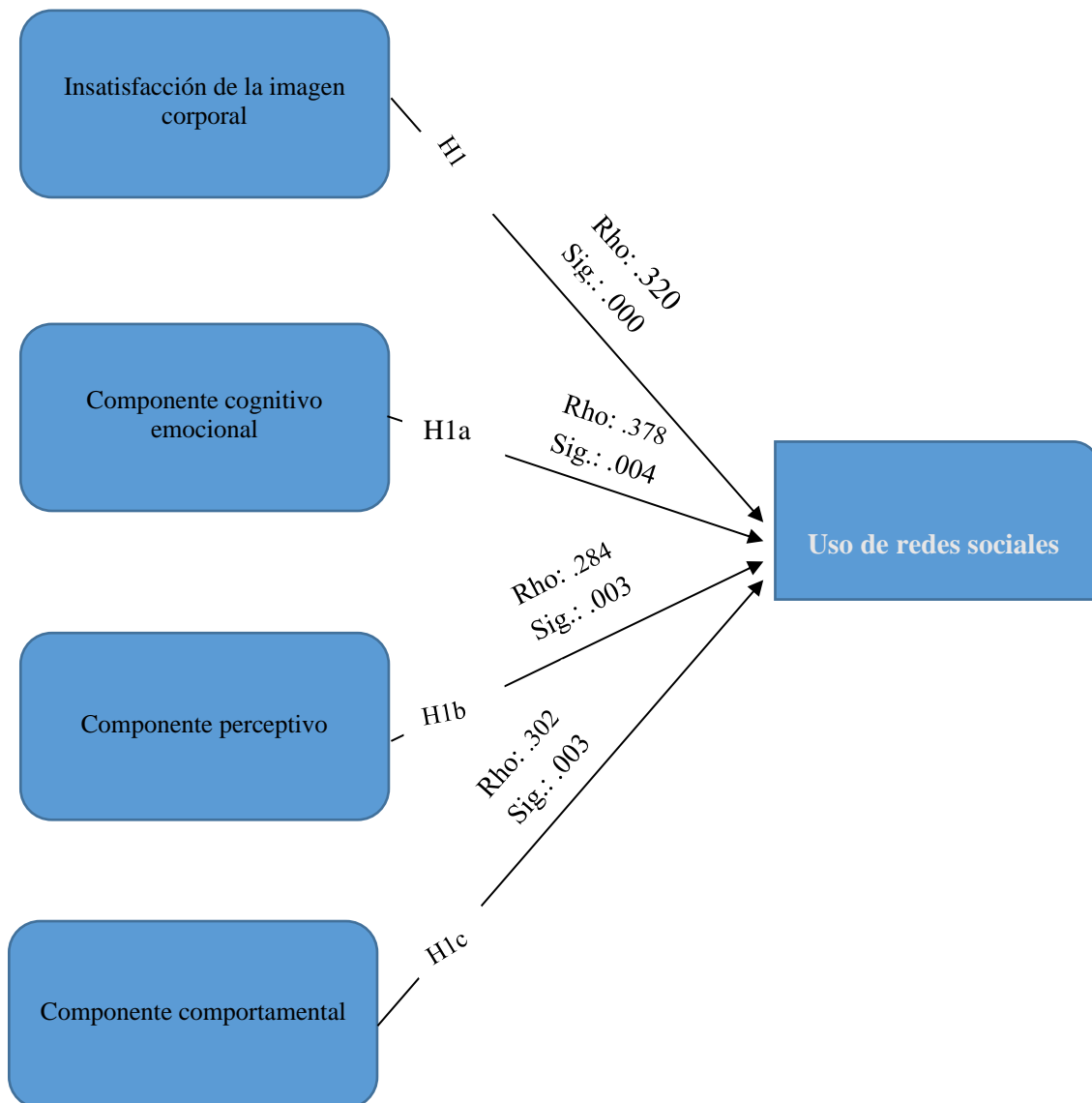
En la Tabla 6, se observa un vapor de $p=0.000$ en casi todas las puntuaciones presentadas entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal, así como con sus respectivas dimensiones. Este hallazgo señala que el nivel de p-valor teórico es menor al 0.05; razón por la cual, se llega a la conclusión que, al marco de confianza del 95% se aprueban todas las hipótesis de investigación propuestas en este estudio. De esta forma, se evidencia la existencia de una relación significativa directa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la facultad de salud de una universidad

de Lima, 2022 (H_1); existe relación significativa directa entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la facultad de salud de una universidad de Lima, 2022 (H_{1a}); existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la facultad de salud de una universidad de Lima, 2022 (H_{1b}); existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la facultad de salud de una universidad de Lima, 2022 (H_{1c}).

También, respecto al coeficiente de correlación rho de Spearman entre el uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal, se encontró una correlación positiva, directa y débil ($\rho=.320$); con la dimensión insatisfacción cognitivo – emocional obtuvo una correlación positiva directa y débil ($\rho=.378$); con la dimensión insatisfacción perceptiva obtuvo una correlación positiva directa y débil ($\rho=.284$); y con la dimensión insatisfacción comportamental se halló una correlación positiva directa y débil ($\rho=.302$). Todas estas categorías en el Coeficiente de Spearman fueron propuestos por (Hernández y Mendoza, 2018).

Figura 2

Resultados de correlación entre Uso de redes sociales e Insatisfacción de la imagen corporal



Capítulo IV: Discusión y Conclusiones

El presente estudio de investigación tuvo como objetivo general determinar la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022. Luego del proceso de recolección de datos y del análisis estadístico a través del coeficiente de correlación de Spearman se obtuvo un p-valor (sig. bilateral) = 0.000, el cual está debajo del 0.05 ($p < \alpha$), y en la fuerza de correlación Rho de Spearman se obtuvo .320, indicando la existencia de una correlación positiva, significativa y directa con una fuerza de relación débil entre ambas variables estudiadas. Al respecto, dichos resultados concuerdan con las de Jiménez y Sedano (2022), puesto que en su investigación encontraron una correlación significativa directa con un (Rho = .535; $p = .000$) en cuanto a las variables de estudio, presentando de esa manera una similitud entre la metodología, población, instrumento, edades de la muestra y zona geográfica. Asimismo, Florencia Viola (2020), halló en su investigación una correlación significativa directa de ($r = .66$; Sig. $< .001$) entre las mismas variables de estudio, cabe resaltar que ambas investigaciones presentan similitudes en cuanto a la metodología, población y las edades de la muestra; sin embargo, las diferencias radican en cuanto a la zona geográfica y la utilización de instrumentos, pero a pesar de ello, los resultados no han variado en cuanto a la correlación de las variables. Por otro lado, se mostró una ligera diferenciación en la investigación de Góngora (2023), donde se halló una relación significativa indirecta de ($b = 1.01$; 95% CI [.18, 1.88]) con una muestra de 121 mujeres y los instrumentos utilizados fueron el Cuestionario de Actitudes Socioculturales hacia la Apariencia (SATAQ-3), la Escala de Apreciación Corporal-2 (BAS-2), la Encuesta sobre Uso de Redes Sociales y el Inventario EDI-2 de Conductas Alimentarias. Dichos resultados reafirman la teoría del modelo biopsicosocial de Engel (1977), lo cual explica que el sujeto llega a tener disconformidad con su imagen corporal debido a una constante exhibición de cánones de belleza provenientes de la

sociedad, que son influenciadas a través de los medios de comunicación, como la televisión, las redes sociales, las revistas, la presión social, entre otras. Es decir, la persona torna a idealizar un prototipo de imagen de belleza que significa perfección, ya que está inmersa al uso continuo de estos medios, lo cual hace que se generen preocupaciones, pensamientos negativos, vulnerabilidad emocional y conductas desadaptativas, poniendo en riesgo su salud.

Con relación al primer objetivo específico, se buscó determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022. Posterior a la recolección de datos en la muestra señalada y su análisis mediante el coeficiente de correlación de Spearman, se halló p-valor .004 el cual es menor de .005 ($p < \alpha$), a la vez en la fuerza de correlación de Rho de Spearman ($\rho = .378$) se considera una correlación positiva, significativa y directa con una fuerza de relación muy baja; resultados que encajan con Ecurra Ludeña (2020) quien demostró que hay una correlación significativa de forma moderada entre las mismas variables de estudio con un ($\rho = 0.445$; $p < 0.01$). Estos resultados confirman la teoría de la comparación social de Festinger (1954) en la cual hace referencia que las personas se encuentran insatisfechas con su cuerpo debido a la constante semejanza que realizan sobre ellos mismos, evaluando continuamente sus opiniones y habilidades en relación de las demás personas, generando de esta manera preocupaciones por lograr una imagen esbelta, que vienen con pensamientos irracionales que provocan cierta inestabilidad emocional, como sentimientos de tristeza, enojo hacia su cuerpo, entre otros.

De acuerdo al segundo objetivo específico, buscó determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022. Con base a la recolección de datos en la muestra señalada y su análisis a través del coeficiente de correlación de Spearman, se obtuvo p-valor .003 siendo

menor de .005 ($p < \alpha$), y en la fuerza de correlación de Rho de Spearman ($\rho = .284$) se considera la existencia de que la correlación es positiva, significativa y directa con una fuerza de relación muy baja. Seguidamente, Infante y Ramírez (2017) encontraron resultados similares al del presente estudio dado que el índice de correlación de Rho de Spearman fue ($r = 0.247$; $p < 0.05$) entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo. De acuerdo al modelo explicativo de tradición cognitivista de Cash et al., (2004) hace énfasis en que el sujeto de acuerdo a sus experiencias y a la información brindada por el medio, tendrá su propio concepto de apariencia con la percepción reiterada de su imagen corporal.

En relación al tercer objetivo específico, se buscó determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022. Seguidamente, a la recolección de datos en la muestra señalada y su análisis mediante el coeficiente de correlación de Spearman, hallándose un p-valor .003 el cual es menor de .005 ($p < \alpha$), a la vez en la fuerza de correlación de Rho de Spearman ($\rho = .302$) se considera que la correlación es positiva, significativa y directa con una fuerza de relación muy baja. Al respecto, Losada et al., (2022) halló en su estudio una correlación significativa positiva con ($r = 0,399^{**}$; $p = ,000$) entre dichas variables. De acuerdo al modelo explicativo de tradición cognitivista de Cash et al., (2004) enfatiza que la preocupación por alcanzar la imagen de delgadez corporal conlleva a realizar acciones que generen un desajuste psicológico, con la ejecución de conductas como la de inducir al vómito, tomar laxantes y hacer ejercicios de manera excesiva.

Una de las mayores limitaciones encontradas en el presente estudio de investigación, fue en cuanto al marco teórico, puesto que no se halló la cantidad suficiente de antecedentes nacionales que contengan una relación entre ambas variables. Asimismo, se tuvo dificultad al encontrar el instrumento de la variable de uso de redes sociales, debido que no se encontraron

diferentes adaptaciones del cuestionario que pretendíamos evaluar. Otro factor limitante durante el proceso de recolección de datos fue respecto a la cantidad y homogeneidad de los participantes, ya que se tuvo mayor alcance en la población de mujeres que en los varones; asimismo, se tuvo mayor cantidad de participantes en la carrera de psicología en comparación de las otras, lo cual podría generar un sesgo en el estudio de investigación.

Con respecto a la implicancia práctica, de acuerdo a los datos recolectados y a las fuentes teóricas que sustentan a nuestras variables, se pretende que esta investigación científica sea utilizada como un recurso necesario para dar a conocer y sensibilizar sobre la importancia de relación entre las variables de uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal, de tal manera que sea primordial fomentar el cuidado de la salud mental y así prevenir el riesgo que podría tener la percepción negativa frente a nuestro cuerpo, siendo muy importante para un adecuado equilibrio vital en los estudiantes universitarios.

Seguidamente, en la implicancia teórica, los resultados alcanzados en este estudio pueden ser útiles para las futuras investigaciones que se enfoquen en relacionar las variables de uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal, puesto que no existen muchas investigaciones que hayan estudiado dichas variables; por ello, estos datos e informaciones obtenidas serán relevantes porque aportan en la literatura científica, con su contenido actualizado sobre la relación de ambas variables.

Por último, respecto a la implicancia metodológica, esta investigación puede ser esencial en la producción de inéditos instrumentos que ayuden a medir las variables de uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal, puesto que se pudo observar como la utilización de estas redes sociales se relacionan con la percepción que tenga la persona en relación a su propio cuerpo, surgiendo de esa manera efectos emocionales, cognitivos y comportamentales que generen un desajuste en cuanto a su salud mental.

En base a los resultados, se sugiere incluir en la muestra diversas carreras de estudio independiente de la facultad a la que pertenezcan, para lograr comparar los resultados entre carreras, además, se recomienda diseñar un instrumento de evaluación psicométrica de la variable uso de redes sociales, con aportes desde el enfoque cognitivo conductual. También, se propone ampliar el tamaño la muestra y considerar incluir a estudiantes de universidades públicas y privadas. De igual modo, se recomienda estudiar a ambas variables en poblaciones adolescentes. Finalmente, se recomienda analizar a las variables desde un nivel de alcance explicativo, en pro de analizar una posible relación de causalidad.

Conclusiones

Se concluye la correlación es significativa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

En los estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022, se identificó que el 13.1 % presentan un nivel severo, el 15.9 % presentan un nivel marcado, el 37.6 % presentan un grado moderado y el 33.4 % manifiestan un grado mínimo respecto a la insatisfacción de la imagen corporal.

En los estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022, se identificó que el 51.3% presentan un nivel de uso excesivo, el 30.2 % muestran un nivel de uso regular y el 18.5% evidencian un nivel bajo en cuanto al uso de redes sociales.

Se determinó que la correlación es positiva y directa, pero con una fuerza baja, entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de los estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

Se comprobó que la relación es significativa y directa, pero con una fuerza débil, entre

la variable uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.

Se concluye que la relación es significativa y directa, pero con una fuerza baja, entre la variable de uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima en el año 2022.

Referencias

- Aljadani, H. M. (2019). The correlation between Body Mass Index and Body Image Dissatisfaction and Body Image Perception in young Saudi women. *Progress in Nutrition, 21*(4), 984–991. <https://doi.org/10.23751/pn.v21i4.8913>
- Alvarenga, M. D. S., Philippi, S. T., Lourenço, B. H., Sato, P. D. M., & Scagliusi, F. B. (2010). Body image dissatisfaction in female Brazilian university students. *Jornal Brasileiro de Psiquiatria, 59*(1), 44–51. <https://doi.org/10.1590/S0047-20852010000100007>
- Ariel-Donges, A. H., Gordon, E. L., Bauman, V., & Perri, M. G. (2019). Does Yoga Help College-Aged Women with Body-Image Dissatisfaction Feel Better About Their Bodies? *Sex Roles, 80*(1–2), 41–51. <https://doi.org/10.1007/s11199-018-0917-5>
- Barreto y Luque, M. (2023). *Modelo estético corporal y la insatisfacción de la imagen corporal de las estudiantes de psicología de una universidad privada de Trujillo*. 1–60. http://www.gonzalezcabeza.com/documentos/CRECIMIENTO_MICROBIANO.pdf
- Bedford, J. L., & Johnson, C. S. (2006). Societal influences on body image dissatisfaction in younger and older women. *Journal of Women and Aging, 18*(1), 41–55. https://doi.org/10.1300/J074v18n01_04
- Bigman, G., Wilkinson, A. V, Homedes, N., & Pérez, A. (2018). Body Image Dissatisfaction, Obesity and Their Associations with Breastfeeding in Mexican Women, a Cross-Sectional Study. *Maternal and Child Health Journal, 22*(12), 1815–1825. <https://doi.org/10.1007/s10995-018-2583-1>
- Blakey, S. M., Reuman, L., Buchholz, J. L., & Abramowitz, J. S. (2017). Experiential avoidance and dysfunctional beliefs in the prediction of body image disturbance in a

nonclinical sample of women. *Body Image*, 22, 72–77.

<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2017.06.003>

Caldera, J., Reynoso, O., Nuño, D., Caldera, I., Pérez, I., & Gómez, C. (2019). Insatisfacción con la imagen corporal y personalidad en estudiantes de bachillerato de la región Altos Sur de Jalisco, México. *Duazary*, 16(1), 93. <https://doi.org/10.21676/2389783x.2534>

Calvo, M., Pimiento, M., & Ríos, J. et al. (2019). *Factores que influyen en la insatisfacción corporal de los adolescentes*.

Carrard, I., Rothen, S., & Rodgers, R. F. (2020). Body image and disordered eating in older women: A Tripartite Sociocultural model. *Eating Behaviors*, 38. <https://doi.org/10.1016/j.eatbeh.2020.101412>

Carrasco Díaz, S. (2005). *Metodología de la investigación científica*. 239.

Cortés Ramos, A., Hernández Naranjo, G., & Sánchez-Ancochea, D. (2013). Costa rica.

Handbook of Central American Governance, 367–384.

<https://doi.org/10.4324/9780203073148-22>

Cuno y Espinoza, M. (2021). *Relación de la influencia del modelo estético corporal, insatisfacción por la imagen corporal y el riesgo de presentar características asociadas a un trastorno de conducta alimentaria en estudiantes de una universidad privada de Arequipa*. 23.

Escurra Ludeña. (2020). *Imagen corporal y adicción a redes sociales en estudiantes del nivel secundario de la Institución Educativa Pedro Gálvez Egúsqiiza, Lima- 2022*.

Ferrer-Garcia, M., Porrás-García, B., Moreno, M., Bertomeu, P., & Maldonado, J. G. (2018).

Embodiment in different size virtual bodies produces changes in women's body image

distortion and dissatisfaction. *ANNUAL REVIEW OF CYBERTHERAPY AND
TELEMEDICINE*, 16, 111–117.

Florencia Viola. (2020). Redes sociales y su relación con la imagen corporal en mujeres jóvenes. *Osteocinematica*, 301, 0–51.

Góngora, V. C. (2023). *Actividades en redes sociales, insatisfacción corporal, ideales de belleza y apreciación corporal en mujeres adultas*. 15, 19–27.

Hernández y Mendoza. (2018). Metodología de la investigación. In *Mc Graw Hill* (Vol. 1, Issue Mexico).

Ipsos. (28 de octubre de 2021). Redes sociales 2021. <https://www.ipsos.com/es-pe/redes-sociales-2021>

Jazmin, Faura, I., Margarita, C., & Luna, R. (2017). Use of facebook and the self-perception of body image in women. *Av.Psicol*, 25(2), 2017.

Jiménez y Sedano, E. (2022). *Dependencia a las redes sociales y la imagen corporal en estudiantes de la carrera de Psicología de una universidad privada de Los olivos, 2021*. <https://orcid.org/0000-0002-6699-0030>

López & Fachelli. (2015). Metodología de la Investigación Social Cuantitativa (2015). *Revista de Educación y Derecho*, 17. <https://doi.org/10.1344/rezyd2018.17.13>

Losada, V., Stamatiou, S., & Potes, M. (2022). Empleo de redes sociales e internalización del ideal de delgadez en mujeres adolescentes. *Psicoespacios*, 16(28), 1–24. <https://doi.org/10.25057/21452776.1454>

Miranda, V. P. N., Amorim, P. R. S., Bastos, R. R., Souza, V. G. B., Faria, E. R.,

- Franceschini, S. C. C., Teixeira, P. C., De Morais, N. D. S., & Priore, S. E. (2021).
Body image disorders associated with lifestyle and body composition of female
adolescents. *Public Health Nutrition*, 24(1), 95–105.
<https://doi.org/10.1017/S1368980019004786>
- Molina y Toledo, R. (2014). Las Redes Sociales Y Su Influencia En El Comportamiento De
Los Adolescentes. *Universidad Del Azuay*, 1–80.
<http://es.scribd.com/doc/81538099/Redes-Sociales-y-Su-cia-en-El-Rendimiento-Academico>
- Moreno-Dominguez, S., Servian-Franco, F., del Paso, G. A. R., & Cepeda-Benito, A. (2019).
Images of Thin and Plus-Size Models Produce Opposite Effects on Women’s Body
Image, Body Dissatisfaction, and Anxiety. *SEX ROLES*, 80(9–10), 607–616.
<https://doi.org/10.1007/s11199-018-0951-3>
- Organización Mundial de la Salud. (9 de junio de 2021). Obesidad y sobrepeso.
<https://www.who.int/es/news-room/fact-sheets/detail/obesity-and-overweight>
- Otzen, T., & Manterola, C. (2017). Técnicas de Muestreo sobre una Población a Estudio.
International Journal of Morphology, 35(1), 227–232. <https://doi.org/10.4067/S0717-95022017000100037>
- Oviedo y Campo. (2005). Revista Colombiana de Psiquiatría Aproximación al uso del
coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, XXXIV(1), 571–580.
<http://www.redalyc.org/pdf/806/80634409.pdf%0Ahttp://www.redalyc.org/pdf/806/80650839004.pdf>
- Posavac, H. D., Posavac, S. S., & Weigel, R. C. (2001). Reducing the impact of media
images on women at risk for body image disturbance: Three targeted interventions.

Journal of Social and Clinical Psychology, 20(3), 324–340.

<https://doi.org/10.1521/jscp.20.3.324.22308>

Rayo Ascoli. (2014). “INFLUENCIA DEL USO DE LAS REDES SOCIALES EN LAS RELACIONES FAMILIARES DE JÓVENES DE 18 Y 24 AÑOS QUE PRESENTAN ADICCIÓN A LAS MISMAS.” *World Health Organization, World Bank Group, OECD, July*, 1–100.

<http://elibrary.almaata.ac.id/1714/%0Ahttps://osf.io/yejcm/%0Ahttp://elibrary.almaata.ac.id%0Ahttps://bmjopen.bmj.com/lookup/doi/10.1136/bmjopen-2019-030624%0Ahttps://ppjp.ulm.ac.id/journal/index.php/JPKMI/article/view/2758%0Ahttp://stikara.ac.id/jupermik/index.php>

Richardson, S. M., & Paxton, S. J. (2010). An evaluation of a body image intervention based on risk factors for body dissatisfaction: A controlled study with adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders*, 43(2), 112–122.
<https://doi.org/10.1002/eat.20682>

Rodgers, R. F., Slater, A., Gordon, C. S., McLean, S. A., Jarman, H. K., & Paxton, S. J. (2020). A Biopsychosocial Model of Social Media Use and Body Image Concerns, Disordered Eating, and Muscle-Building Behaviors among Adolescent Girls and Boys. *Journal of Youth and Adolescence*, 49(2), 399–409.
<https://doi.org/10.1007/s10964-019-01190-0>

Rodríguez et al. (2013). *Alteraciones de la Imagen Corporal*. Síntesis, S.A.

Romo del Olmo, M., & Ortega, F. H. (2020). Influencia de las redes sociales en la satisfacción de la imagen corporal de las adolescentes.
[https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/23419/Romo del Olmo%2C](https://rodin.uca.es/xmlui/bitstream/handle/10498/23419/Romo%20del%20Olmo%20et%20al.%20(2020).%20Influencia%20de%20las%20redes%20sociales%20en%20la%20satisfacci%C3%B3n%20de%20la%20imagen%20corporal%20de%20las%20adolescentes.pdf)

M.pdf?sequence=4&isAllowed=y

- Sheffield, J. K., Tse, K. H., & Sofronoff, K. (2005). A comparison of body-image dissatisfaction and eating disturbance among Australian and Hong Kong women. *European Eating Disorders Review*, *13*(2), 112–124. <https://doi.org/10.1002/erv.641>
- Sixto García. (2014). Desarrollo de las redes sociales como herramienta de marketing. Estado de la cuestión hasta 2015. *ICCASM 2010 - 2010 International Conference on Computer Application and System Modeling, Proceedings*, *8*, 179–196. <https://doi.org/10.1109/ICCASM.2010.5620334>
- Vall-Roque, H., Andres, A., & Saldana, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites uses, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *PROGRESS IN NEURO-PSYCHOPHARMACOLOGY & BIOLOGICAL PSYCHIATRY*, *110*. <https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2021.110293>
- Vargas, C. (2021). *Redes sociales y comunicación familiar en estudiantes de la universidad nacional del centro del Perú 2017*. (Tesis de maestría). Universidad Federico Villareal, Lima, Perú. <https://hdl.handle.net/20.500.13084/5245>
- Venegas y González, M. (2020). Influencias sociales en un modelo de insatisfacción corporal, preocupación por el peso y malestar corporal en mujeres mexicanas. *Acta Colombiana de Psicología*, *23*(1), 18–27. <https://doi.org/10.14718/acp.2020.23.1.2>
- Wilhelm, L., Hartmann, A. S., Becker, J. C., Kişi, M., Waldorf, M., & Vocks, S. (2018). Body Covering and Body Image: A Comparison of Veiled and Unveiled Muslim Women, Christian Women, and Atheist Women Regarding Body Checking, Body Dissatisfaction, and Eating Disorder Symptoms. *Journal of Religion and Health*, *57*(5), 1808–1828. <https://doi.org/10.1007/s10943-018-0585-3>

Wu, L., Niu, G., Ni, X., Shao, X., & Luo, Y. (2022). Body image flexibility moderates the association between photo-related activities on WeChat moments and the body dissatisfaction of female adolescents in China. *Current Psychology*, *41*(1), 99–104. <https://doi.org/10.1007/s12144-019-00553-x>

Anexos

ANEXO 1. Matriz de Consistencia Interna

PROBLEMA GENERAL	OBJETIVO GENERAL	HIPÓTESIS GENERAL	VARIABLES	METODOLOGÍA
¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?	Determinar la relación entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.	Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y la insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.	<p>1. Variable Independiente (VI): Insatisfacción de la imagen corporal.</p> <p>VI: Definición: Según (Bigman et al., 2018), la insatisfacción de la imagen corporal es la distorsión y percepción negativa acerca de la apariencia de uno mismo.</p> <p>Dimensiones de la VI: D1: Componente cognitivo-emocional. D2: Componente perceptivo. D3: Componente comportamental.</p> <p>2. Variable Dependiente (VD): Uso de redes sociales.</p> <p>VD: Definición: (Carrard et al., 2020), refiere que las redes sociales son medios tecnológicos influyentes que producen preocupación y comportamientos negativos en relación a la imagen corporal.</p>	<p>Enfoque de investigación: Es una investigación cuantitativa.</p> <p>Diseño de investigación: Posee un diseño no experimental.</p> <p>Corte de investigación: Tiene un corte transversal.</p> <p>Alcance o nivel de investigación: Su nivel es correlacional debido a que tiene como fin explicar la relación que puede existir entre las variables de investigación (Hernández y Mendoza, 2018).</p> <p>Población y muestra: Población: 6178 estudiantes de la Facultad de Salud que cumplan con el criterio de la unidad de estudio. Muestra: 362 estudiantes de la Facultad de Salud. Muestra no probabilística por conveniencia.</p> <p>Instrumentos: Para la V1: Cuestionario IMAGEN. cognitivo emocional refleja un (.92), el perceptivo (.87) y el comportamental (.87) y a la vez, de forma general, muestran estabilidad temporal test-retest de .97.</p> <p>Para la V2: Cuestionario de Redes Sociales.</p>
PROBLEMAS ESPECÍFICOS	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS ESPECÍFICAS		
<p>P1: ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?</p> <p>P2: ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?</p> <p>P3: ¿Cuál es la relación entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022?</p>	<p>O1: Identificar el nivel de insatisfacción de la imagen corporal de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p> <p>O2: Identificar el nivel de uso de redes sociales de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p> <p>O3: Determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p> <p>O4: Determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p> <p>O5: Determinar la relación entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p>	<p>H1: Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente cognitivo-emocional de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p> <p>H2: Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente perceptivo de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p> <p>H3: Existe relación significativa entre el uso de redes sociales y el componente comportamental de estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022.</p>		

ANEXO 2. Operacionalización de la Variable de Insatisfacción de la Imagen Corporal

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles y Rangos
Insatisfacción de la imagen corporal.	Es la percepción negativa y desestimación con respecto a la apariencia física de uno mismo, que produce en el sujeto preocupación, disconformidad y menosprecio al querer obtener una imagen ideal (Bigman et al., 2018).	La variable será medida por las siguientes dimensiones: La puntuación total del componente cognitivo-emocional, perceptivo y comportamental.	Componente cognitivo-emocional.	Pensamientos y emociones propias de la insatisfacción con la imagen corporal.	(1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21)	Ordinal tipo Likert. Casi nunca o nunca (0) Pocas veces (1) Unas veces sí y otras no (2) Muchas veces (3) Casi siempre o siempre (4)	Bajo.
			Componente perceptivo.	Evalúa la creencia o sensación subjetiva de haber alcanzado un peso por encima del deseado o una figura deforme.	(22, 23, 24, 25, 26, 27, 28, 29, 30, 31)		Medio.
			Componente conductual.	Mide la frecuencia con la que se producen comportamientos que son propios de personas con patología alimentaria.	(32, 33, 34, 35, 36, 37, 38)		Alto.

ANEXO 3. Operacionalización de la Variable de Uso de Redes Sociales

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Indicadores	Ítems	Escala	Niveles y Rangos
Uso de redes sociales.	Son recursos digitales tecnológicos que influyen constantemente en la conducta de la persona debido a sus contenidos visuales centrados en prototipos de ideales de belleza y perfección (Carrard et al., 2020).		Hábitos. Intereses. Satisfacción.	(1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9) (10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18) (19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27)	Ordinal tipo Likert. Nunca (1) Casi nunca (2) A veces (3) Casi siempre (4) Siempre (5)	Bajo. Medio. Alto.

ANEXO 4. Ficha técnica del Cuestionario de IMAGEN

Nombre	Imagen, evaluación de la insatisfacción de la imagen corporal.
Autores	Natalia Solano Pinto y Antonio Cano Vindel.
Subescalas	Escala de Insatisfacción Cognitiva-Emocional, Escala de Insatisfacción Perceptiva, Escala de Insatisfacción Comportamental.
Ítems	38.
Adaptado por	García (2013), Guerra y Ponce de León (2020).
Año	2010.
Población	A partir de los 11 años en adelante.
Administración	Individual y colectiva.
Duración	10 minutos aproximadamente.
Objetivo	Evaluación de la insatisfacción con la imagen corporal y sus tres principales componentes: cognitivo–emocional, perceptivo y comportamental.

ANEXO 5. Cuestionario IMAGEN

Cuestionario 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 dan?

Nunca o casi nunca: 0

Pocas veces: 1

Unas veces sí y otras no: 2

Muchas veces: 3

Casi siempre o siempre: 4

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

Observa el siguiente ejemplo:

En el ejemplo, la persona ha contestado 2, lo que quiere decir que a veces tiene el pensamiento de no querer ser una persona gorda. Cuando respondas a las preguntas trata de hacerlo de la forma más sincera que puedas. Recuerda que tus respuestas son confidenciales y que no hay contestaciones buenas ni malas, sencillamente sigue tu criterio personal.

Nota: Colocar un aspa (**X**) en la columna que corresponda

n°	Indicadores	0	1	2	3	4
Con qué frecuencia tienes los siguientes pensamientos y emociones						
1	Debería ponerme a dieta					
2	Tendría que hacer ejercicios para controlar mi peso					
3	Es absolutamente necesario que este delgada (o)					
4	Estoy insatisfecha (o) con mi figura corporal					
5	Si hiciera ejercicio conseguiría disminuir mi peso					
6	Me da miedo conocer mi peso					
7	Admiro a las personas o modelos capaces de mantener una figura delgada					
8	Me pongo triste cuando pienso en mi figura					
9	Me irrito cuando pienso en mi aspecto físico					
10	Me molesto cuando mi familia me indica algo sobre mi figura					
11	Me siento inferior cuando alguien halaga la figura de otra persona					
12	Me siento gorda(o) cuando gano algo de peso					
13	Si engordase no lo soportaría					
14	Tengo miedo a perder el control sobre mi aspecto físico					
15	Tengo miedo a engordar					

16	Cuando como, tengo miedo a perder el control					
17	Imagino que si fuese una persona delgada(o) estaría segura(o) de mi					
18	Tengo miedo a tener celulitis					
19	Influyen de forma negativa los comentarios sobre mi cuerpo					
20	Recuerdo de forma negativa las burlas sobre mi aspecto físico					
21	Pienso que me estoy poniendo gorda o gordo					
Con qué frecuencia tiene las siguientes ideas						
22	Mi estómago impide que me vea los pies					
23	Mis brazos son gordos					
24	Tengo las mejillas caídas					
25	Mi pecho está flácido y caído					
26	El roce entre mis piernas me impide andar bien					
27	Ocupo demasiado espacio en las sillas					
28	Las dimensiones de mi cuerpo me impiden llevar una vida normal					
29	Las dimensiones de mi estómago me hacen parecer una "ballena"					
30	Los rollitos que me salen de la espalda me hacen recordar a las salchichas					

31	Las facciones de mi cara están deforme debido a mi peso					
Con qué frecuencia realiza los siguientes comportamientos						
32	Me provoco el vómito para controlar mi comida					
33	Utilizo laxantes, diuréticos u otras pastillas para controlar mi peso					
34	Vomito después de las comidas					
35	Cuento las calorías como si fuese una calculadora					
36	Permanezco de pie para perder de peso					
37	Tiro la comida para controlar mi peso					
38	Escondo comida porque quiero controlar mi peso					

ANEXO 6. Ficha técnica del Cuestionario de Redes Sociales

Nombre	Cuestionario de redes sociales
Autores	Vargas Condori
Subescalas	Hábitos, intereses y satisfacción.
Ítems	27.
Adaptado por	Vargas Condori – Adaptación peruana
Año	2021.
Población	Estudiantes universitarios.
Administración	Individual y colectivo.
Duración	10 minutos.
Finalidad	Conocer el uso que le dan los estudiantes universitarios a las redes sociales.

7	Utiliza las redes sociales para subir fotos y videos de familiares y amigos.					
8	Sientes que te enojas cuando alguien te molesta por estar mucho tiempo en las redes sociales.					
9	Crees que el uso de las redes sociales influye negativamente en tus estudios.					
10	Utiliza las redes sociales para mantener comunicación con tus amigos.					
11	Todos los días publicas algo en tu muro.					
12	Utiliza las redes sociales para mantenerte informado de los eventos.					
13	Le gusta las redes sociales porque puede interactuar en ella con toda libertad.					
14	Prefiere mantener comunicación a través de las redes sociales que en persona.					
15	Sus trabajos académicos son más sencillos si los coordina a través de las redes sociales.					
16	Las redes sociales le han ayudado hacer muchos amigos en la red y en persona.					
17	Cuando quiero buscar una persona, las redes sociales le ayudan mucho.					
18	La mayoría de sus fotografías las tiene en las redes sociales.					
19	Se siente feliz cuando acepta solicitudes de nuevos amigos en las redes sociales.					

20	En las redes sociales tiene más amigos que en la vida real.					
21	En mis redes sociales tiene más de 200 amigos.					
22	Las redes sociales le sirven para realizar sus trabajos académicos.					
23	Siente que tiene prestigio, gracias a las redes sociales.					
24	Las redes sociales le permiten ahorrar tiempo y distancia.					
25	Las redes sociales le permiten estar conectado con su círculo de amigos.					
26	Estar conectado a las redes sociales le hace sentir bien.					
27	Gracias a las redes sociales siente que ha mejorado en su socialización.					

ANEXO 8. Evidencia del Cuestionario Aplicado

Link del Cuestionario Virtual: <https://forms.gle/AJWycVNAr9Vku2Kb8>

Preguntas Respuestas 369 Configuración

Sección 1 de 4

"Uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022".

Estimado(a) participante:

Reciba nuestro cordial saludo, somos las estudiantes Correa Barreda Araceli y Ramos Gabriel Patricia Brigitte, del décimo ciclo de la carrera de Psicología de la Universidad Privada del Norte - Los Olivos. En esta oportunidad usted ha sido invitado(a) para formar parte de manera voluntaria de una investigación de nuestra autoría, mediante la aplicación de cuestionarios se pretende recolectar información sobre el "Uso de redes sociales e insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes de la Facultad de Salud de una Universidad de Lima, 2022".

Dicha información será utilizada sólo con fines académicos y todo resultado proporcionado será confidencial. La aceptación de este documento significa que ha leído dicha información y que usted brinda su autorización del desarrollo de esta investigación. Finalmente como parte del mensaje, se agradece su participación proporcionando datos de su realidad y formando parte de un proceso de estudio riguroso.

Requisitos para realizar los cuestionarios:

- Ser estudiante de la Facultad de Ciencias de la Salud de la UPN - Los Olivos.
- Estar matriculado en el semestre 2022-II.
- Pertenecer a cualquier ciclo académico.
- Mayores de 18 años de edad.

En caso tenga duda con respecto a las preguntas planteadas, para poder brindarle ayuda y absolver sus inquietudes puede comunicarse a los siguientes correos de contacto:

Sección 3 de 4

Cuestionario Imagen

A continuación, se presenta 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 dan?

Para ello, se le invita leer cada enunciado para luego marcar una respuesta que más se ajuste a su realidad.

Existe 5 tipos de respuesta por cada enunciado:

- Nunca o casi nunca.
- Pocas veces.
- Unas veces sí y otras no.
- Muchas veces.
- Casi siempre o siempre.

Nota: Se le recomienda realizar el cuestionario en una PC o usar el celular de manera horizontal.

Con qué frecuencia tienes los siguientes pensamientos y emociones *

	Nunca o casi n...	Pocas veces	Unas veces sí ...	Muchas veces	Casi siempre o...
1. Debería pon...	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

ANEXO 9. Consentimiento informado

⋮

Consentimiento Informado: *

Después de haber sido informado(a) sobre los procedimientos de investigación ¿Acepto participar voluntariamente en este estudio?

Sí.

No.

ANEXO 10. Autorización de uso de instrumentos



The screenshot shows a WhatsApp chat interface. At the top, there are navigation icons: a back arrow, a download icon, a trash can, an envelope, and a three-dot menu. The chat title is "CUESTIONARIO IMAGEN" with a "Recibidos" label and a star icon. The first message is from "yo" (me) dated "6 oct." and is addressed to "para acanovin". The text of the message reads: "Buenas tardes; me presento, soy bachiller de la carrera de Psicología de la Universidad Privada del Norte (Perú), y me gustaría pedirle por favor el consentimiento y la autorización correspondiente de poder utilizar su Cuestionario IMAGEN netamente con fines de investigación para obtener el título universitario. De antemano, muchas gracias, espero su pronta respuesta, que tenga un excelente día." The second message is from "Antonio Cano Vindel" dated "7 oct." and is addressed to "para yo". The text reads: "Cuando se utiliza una prueba para la que se han adquirido los derechos de uso, no se requiere permiso de los autores. Saludos cordiales". Below this is a profile card for "Rubén Vargas" from Facebook, with the text: "No está en tu lista de amigos en Facebook. Trabaja en UNIVERSIDAD NACIONAL DEL CENTRO DEL PERÚ. Ver perfil". A timestamp "06 OCT, 19:06" is shown. The third message is a blue bubble from Rubén Vargas: "Buenas noches; me presento, soy bachiller de la carrera de Psicología de la Universidad Privada del Norte, y me gustaría pedirle por favor el consentimiento y la autorización correspondiente de poder utilizar su Cuestionario Uso de Redes Sociales de su estudio 'Redes sociales y Comunicación Familiar en estudiantes de la Universidad Nacional del Centro del Perú 2017', netamente su uso sería con fines de investigación para obtener el título universitario. De antemano, muchas gracias, espero su pronta respuesta." A timestamp "06 OCT, 19:36" is shown. The final message is a grey bubble from Antonio Cano Vindel: "Hola Patricia, claro que sí, tiene mi consentimiento y autorización con el mayor de los gustos que le vaya súper bien en su tesis, saludos".