

Hector Maria

Artículo de Tesis.docx

 My Files My Files Universidad Peruana Union

Detalles del documento

Identificador de la entrega

trn:oid:::29566:484705338

Fecha de entrega

19 ago 2025, 7:00 p.m. GMT-5

Fecha de descarga

18 sep 2025, 5:30 p.m. GMT-5

Nombre del archivo

Artículo de Tesis.docx

Tamaño del archivo

2.1 MB

27 páginas

6233 palabras

36.163 caracteres

3% Similitud general

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para ca...

Filtrado desde el informe

- Bibliografía
- Texto citado
- Texto mencionado
- Coincidencias menores (menos de 8 palabras)

Exclusiones

- N.º de coincidencias excluidas

Fuentes principales

- 3%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Marcas de integridad

N.º de alertas de integridad para revisión

No se han detectado manipulaciones de texto sospechosas.

Los algoritmos de nuestro sistema analizan un documento en profundidad para buscar inconsistencias que permitirían distinguirlo de una entrega normal. Si advertimos algo extraño, lo marcamos como una alerta para que pueda revisarlo.

Una marca de alerta no es necesariamente un indicador de problemas. Sin embargo, recomendamos que preste atención y la revise.

Fuentes principales

- 3%  Fuentes de Internet
- 1%  Publicaciones
- 3%  Trabajos entregados (trabajos del estudiante)

Fuentes principales

Las fuentes con el mayor número de coincidencias dentro de la entrega. Las fuentes superpuestas no se mostrarán.

1	Internet	hdl.handle.net	<1%
2	Internet	www.scielo.org.pe	<1%
3	Internet	dspace.ucacue.edu.ec	<1%
4	Trabajos entregados	Universidad Católica de Santa María on 2025-03-03	<1%
5	Trabajos entregados	Universidad del Atlántico Medio on 2025-05-29	<1%
6	Internet	theomnibuzz.com	<1%
7	Internet	repositorio.ucv.edu.pe	<1%

Influencia de la adicción a las redes sociales en la autoestima e insatisfacción con la imagen corporal de mujeres adolescentes de Lima

Influence of social media addiction on self-esteem and body image dissatisfaction among adolescent women in Lima

Hector Rolando Ircañaupa-Garcia¹, Maria Jesus Cardenas-Prado², Celina Ramirez-Vega³

Aaron Travezaño-Cabrera⁴

Resumen

El presente estudio tuvo como objetivo identificar la influencia de las redes sociales en la imagen corporal y como este repercute en la autoestima en mujeres adolescentes de Lima Este. Asimismo, el estudio evidencia un enfoque cuantitativo, tipo no experimental, de corte transversal y un diseño predictivo, dado a que busca explorar las relaciones entre variables con el objeto de explicar fenómenos y su comportamiento. La muestra estuvo compuesta por 453 alumnos menores de edad peruanos del sexo femenino, con un rango de 15 a 17 años ($M = 15.97$ $DE = .75$). En cuanto a los grados correspondientes de tercero de secundaria son (23.18%), de cuarto de secundaria son (43.93%) y de quinto de secundaria (32.89%). Para la recopilación de datos se utilizó un muestro no probabilístico por conveniencia, los instrumentos empleados fueron la Escala de acción a las Redes sociales (ARS), para medir la adicción a las redes sociales, Escala de Body Shape Questionnaire (BSQ-14) para medir la insatisfacción corporal de mujeres adolescentes, y Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR) para medir la autoestima. Los análisis estadísticos fueron tratados en el software R-studio. Donde los resultados mostraron que la adicción a las redes sociales influye de manera significativa en la insatisfacción corporal de las adolescentes, sin embargo, se evidenció que no repercute en la autoestima en las adolescentes mujeres. En conclusión, la adicción a redes sociales cumple un papel importante en

la insatisfacción de la imagen corporal, sin embargo, mientras que en la autoestima de las adolescentes no es así.

Palabras clave: Redes sociales, Imagen Corporal, autoestima, adolescentes.

Abstract

The present study aimed to identify the influence of social media on body image and how this impacts self-esteem in adolescent women from East Lima. Furthermore, the study evidences a quantitative, non-experimental, cross-sectional approach and a predictive design, given that it seeks to explore the relationships between variables in order to explain phenomena and their behavior. The sample consisted of 453 Peruvian female minors, ranging in age from 15 to 17 years ($M = 15.97$ $SD = .75$). Regarding the corresponding grades, the following are: third year of secondary school (23.18%), fourth year of secondary school (43.93%), and fifth year of secondary school (32.89%). For the data collection phase, a non-probability convenience sample was used, with forms on physical sheets, using as a first step to give the adolescents an informed consent that they would later give to the parents to authorize the participation of their daughters, followed by the signature of the participants in the informed assent evidenced on the first sheet, where the objective of the study is also explained. The participants who marked "yes, I accept" were those who continued participating in the present study. The application of the forms was carried out in person in the classrooms of the students' educational institutions. The instruments used were the Social Media Action Scale (ARS), to measure addiction to social networks, made up of 6 items, the reliability was optimal with a value of $\omega = .916$ CI 95% [.907 - .924] (Salas-Blas et al., 2020); The Body Shape Questionnaire (BSQ-14) scale to measure body dissatisfaction in adolescent women, consisting of 14 items, has a unidimensional structure with a good fit ($\chi^2 = 571.420$; CFI=

.962; SRMR= .051) and convenient reliability ($\omega = .962$) (Izquierdo-Cárdenas et al., 2021); and the Rosenberg Self-Esteem Scale (EAR) to measure self-esteem, composed of 10 items, showing appropriate psychometric properties for the two-dimensional model: positive self-esteem ($\Omega = .803$) and negative self-esteem ($\Omega = .723$) (Ventura-León et al., 2018). Statistical analyses were processed using R-studio software, where descriptive analysis was performed and the mean, standard deviation, skewness, and kurtosis were analyzed to demonstrate the distribution of the data and select the estimator for subsequent analysis. For the analysis of the influence of social media addiction on self-esteem and body image dissatisfaction in adolescent girls as the main objective, structural equation modeling (SEM) was used, using the Robust Maximum Likelihood (MLR) estimator (Yuan & Bentler, 2008). To assess the fit indices, the proposal by Hu and Bentler (1999) and (DiStefano et al., 2018) was used. The following estimators were considered: chi-square test (χ^2), Tucker-Lewis fit index TLI ($>.95$), comparative fit index CFI ($>.95$), standardized root mean square residual SRMR ($<.08$), and root mean square error approximation index RMSEA ($<.08$). The results showed in the asymmetry and kurtosis for the three scales values that do not exceed the considered range of ± 2.0 (Rodríguez & Ruiz, 2008), indicating that the variables are adequately distributed. In addition, the structural model has adequate fit indices ($\chi^2(1161.225)$; RMSEA= .065 [90% CI .060-.069]; SRMR=.070; CFI=.965; TLI=.96). These findings indicate that social media addiction has a significant influence on body image dissatisfaction ($\beta = .254$; $p < .000$); however, no significant influence is evident in the relationship with self-esteem ($\beta = -.064$; $p < .254$) experienced by adolescent schoolchildren. This allows us to affirm that social media addiction significantly influences body dissatisfaction in adolescent girls; however, it was evident that it does not affect self-esteem in adolescent girls. In conclusion, the results affirm that

social media addiction plays an important role in body image dissatisfaction; however, this is not the case for adolescent girls' self-esteem.

Keywords: Social networks, Body Image, self-esteem, adolescents.

Introducción

El uso excesivo de las redes sociales ha impactado significativamente en la población, generando preocupación especialmente en los adolescentes, quienes tienen mayor probabilidad de sufrir trastornos mentales, donde los síntomas aumentan proporcionalmente a la frecuencia y tiempo del uso de las plataformas virtuales (Zubair et al., 2023).

En la actualidad cuando se menciona redes sociales es hacer referencia de una práctica imprescindible en la vida de las personas, en el trimestre enero-febrero-marzo del año 2023, el 91,3% de la población de 6 y más años de edad que usa internet lo hizo a través de un celular, cifra mayor en 1,6 puntos porcentuales en relación a similar trimestre del año 2022 (Instituto Nacional de Estadística e Informática, 2023). En Perú se ha visto que, el 59.8% de las personas tienen acceso a internet y que el 79,4% lo utiliza diariamente, donde los adolescentes y jóvenes son los que más frecuentemente se conectan a través de cabinas públicas de internet, teléfonos celulares y computadoras (Roque Rengifo et al., 2022). Esta condición disminuye la autoestima de las personas, impactando con mayor fuerza en mujeres en comparación de los varones (Arosemena, 2024). En este sentido, las personas con mayor autoestima tienen menos adicción a las redes sociales, además, tanto los adultos mayores como los jóvenes son vulnerables a experimentar una autoestima más baja, sin embargo, los jóvenes tienen baja autoestima y son más propensos a utilizar las redes sociales de manera intensiva (Yovera Quintana, 2023).

La tecnología ofrece muchos beneficios a las personas, pero también puede tener efectos negativos en su salud física y mental; tomando en cuenta que el uso excesivo, ya sea sin límites o incontrolado puede producir en los usuarios, un síndrome clínico con peculiaridades similares a las conocidas “adicciones químicas”, sobre todo, las poblaciones más vulnerables como lo son

los niños y adolescentes mujeres (Colonio, 2023; Terán, 2019). Sin embargo, en gran parte las personas pueden llegar a estar obsesionados con el uso excesivo del internet y las redes sociales; llegando así a poner en peligro sus interacciones (Echeburúa y De Corral, 2010).

La adicción a redes sociales es comprendida en el patrón de comportamiento como un uso desmedido y problemático de las plataformas virtuales, esto interfiere negativamente en la vida cotidiana del individuo, perjudicando las relaciones interpersonales, rendimiento académico y estado emocional (Escurrea y Salas, 2014; Salas-Blas et al., 2020).

Por otro lado, la insatisfacción con la imagen corporal hace referencia a una preocupación excesiva y recurrente por la forma, el tamaño y el peso del cuerpo, esto puede estar asociada con un malestar emocional y conductas desadaptativas. Estas preocupaciones son cognitivamente intrusivas, con carga emocional negativa, y se encuentran asociadas con trastornos de la conducta alimentaria (Cooper et al., 1987; Dowson y Henderson, 2001; Izquierdo-Cárdenas et al., 2021).

Mientras que la autoestima es entendida como la actitud negativa o positiva hacia uno mismo, la evaluación general del valor propio, en otras palabras, es el grado en que una persona se aprecia, valora y se acepta, la construcción del valor afectivo global del yo (Rosenberg, 1965; Ventura-León et al., 2018).

Diversos estudios han explorado las causas de la adicción a las redes sociales, se encontró una relación inversa entre los niveles de adicción a las redes sociales y la autoestima en estudiantes universitarios, lo que indica que una baja autoestima está asociada con un mayor grado de adicción a estas plataformas (Soria y Villegas-Villacres, 2024). Según Estrada Araoz et al. (2021), definen la adicción al internet como la incapacidad de una persona para desconectarse de este, lo que lleva a una pérdida de control y una dependencia, esta condición resulta en

malestar, cansancio y dificultades en las actividades cotidianas. Un estudio en Ecuador respecto al uso de las redes sociales: en una perspectiva de género en edades de 15 a 24 años de edad afirmó que los hombres usan las redes sociales en mayor medida en comparación a las mujeres y ambos sexos de 3 a 4 horas al día (Espinoza-Guillén y Chávez-Vera, 2021). De igual manera, el deseo de sentirse aceptadas, hacen que pasen más tiempo en redes sociales a la espera de reacciones, comentarios, u otras interacciones con los usuarios (Silva y Mejía, 2015).

Un estudio realizado en México acerca de la influencia de la adicción a las redes sociales en la reprobación escolar de estudiantes dio como resultado que existe una asociación significativa entre la reprobación escolar y la adicción a las redes sociales (Amador-Ortíz, 2021). En relación a los 6 o 7 años se incrementa el uso autónomo de Internet (Gamito Gomez et al., 2020). Así también, en Estados Unidos más del 40% iniciaron a utilizar redes sociales como Instagram o Snapchat antes de los 10 años (Charmaraman et al., 2021). Un estudio en 71 adolescentes en el país de Brasil sobre Percepciones de los Adolescentes sobre el Uso de las Redes Sociales y su Influencia en la Salud Mental, dio como resultado que el 100% de los encuestados informó que las usa con frecuencia, el 93% afirmó que entraba a ellas por más de 5 días, durante más de 8 horas al día (Moreira de Freitas et al., 2021). En el país de Argentina se hizo un estudio respecto al empleo de redes sociales e internalización del ideal de delgadez en mujeres adolescentes de entre 16 y 19 años de edad; llegando a la conclusión en que a mayor exposición a contenidos de las redes sociales mayor es la internalización de actitudes socioculturales en torno a la apariencia (Losada et al., 2022). Los niños y adolescentes dominan la comunicación visual debido al excesivo uso de las redes sociales, produciendo estas acciones en uso problemático en la salud mental de los mismos (Nesi et al., 2018). Por otro lado, investigaciones orientadas a determinar la relación entre la autoestima y acceso a redes sociales,

teniendo en cuenta que la autoestima hace referencia a la percepción, valoración o juicio ya sea positivo o negativo que un individuo tiene de sí mismo. Se evidenció que los adolescentes con más acceso a redes sociales presentan autoestima media baja (Cabanillas Romero y Rojas Cieza, 2019). Los adolescentes también afectan el desarrollo de aspectos cruciales de su vida, como su comportamiento y su autoestima; además, se calcula que la mitad de las niñas no están satisfechas con su cuerpo, el 42% de las alumnas del 1er y 3er grado de secundaria anhelan adelgazar más, teniendo en cuenta que una de cada 10 niñas sufre de trastornos alimenticios, lo cual se convierte en un factor fundamental para desencadenar bajos índices de autoestima (Chávez y Reyna, 2019). Además, en nuestra sociedad actual las mujeres han llegado a sentir muchas veces inseguridad e inestabilidad emocional, estos estados pueden alterar la salud física y mental (Terán, 2019).

Además, la autoestima es un componente crucial en la vida de las personas, especialmente en adolescentes; dependerá y se verá muy afectada por su entorno familiar y por la sociedad que lo rodea (Silva y Mejía, 2015). La valoración o vinculación afectiva que una persona atribuye a la descripción de sus propias características influirá en su autoestima; por lo tanto, se ha estudiado como uno de los indicadores clave de salud mental (Panesso y Arango, 2017).

A nivel Local, es fundamental evaluar esta problemática debido a que, la adicción a redes sociales ha afectado también a la población peruana, específicamente en Lima se ha visto que el 91.73% de los estudiantes experimentan un nivel elevado de adicción, mostrando a su vez una menor autoestima (Soria y Villegas-Villacres, 2024).

Frente a lo mencionado el presente estudio tiene como objetivo analizar la influencia de la adicción a las redes sociales en la autoestima e insatisfacción con la imagen corporal de

mujeres adolescentes de Lima Este. La investigación busca aportar evidencia sobre el impacto psicológico del contenido digital en esta población vulnerable.

Metodología

Diseño

El presente estudio tiene un enfoque cuantitativo, con un corte transversal y un diseño predictivo, dado a que busca explorar las relaciones entre variables con el objeto de explicar fenómenos y su comportamiento (Ato et al., 2013).

Participantes.

La muestra estuvo compuesta por 453 alumnos menores de edad peruanos del sexo femenino, con un rango de 15 a 17 años ($M = 15.97$ $DE = .75$). La gran mayoría siendo de la costa (80.35%), de la sierra (10.15%) y de la selva con un (9.49%). En cuanto a los grados correspondientes de tercero de secundaria son (23.18%), de cuarto de secundaria son (43.93%) y de quinto de secundaria (32.89%). Los criterios de inclusión fueron que las adolescentes tengan el permiso de su padre, madre o apoderado de participar, tengan la edad de entre 15 y 17 años, que estén estudiando; respecto a los criterios de exclusión son que no cumpla con el rango de edad, sea extranjera y que no esté estudiando. Se utilizó un muestro no probabilístico por conveniencia para la recolección de datos (Hernández y Carpio, 2019).

Instrumentos

Escala de adicción a las Redes sociales (ARS)

Desarrollado por Ecurra y Salas en el 2014, conformado por 24 reactivos en una escala Likert de 5 puntos que va de nunca a siempre (a los que se les asignaron puntajes de 0 a 4). Establecido por tres dimensiones: obsesión a redes sociales, falta de control personal en el uso de

las redes sociales y uso excesivo de la red social; en referencia a la confiabilidad el instrumento presenta .95 y las dimensiones tienen valores de alfa de Cronbach de .91, .89 y .92 respectivamente (Escriba y Salas, 2014). Para este estudio se utilizó el Cuestionario Breve de Adicción a Redes Sociales (ARS-6) que se sometió al estudio de 5 jueces, donde escogieron 12 ítems relevantes que fueron sometidos a análisis estadísticos y que posteriormente se seleccionaron seis ítems que cautivaban firmemente el constructo, la fiabilidad de la puntuación de la versión ARS 6 fue óptima con un valor del coeficiente $\omega = .916$ IC 95% [.907 - .924] (Salas-Blas et al., 2020).

Escala de Body Shape Questionnaire (BSQ-14)

Cuestionario que evalúa la presencia de preocupación e insatisfacción con la imagen corporal, consta de 34 preguntas directas con seis opciones de respuesta que van de nunca a siempre (Cooper et al., 1987). Posterior a ello, se realizó una validación en Reino Unido por Dowson y Henderson (2001) conformando por 14 ítems, sacada de la versión completa, Seguidamente se analizó las propiedades psicométricas del cuestionario en una muestra de mujeres universitarias en Perú por Izquierdo-Cárdenas et al. (2021), el instrumento cuenta con seis opciones de respuesta tipo Likert (Nunca=1 hasta siempre=6). El instrumento expresa una estructura unidimensional con un buen ajuste ($\chi^2 = 571.420$; CFI= .962; SRMR= .051) y una conveniente fiabilidad por el método de consistencia interna ($\omega = .962$).

Escala de Autoestima de Rosenberg (EAR)

Se utilizará el cuestionario de autoestima traducida y validada al español; compuesto por 10 ítems; Muy en desacuerdo = 1 Muy de acuerdo = 4, cada pregunta contiene (Muy en desacuerdo, Desacuerdo, Acuerdo y Muy de acuerdo), el test brinda información sobre sentimientos de valía personal y respeto de sí mismo, con una escala dividida en tres niveles;

autoestima Alta, Autoestima Mediana, Baja autoestima y la mitad de los ítems de la escala del (ítems 1, 3, 4, 7 y 10), se encuentran redactados en forma positiva, mientras que la otra mitad (ítems 2, 5, 6, 8 y 9) en sentido inverso (Rosenberg, 1965). La validez y fiabilidad de la versión traducida se realizó mediante análisis factorial confirmatorio, la fiabilidad se obtuvo mediante el coeficiente alfa de Cronbach ($\alpha = .86$); Validado en el Perú mostrando apropiadas propiedades psicométricas para el modelo bidimensional: autoestima positiva ($\Omega = .803$) y autoestima negativa ($\Omega = .723$) (Ventura-León et al., 2018).

Procedimiento

Para el presente estudio se pasó por una evaluación y así siendo aprobado por el Comité de Ética de Investigación de la Universidad Peruana Unión (2023-CE-FCS - UPeU-144), considerando la calidad científica, consideración del bienestar de sus participantes, y conformidad con los estándares de la ética establecidas en el Código de Ética para la Investigación de la Universidad Peruana Unión empleándose los estándares de la Declaración de Helsinki (Abajo, 2001).

Para la fase de recolección de datos se utilizó formularios en hojas físicas, empleando como primer paso entregar a las adolescentes un consentimiento informado que posteriormente entregarían a los padres y así puedan firmarían antes de que los menores respondan, de igual manera en la primera hoja del formulario se evidenciaba el asentimiento informado de los participantes, donde a su vez se explica el objetivo del estudio y el anonimato de las respuestas. Los participantes que marcaron “sí acepto” eran los que estuvieron de acuerdo y continuaron llenando el formulario. La aplicación de los formularios se realizó de manera presencial en las aulas de las instituciones educativas de las estudiantes.

Análisis de los datos

1 Para realizar el análisis estadístico, se efectuó la limpieza de datos en Excel, para procesarlo posteriormente en el programa Rstudio Team (2021), donde se procedió a realizar el análisis descriptivo y analizar la media, desviación estándar, además de la asimetría y curtosis, estos para evidenciar la distribución de los datos y poder elegir el estimador para el posterior análisis. Para el análisis sobre la influencia de la adicción a las redes sociales en la autoestima e insatisfacción con la imagen corporal de mujeres adolescentes como objetivo principal, se empleó el modelo de ecuaciones estructurales (SEM), en el que se consideró conveniente utilizar el estimador *Robust Maximum Likelihood – MLR* (Yuan y Bentler, 2008). Para valorar los índices de ajuste se trabajó con la propuesta de Hu y Bentler (1999) y (DiStefano et al., 2018). Se consideró los siguientes estimadores: test chi-cuadrado (χ^2), índice de ajuste de Tucker-Lewis TLI ($>.95$), el índice de ajuste comparativo CFI ($>.95$), la raíz estandarizada del cuadrado medio del residuo SRMR ($<.08$), y el índice de aproximación de la raíz de cuadrados medios del error RMSEA ($<.08$).

Resultados

Análisis descriptivo

1 La evaluación de los estadísticos descriptivos para la escala percepción a la imagen corporal mostró un puntaje respecto a la media de 43.7, siendo el más alto en comparación a las otras variables, la escala de autoestima expresó una media de 27.8, mientras que la escala de adicción a las redes sociales reportó una media de 6.31 siendo el puntaje más bajo. Respecto a la asimetría y curtosis para las tres escalas se evidenciaron valores que no exceden el rango considerado de ± 2.0 (Rodríguez y Ruiz, 2008), indicando que, las variables se encuentran distribuidas adecuadamente (Ver tabla 1).

Tabla 1

Análisis descriptivo de las variables

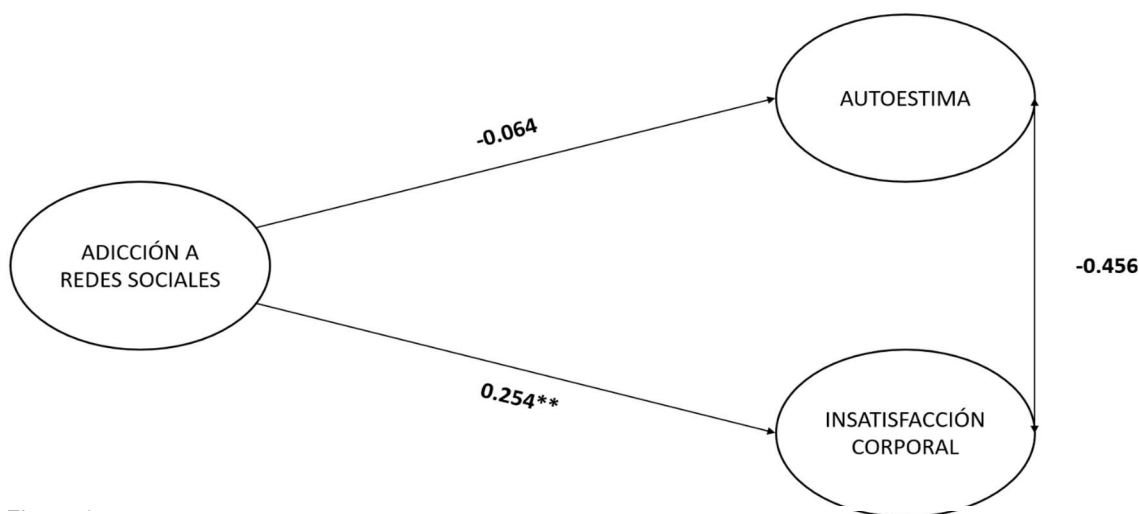
Variables	Media	DS	Asimetría	Curtosis
Adicción a las Redes sociales	6.31	4.64	1.34	2.39
Insatisfacción con la imagen corporal	43.7	21.0	.48	-1.04
Autoestima	27.8	6.69	-.15	-.42

Análisis de modelamiento de ecuaciones estructurales

Se evidencia que el modelo estructural tiene índices de ajuste adecuados; RMSEA= .065 [IC 90% .060-.069]; SRMR=.070; CFI=.965; TLI=.96). Estos hallazgos, indican que, la adicción a redes sociales influye significativamente en la insatisfacción de la imagen corporal ($\beta = .254$; $p < .000$); sin embargo, no se evidencia una influencia significativa en la relación con la autoestima ($\beta = -.064$; $p < .254$) experimentado por escolares adolescentes (Ver figura 1).

Figura 1

Modelo de ecuaciones estructurales



Discusión

Con el paso del tiempo, las redes sociales han adquirido una importancia significativa en las interacciones sociales, particularmente entre los jóvenes. El uso de las redes sociales, además

de ser una variable ampliamente estudiada es un aspecto que repercute en la salud mental de la población adolescente (Medina et al., 2022). El propósito central de esta investigación fue identificar la influencia de las redes sociales en la imagen corporal y como repercute en la autoestima en mujeres adolescentes. Los resultados obtenidos indican que la variable Adicción a Redes Sociales tiene una influencia significativa en la Insatisfacción Corporal ($\beta = .254$; $p < .000$), de manera que, mientras mayor es la presencia de adicción, mayor es la insatisfacción en adolescentes. En tal sentido, el uso problemático de redes sociales promueve la internalización de ideales de belleza poco realistas, la comparación social y una exposición constante a imágenes corporales idealizadas, contribuyendo al deterioro del bienestar psicológico y un deterioro de la imagen corporal (So y and Kwon, 2023; Vuong et al., 2021). Todo ello indicaría que, la adicción a redes sociales predice negativamente la satisfacción corporal y el bienestar subjetivo en los adolescentes, pues la comparación social se convierte en un modulador significativo (Arshad y Akhtar, 2024). De esta manera la imagen corporal actúa también como un factor mediador entre la adicción a redes sociales y la autoestima, reforzando la importancia de la percepción corporal en la salud mental de las personas (Colak et al., 2023). En este sentido se demuestra que las personas que se exponen más a redes sociales experimentan más obsesión, uso obsesivo y adicción (Cobis y Vilorio, 2021), pues el seguimiento de celebridades, la edición de imágenes y el tiempo excesivo en estas plataformas son factores que cronifican esta relación (Revranché et al., 2022).

Por otro lado, los resultados evidenciaron que, la variable adicción a redes sociales no presenta una relación significativa con la autoestima ($\beta = -.064$; $p < .254$). Esto podría deberse a que el vínculo entre la autoestima y el uso disfuncional de las redes sociales podría no ser directo, sino estar influenciado por otras variables como el apoyo social, la resiliencia o la

autorregulación emocional (Munegowda, 2024). Esto significaría que, la autoestima no se ve afectada de manera uniforme por el uso excesivo de las plataformas virtuales, pues no existe una diferencia en los niveles de autoestima entre aquellos con baja, moderada o elevada adicción a redes sociales (Aravind et al., 2021). Todo ello reforzaría la comprensión de la adicción como un fenómeno complejo, además de la participación relevante de otros factores psicológicos como el miedo a perderse algo, o la dependencia emocional en la relación con la autoestima (Garg y Shourie, 2023).

Fortalezas y limitaciones del estudio

4 En primer lugar, este estudio aporta evidencias respecto al estudio de adicción a redes sociales con la insatisfacción corporal y autoestima en mujeres adolescentes, asimismo, con la muestra representativa que se obtiene en este estudio se puede aumentar la validez externa de los resultados. 2 A pesar de las limitaciones del presente trabajo, se pudo comprender aspectos vinculados con el objetivo general trazado, en tal sentido, se recomienda continuar profundizando la investigación sobre este asunto a través de diseños más complejos y sofisticados. 5 El muestreo utilizado ha sido no probabilístico por conveniencia, lo que limita la generalización de los resultados. Además, se han considerado otros reportes que podrían estar sujetos a sesgos. Otra limitación es la falta de inclusión de variables sociodemográficas adicionales. El estudio es de tipo transversal, lo que significa que solo se realizó una captura de datos en un momento específico.

Implicancias Prácticas

A partir de los resultados obtenidos la presente investigación contribuirá a que otros investigadores avancen en esta misma línea de campo, los hallazgos pueden señalar la necesidad de más estudios en áreas específicas, como las diferencias de género en la adicción a redes

6 sociales y su impacto en la autoestima y la insatisfacción corporal. A su vez brindar y ampliar información respecto al tema presentado, también incentivar a los colegios en hacer planes de intervención o preventivos en la adicción a redes sociales, estos hallazgos pueden ser útiles en la toma de decisiones para las autoridades en los colegios o instituciones, para que diseñen, ejecuten programas preventivos para la adicción a redes sociales.

Conclusión

1 En este artículo se ha argumentado sobre la Adicción a Redes Sociales, Insatisfacción Corporal y Autoestima. En conclusión, las redes sociales se han convertido en una parte esencial de la vida de las adolescentes; sin embargo, es importante destacar que el uso de las redes sociales tiene tanto aspectos positivos como negativos. En este contexto, era frecuente el deseo de modificar la imagen corporal y tomar medidas poco saludables, debido a la creciente utilización de las redes sociales, donde las imágenes y el contenido incentivan a las mujeres a perseguir estándares corporales poco realistas e inalcanzables. En conclusión, los resultados afirman que la adicción a redes sociales cumple un papel importante en la insatisfacción de la imagen corporal, sin embargo, en la autoestima de las adolescentes no es así. 3

Referencias

- Abajo, F. (2001). La Declaración de Helsinki VI: una revisión necesaria, pero ¿suficiente? *Revista Española de Salud Pública*, 75.
https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1135-57272001000500002
- Acosta, E. y Duno, M. (2019). Percepción de la imagen corporal en adolescentes universitarios.

Revista Chilena de Nutrición, 46(5), 545–553. <https://doi.org/10.4067/S0717-75182019000500545>

Alvarez Monteza, M., Gastelo Barrantes, Roque Rengifo, D. O., K. J., y Ramírez Vega, C. (2022). Adicción a redes sociales y agresión en los adolescentes de la provincia de San Martín. *Revista Científica de Ciencias de La Salud*, 15(1), 60–69. <https://doi.org/10.17162/rccs.v15i1.1756>

Albashari, M., Khan, M. K., y Zubair, U., (2023). Link between excessive social media use and psychiatric disorders. *Annals of Medicine and Surgery* (2012), 85(4), 875-878. <https://doi.org/10.1097/MS9.0000000000000112>

Amador-Ortíz, C. M. (2021). Influencia de la adicción a las redes sociales en la reprobación escolar de estudiantes de nivel licenciatura. *CienciaUAT*, 16(1), 62–72. <https://doi.org/10.29059/CIENCIAUAT.V16I1.1510>

Aparicio-Martinez, Martinez-Jimenez, M. P., P., Perea-Moreno, A. J., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., y Vaquero-Abellan, M. (2019). Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory Analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health* 2019, Vol. 16, Page 4177, 16(21), 4177. <https://doi.org/10.3390/IJERPH16214177>

Arosemena, M. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adultos. *Revista Científica de la Universidad Especializada de las Américas (REDES)*, 16, 41-74. <https://portal.amelica.org/ameli/journal/443/4434714003/html/>

Aravind, A., Sangeerthana, S., y Sannet, T. (2021). The study on social media addiction and self-esteem among college students. *International Journal of Indian Psychology*, 9(1), 907-911. <https://doi.org/10.25215/0901.096>

- Arshad, A., y Akhtar, S. (2024). Exploring the Links Between Social Media Addiction, Body Satisfaction, and Subjective Well-Being Among Adolescents. *Journal of Asian Development Studies*, 13(3), Article 3. <https://doi.org/10.62345/jads.2024.13.3.9>
- Aristizabal Llorente, P., Gamito Gomez, R., León Hernández, I., y Vizcarra Morales, M. T. (2020). Digital safety and protection of children: Challenges of the 21st-century school. *Educación*, 56(1), 219–237. <https://doi.org/10.5565/REV/EDUCAR.1113>
- Arango, M., y Panesso, K. (2017). La autoestima, proceso humano. *Psyconex*, 9. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/Psyconex/article/view/328507/20785325>
- Ato, M., López, J. J., y Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038–1059. <https://doi.org/10.6018/ANALESPS.29.3.178511>
- Barboza-Palomino, M., Caycho-Rodriguez, T., Salas, G., Ventura-León, J. (2018). Evidencias psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes limeños. *Revista Interamericana de Psicología*, 52, 44–64. <https://journal.sipsych.org/index.php/IJP/article/view/363/pdf>
- Barboza-Palomino, Caycho-Rodríguez, T., M., Izquierdo-Cárdenas, S., y Reyes-Bossio, M. (2021). Insatisfacción corporal en mujeres universitarias: nuevas evidencias psicométricas del Body Shape Questionnaire de 14 ítems (BSQ-14). *Cuadernos de Psicología Del Deporte*, 21(2), 112–126. <https://doi.org/10.6018/cpd.432521>
- Biscond, M., Husky, M. M., y Revranche, M. (2022). [Investigating the relationship between social media use and body image among adolescents: A systematic review]. *L'Encephale*, 48(2), 206-218. <https://doi.org/10.1016/j.encep.2021.08.006>
- Cabanillas-Romero, B. Y., y Rojas Cieza, M. K. (2019). Autoestima y acceso a redes sociales en

- adolescentes de una Institución Educativa - Ciudad de Dios 2018. *Universidad Nacional de Trujillo*. <http://dspace.unitru.edu.pe/handle/UNITRU/11620>
- Camacho Vidal, P., Díaz López, A., y Sabariego García, J. A. (2023). Relación entre el uso de Instagram y la imagen corporal de los adolescentes. *Apuntes de Psicología*, 41(2), 117–122. <https://doi.org/10.55414/ap.v41i2.1537>
- Carpio, N., y Hernández, C. E. (2019). Introducción a los tipos de muestreo. *ALERTA Revista Científica Del Instituto Nacional de Salud*, 2(1), 75–79. <https://doi.org/10.5377/alerta.v2i1.7535>
- Cárdenas, S., Medina, A., Luy, C., Muñoz, J., y Tolentino, R. (2022). Las redes sociales en la salud mental de los adolescentes: ¿un problema existente? *Revista Studium Veritatis*, 20. <https://studium.ucss.edu.pe/index.php/SV/article/view/351/393>
- Carvalho Oliveira, T. N., De Oliveira e Melo, K., Do Vale e Silva, J., Fontes Fernandes, S., Lopes de Melo, J. A., y Moreira de Freitas, R. J. (2021). Percepciones de los adolescentes sobre el uso de las redes sociales y su influencia en la salud mental. *Enfermería Global*. <https://revistas.um.es/eglobal/article/view/462631/310831>
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., y Prinstein, M. J. (2018). Transformation of Adolescent Peer Relations in the Social Media Context: Part 1—A Theoretical Framework and Application to Dyadic Peer Relationships. *Clinical Child and Family Psychology Review*, 21(3), 267–294. <https://doi.org/10.1007/S10567-018-0261-X/METRICS>
- Charmaraman, L., Grossman, J. M., Lynch, A. D., y Richer, A. M. (2021). Associations of early social media initiation on digital behaviors and the moderating role of limiting use. *ELSEVIER*. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107053>
- Chávez, J., y Reyna, P. (2019). Vista de Estrés académico y autoestima en estudiantes de

- enfermería, Arequipa-Perú. *Revista de Ciencias Sociales*, 25.
<https://produccioncientificaluz.org/index.php/rcs/article/view/29629/30431>
- Chávez-Vera, M.-D., y Espinoza-Guillén, B. (2021). El uso de las redes sociales: Una perspectiva de género. *Maskana*, 12(2), 19–24. <https://doi.org/10.18537/mskn.12.02.03>
- Cobis, M., y Vilorio, E. (2021). Adicción a las redes sociales en adolescentes. *Sistemas Humanos*, 2(1), 18–33. <https://asociacionvenezolanadesociologia.org/wp-content/uploads/2022/11/Adiccion-a-las-redes-sociales-en-adolescentes.pdf>
- Colak, M., Bingol, O. S., y Dayi, A. (2023). Self-esteem and social media addiction level in adolescents: The mediating role of body image. *Indian Journal of Psychiatry*, 65(5), 595-600. https://doi.org/10.4103/indianjpsychiatry.indianjpsychiatry_306_22
- Cooper, P., Cooper, Z., Fairburn, C., y Taylor, M. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*. <https://psycnet.apa.org/record/1988-25192-001>
- Colonio Caro, J. D. (2023). Revisión sistemática sobre la adicción a las redes sociales en adolescentes latinoamericanos entre el 2020-2022. *Propósitos y Representaciones*, 11(2). <https://doi.org/10.20511/pyr2023.v11n2.1759>
- Copez-Lonzoy, A., Merino-Soto, C., y Salas-Blas, E. (2020). ¿Realmente es demasiado corto? Versión breve del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS-6). *Health and Addictions / Salud y Drogas*, 20(2), 105–118. <https://doi.org/10.21134/haaj.v20i2.536>
- De Corral, P., y Echeburúa, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*, 22, 91–96.
- Díaz, D., Fuentes, I., y Senra, N. (2019). Adolescencia y autoestima: su desarrollo desde las instituciones educativas. *SciELO*, 14.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442018000400098

- DiStefano, C., Jiang, N., Liu, J., y Shi, D. (2018). Examination of the Weighted Root Mean Square Residual: Evidence for Trustworthiness? *Structural Equation Modeling*, 25(3), 453–466. <https://doi.org/10.1080/10705511.2017.1390394>
- Doley, J. R., Jarman, H. K., McLean, S. A., y Vuong, A. T., (2021). Social Media Use and Body Dissatisfaction in Adolescents: The Moderating Role of Thin- and Muscular-Ideal Internalisation. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(24), 13222. <https://doi.org/10.3390/ijerph182413222>
- Dowson, J., y Henderson, L. (2001). The validity of a short version of the Body Shape Questionnaire. *Psychiatry Research*, 102(3), 263–271. [https://doi.org/10.1016/S0165-1781\(01\)00254-2](https://doi.org/10.1016/S0165-1781(01)00254-2)
- Duval, M., Grall-Bronnec, M., Jiotsa, B., Naccache, B., y Rocher, B. (2021). Social Media Use and Body Image Disorders: Association between Frequency of Comparing One’s Own Physical Appearance to That of People Being Followed on Social Media and Body Dissatisfaction and Drive for Thinness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 1–14. <https://doi.org/10.3390/IJERPH18062880>
- Escurre, M., y Salas, E. (2014). *Construcción y validación del cuestionario de adicción a redes sociales (ARS)*. 1729–4827. <http://www.scielo.org.pe/pdf/liber/v20n1/a07v20n1.pdf>
- Estrada Araoz, E. G., Gallegos Ramos, N. A., Mamani Uchasara, H. J. y Zuloaga Araoz, M. C. (2021). Internet addiction and social skills in peruvian adolescents of secondary education. *Archivos Venezolanos de Farmacología y Terapéutica*, 40(1), 74–80. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4675699>
- Garg, G. (2023). A study of Social Networking Addiction, FOMO and Self Esteem among Young

- Adults. *International Journal of Interdisciplinary Approaches in Psychology*, 1(3), 152-232.
- Garg, G., y Shourie, S. (2023). Relationship between Social Media Addiction, FOMO and Self-Esteem among Young Adults. *International Journal of Interdisciplinary Approaches in Psychology*, 1(3), 381-395.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática, I. (2023). *Instituto Nacional de Estadística e Informática*. INEI. <https://m.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-913-de-la-poblacion-de-6-y-mas-anos-de-edad-que-usa-internet-accedio-a-traves-de-un-telefono-celular-14458/>
- Iorga, M., Iurcov, R., y Pop, L. M. (2022). Body-Esteem, Self-Esteem and Loneliness among Social Media Young Users. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(9). <https://doi.org/10.3390/IJERPH19095064>
- Losada, A. V., Stamatiou, S., y Victoria 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>
- Mejía, O., Silva, I. (2015). Autoestima, adolescencia y pedagogía. *Revista Electrónica Educare (Educare Electronic Journal)*, 19(01), 241–256. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.15359/ree.19-1.13>
- Munegowda, T. (2024). Social Media Addiction, Psychological Distress and Self-esteem: A Correlation Study. *International Journal of Indian Psychology*, 12(3), Article 3. <https://doi.org/10.25215/1203.165>
- Navarro, M. (2009). AUTOCONOCIMIENTO Y AUTOESTIMA. *Temas Para La Educación*.
- Rosenberg, M. (1965). *Society and the Adolescent Self-Image*. [https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=yid=YR3WCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rosenberg,+M.+\(1965\).+Society+and+the+adolescent+self+image.+Princeton+University+](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=yid=YR3WCgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=Rosenberg,+M.+(1965).+Society+and+the+adolescent+self+image.+Princeton+University+)

Pressyots=rNW7I5bDVWysig=kfkQh_GD32hCxeWebOW7TW2z6F0#v=onepageyqyf=false

- Rodríguez, A., y Ruiz, M. (2008). Atenuación de la asimetría y de la curtosis de las puntuaciones observadas mediante transformaciones de variables: Incidencia sobre la estructura factorial. *Psicológica*, 29(2), 205-227. <https://pesquisa.bvsalud.org/portal/resource/pt/ibc-68602>
- So, B., y Kwon, K. H. (2023). The Impact of Thin-Ideal Internalization, Appearance Comparison, Social Media Use on Body Image and Eating Disorders: A Literature Review. *Journal of Evidence-Based Social Work*, 20(1), 55-71. <https://doi.org/10.1080/26408066.2022.2117582>
- Soria, P., y Villegas-Villacres, N. de J. (2024). Adicción a las redes sociales y su relación con la autoestima en adolescentes. *Psicología UNEMI*, 8(14), 19–29. <https://doi.org/10.29076/ISSN.2602-8379VOL8ISS14.2024PP19-29P>
- Terán, A. (2019). *Ciberadicciones. Adicción a las nuevas tecnologías (NTIC)*. AEPap (Ed.). www.aepap.org
- Yovera Quintana, A. L. (2023). Salud mental de adolescentes: Adicción a redes sociales. *Journal of Neuroscience and Public Health*, 3(3), 409–417. <https://revista.uct.edu.pe/index.php/neuroscience/article/view/446/499>

Anexo 1.

Instrumentos de recolección de datos

Escala de Autoestima de Rosenberg-P (EAR-P)

A continuación, encontrará una lista de afirmaciones en torno a los sentimientos o pensamientos que tiene sobre usted. Marque la respuesta que más lo identifique.

1	2	3	4
---	---	---	---

Muy en desacuerdo	En desacuerdo	De acuerdo	Muy de acuerdo
-------------------	---------------	------------	----------------

Ítems	1	2	3	4
1. Me siento una persona tan valiosa como las otras.				
2. Creo que tengo cualidades positivas.				
3. En general, pienso que soy bueno para varias cosas.				
4. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como los demás.				
5. Pienso que tengo muchos motivos para sentirme orgulloso/a de mí.				
6. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo.				
7. En general, me siento bien conmigo mismo.				
8. Tengo una buena valoración de mí mismo.				
9. Realmente me siento útil en varias ocasiones.				
10. Pienso que soy capaz para muchas cosas.				

Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS)

A continuación, se presentan 6 ítems referidos al uso de las redes sociales, por favor conteste a todos ellos con sinceridad, no existe respuestas adecuadas, buenas, inadecuadas o malas.

Marque un aspa

(X) en el espacio que corresponda a lo que Ud. siente, piensa o hace:

Siempre S Rara vez RV

Casi siempre CS Nunca N

Algunas veces AV

Nº ITEM	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
2.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
3.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
4.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
5.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
6.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					

Body Shape Questionnaire (BSQ-14)

Nos gustaría saber cómo te has sentido respecto a tu figura en las cuatro últimas semanas. En función de ello, marque que tan a menudo se siente como indican los ítems, siendo 1 nunca y 6 siempre.

Ítems		Nunca	Raramente	Alguna vez	A menudo	Muy a menudo	Siempre
1	¿Te has preocupado tanto por tu figura que has pensado que tendrías que ponerte a dieta?						
2	Estar con chicas delgadas ¿te ha hecho fijarte en tu figura?						
3	Al fijarte en la figura de otras chicas ¿la has comparado con la tuya desfavorablemente?						
4	Estar desnuda (por ej. cuando te bañas) ¿te ha hecho sentir gorda?						
5	Comer dulces, pasteles u otros alimentos con muchas calorías ¿te ha hecho sentir gorda?						
6	¿Te has sentido excesivamente gorda o redondeada?						
7	¿Te has sentido avergonzada de tu cuerpo?						
8	Preocuparte por tu figura ¿te ha hecho ponerte a dieta?						
9	¿Has pensado que la figura que tienes es debido a tu falta de control?						

10	¿Te has preocupado que otra gente vea rollitos alrededor de tu cintura o tu estómago?						
11	¿Has pensado que no es justo que otras chicas sean más delgadas que tú?						
12	Verte reflejada en un espejo o en un aparador ¿te ha hecho sentirte mal con tu figura?						
13	¿Te has fijado más en tu figura estando en compañía de otras personas?						
14	La preocupación por tu figura ¿te ha hecho pensar que deberías hacer ejercicio?						