



UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE PSICOLOGÍA

PROGRAMA ACADÉMICO DE PSICOLOGÍA

Adicción a Instagram e insatisfacción de imagen corporal en estudiantes de universidades privadas de Lima

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Psicología

AUTOR(ES)

Hermoza Torres, Claudia Lissete	0000-0003-2412-0528
Cabero Imaña, Patsy Pamela Carmen	0000-0001-6296-0232

ASESOR(ES)

Gamboa Melgar, Goldie Elizabeth	0000-0003-4972-5777
---------------------------------	---------------------

Lima, 07 de febrero de 2024

DEDICATORIA

*Dedicado a aquellas personas que nos aprecian y confiaron en nuestra capacidad para
culminar esta etapa de manera singular.*

Resumen

Actualmente, Instagram es una de las redes sociales más populares entre los jóvenes. Esto ha originado un uso inadecuado, exponiéndose al desarrollo de una adicción hacia dicha red. Estudios demuestran su asociación con la insatisfacción de imagen corporal. El objetivo del estudio fue determinar la relación entre las variables en estudiantes de universidades privadas de Lima. Se empleó un diseño correlacional simple. El muestreo fue no probabilístico por conveniencia y se evaluó a 315 jóvenes ($M = 20$ años, 213 mujeres y 102 hombres). Se utilizaron la Escala de Adicción a Instagram de Bergen y el Cuestionario de Imagen Corporal adaptado por Dominguez-Lara et al. (2018). Entre los principales hallazgos, se encontró una correlación estadísticamente significativa, moderada y positiva ($r_s = .42$) entre adicción a Instagram (AI) e insatisfacción de imagen corporal (IC). Se hallaron diferencias estadísticamente significativas según sexo y tiempo invertido en la aplicación para ambas variables. En cuanto al sexo, para la AI se obtuvo un tamaño de efecto ($r_{tb} = .16$) pequeño; mientras que, para la IC, el tamaño fue moderado ($r_{tb} = .39$), siendo las mujeres quienes puntuaron más alto en las dos variables. Sobre el tiempo invertido, el tamaño fue mediano ($r_{tb} = .39$) para AI, siendo más propenso a desarrollar una adicción a la red el grupo que utiliza la aplicación de 3h a más. En cuanto a IC, el tamaño fue pequeño ($r_{tb} = .12$), reflejando que el grupo mencionado es el cual se muestra vulnerable a experimentar insatisfacción hacia su cuerpo.

Palabras clave: Adicción a Instagram; insatisfacción corporal; universitarios.

Instagram addiction and body image dissatisfaction in students from private universities in Lima

Abstract

Currently, Instagram is one of the most popular social networks among young people, which has led to inappropriate use of it and, in turn, exposure to the development of an addiction to the application. Studies show that this addiction is associated with body image dissatisfaction. The aim of this study was to determine the relationship between these two variables in students from private universities in Lima. A simple correlational design was used. The sampling was non-probabilistic for convenience; 315 students participated (M = 20 years, 213 women and 102 men). The Bergen Instagram Addiction Scale and the Body Image Questionnaire adapted by Dominguez-Lara et al. (2018) were used. Among the main findings, a statistically significant, moderate and positive correlation ($r_s = .42$) was found between Instagram addiction (IA) and body image dissatisfaction (BID). Furthermore, statistically significant differences were found according to sex and time spent in the application for both variables. Regarding sex, a small effect size ($r_{tb} = .16$) was obtained for IA; while for BID, the size was moderate ($r_{tb} = .39$), with women scoring higher in both variables. Regarding the time invested, the effect size was moderate ($r_{tb} = .39$) for IA, with the group that uses the application for 3 hours or more being more likely to develop an addiction to the network. Likewise, regarding BID, the size was small ($r_{tb} = .12$), reflecting that the aforementioned group is the one that is vulnerable to experiencing dissatisfaction with their body.

Keywords: Instagram addiction; body image dissatisfaction; university students.

N°10462_Hermoza Torres, Claudia Lisete_Adicción a Instagram e insatisfacción de imagen corporal en estudiantes de universidades privadas de Lima

INFORME DE ORIGINALIDAD



FUENTES PRIMARIAS

1	hdl.handle.net Fuente de Internet	4%
2	dspace.ucuenca.edu.ec Fuente de Internet	1%
3	tesis.pucp.edu.pe Fuente de Internet	1%
4	revistas.usil.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	Submitted to Universidad Católica San Pablo Trabajo del estudiante	<1%
6	www.tdx.cat Fuente de Internet	<1%
7	Rebeca González Carrascosa. "APLICACIONES DE HERRAMIENTAS BASADAS EN LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (TIC) A LA NUTRICIÓN"	<1%

Introducción

A nivel mundial, Instagram es una de las redes sociales más usadas entre los jóvenes con edades que fluctúan entre 18 a 24 años (Kepios, 2023; Álvarez, 2023). En el Perú, el 26.6% (8.90 millones) de la población mayor a 13 años se encuentra inserta en esta aplicación, representando las mujeres al 53.9% y el 46.1% los hombres. Además, en el país, se observó un crecimiento de la red en un 6% en el 2022 a comparación del 2021 (Kemp, 2022).

Dicha red social ha sido utilizada para fines positivos al actuar como un medio informativo que permite a sus usuarios compartir contenido de su día a día o de lo que consideren interesante para difundir entre sus seguidores, así como estar actualizados con las últimas tendencias (Prades & Carbonell, 2016; Caramutti, 2020). Asimismo, es una herramienta en la cual las personas que visualicen el contenido compartido podrán dar un *feedback* en forma de *likes*, comentarios o mensajes privados (Romero et al., 2019). Al mismo tiempo, contribuye a alcanzar el sentido de pertenencia a un grupo (Ikemiyashiro, 2017). No obstante, también ha ocasionado repercusiones negativas al momento de tener un uso problemático de ésta, lo cual podría derivar en el desarrollo de una adicción a la red entre sus usuarios (Chávez & Vallejos-Flores, 2021). Lo anterior se puede evidenciar con el estudio de Matalinares et al. (2017), quienes hallaron que el 21.2% de los estudiantes de pregrado de Lima presentaban un nivel alto de adicción a las RS. De acuerdo a Fernández (2020), para los jóvenes, esta red gira en torno a la publicación de fotografías y *stories*, en las que tratan de mostrar la mejor imagen de sí mismos para obtener la aceptación de los demás. Esta depende de la cantidad de *likes* y comentarios que obtengan, lo cual es indicador de cuán populares y atractivos son (Fernández, 2020; Lúcar, 2019).

Dentro de este espacio virtual, se hace presente el rol que desempeñan los cánones de belleza establecidos dentro de la sociedad occidental en base a estereotipos corporales creados según el contexto sociocultural, los vínculos interpersonales y medios de comunicación (Cruzat et al., 2016; Campos & Llaque, 2017; Duffaut & Del Castillo, 2021). Esto se liga a la época actual en la cual predomina el culto al cuerpo y a la imagen, sobre todo, femenina (Guerrero, 2015). Sin embargo, el género masculino también le otorga relevancia y preocupación a su apariencia corporal (Ocampo, 2019; Dueñas, 2020). De esta manera, el ser humano, al mantenerse habitualmente en contacto con el ambiente, es propenso a interiorizar los comportamientos y costumbres aprendidos a lo largo del tiempo, lo cual contempla determinadas normas de tamaño y apariencia aprobadas por los demás (Kandel, 1980; Thompson & Stice, 2001; Dueñas, 2020).

Los modelos corporales existentes han ido evolucionando durante los años, siendo reemplazada al día de hoy la delgadez extrema por la tonicidad; modelo denominado como *fitness* (Buse, 2019). Este último enfatiza en la adopción de un estilo de vida saludable evidenciado a nivel estético corporal debido a los hábitos alimenticios y práctica de actividad física (Talbot et al., 2017). Aunque, en primera instancia, se consideraba como una elección que ayudaría a obtener mejores efectos respecto a la salud, actualmente, está sujeta a críticas a causa de lo hallado por estudios sobre que el ideal *fit* también llevaría a la insatisfacción del cuerpo, estado de ánimo negativo, además de perjudicar la imagen corporal, autoestima, entre otros (Dignard, 2017; Rounds & Stutts, 2021; Cha et al., 2022; Barron et al., 2021). En su mayoría, las investigaciones abordaban a la población femenina, mientras que la de Barron et al. (2021) incluía ambos géneros.

Dichos modelos mencionados se vinculan a dos conceptos inmersos en las redes sociales, denominados como *thinspiration* y *fitspiration* (Chasler, 2016). El objetivo de estos reside en que los usuarios difundan imágenes a través de una plataforma virtual a fin de inspirar a los espectadores y que estos los sigan (Buse, 2019). Respecto a *thinspiration*, se alienta al observador a guiarse de la delgadez a diferencia de *fitspiration*, el cual lo orienta hacia un cuerpo *fit*, tonificado y musculoso (Dignard, 2017; Talbot, et al., 2017). Sin embargo, Tiggemann y Zaccardo (2018) exponen lo cuestionable que resultaría considerar más saludable esta última tendencia, ya que ambos movimientos suelen considerarse dentro del mundo *fitness*.

Adicionalmente, distintas investigaciones han revelado el impacto negativo que tiene *fitspiration* dentro de Instagram en hombres y mujeres de países occidentales, provocando el incremento de la insatisfacción corporal (Tiggemann & Zaccardo, 2015; Yee et al., 2020; Prichard et al., 2020; Dignard & Jarry, 2021; Fioravanti, 2021) a causa de generar malestar al incitarlos a perseguir objetivos corporales irreales y exagerados, así como la comparación social de su apariencia física (Boepple & Thompson, 2016; Holguin, 2022). Al mismo tiempo, un mayor uso de la app está relacionado con la tendencia de desarrollar adicción a esta red y a padecer de algún trastorno de la conducta alimentaria (TCA), trastorno depresivo, baja autoestima, etc (Bor et al., 2014; Jovic et al., 2019; Turner & Lefevre, 2017).

Con relación a la adicción, Rossi (2008) explica que una adicción puede surgir ante la presencia de cualquier acto que sea percibido por la persona como placentero. Asimismo, Griffiths (2000) señala seis criterios para considerar a un acto como adictivo: 1) La saliencia, en el que la acción o situación ejerce control sobre la persona. 2) La modificación del humor ocasionada por el

acto en cuestión. 3) La tolerancia, proceso en el que la persona incrementa la intensidad de la acción para sentir los mismos efectos iniciales. 4) La abstinencia, en el que se experimentan estados emocionales desagradables o consecuencias físicas cuando la acción es interrumpida. 5) El conflicto desarrollado entre la persona y el entorno en que se desenvuelve. 6) La recaída es la tendencia a volver a realizar aquellos patrones iniciales, pero de forma más intensa tras haber pasado unos años en abstinencia.

Alonso-Fernández (2003) clasifica a las adicciones en dos tipos: las químicas y las psicológicas. Las químicas están conformadas por sustancias tales como el alcohol, alucinógenos, tabaco, entre otras. Por otro lado, las psicológicas incluyen las adicciones al juego, al sexo, a la comida, al ejercicio, al internet y a las RS.

Específicamente en cuanto a las RS, estas incluyen a Instagram. Verástegui (2022) menciona que el uso problemático o desmedido de las redes sociales es un factor predictivo de la adicción a estas, y que la adicción a redes sociales implica un uso problemático. Por lo tanto, estos dos términos se retroalimentan entre sí de forma cíclica, lo cual hace que las consecuencias de ambos sean muy similares.

El uso desmedido de esta red en los jóvenes cumple con el criterio de saliencia, la cual evidencia la relevancia y dominio que ejerce sobre las personas, derivando en un comportamiento adictivo (Kircaburun & Griffiths, 2019). Los síntomas de abstinencia también se presentan, los cuales demuestran estados de ánimo y respuesta fisiológicas en las personas tras suspender su uso (Longobardi et al., 2020). Asimismo, las recaídas, la variabilidad del estado de ánimo, la tolerancia y los conflictos que ocasiona esta adicción están presentes en los comportamientos problemáticos de los jóvenes que tienen esta condición (Griffiths, 2000).

Sobre la adicción a Instagram, Kircaburun y Griffiths (2018) realizaron un estudio en universitarios húngaros. Entre los hallazgos, se pudo determinar la tasa de prevalencia de la adicción a Instagram, donde el 6.1% eran moderadamente adictos, el 0.90% eran severamente adictos y, en general, el 33.5% de los participantes eran usuarios de riesgo de Instagram. Esto se complementa con los resultados de D'Souza y Meenakshi (2018), quienes se centraron en universitarios hindúes de carreras dentales y hallaron que el 5.2% era propenso a la adicción y el 3.1% era adicto. Adicionalmente, estudios revelan que los individuos con dificultades para entablar relaciones con otras personas debido a una baja autoestima, tienden a preferir conectar socialmente

mediante redes sociales como Instagram, lo cual puede derivar en adicción (Rahardjo & Mulyani, 2020).

Respecto a la variable insatisfacción de imagen corporal, autores como García (2004) postulan que algunos jóvenes van a experimentar incomodidad sobre su cuerpo, sin que esto interfiera en las áreas de su vida al cual se le denomina como “malestar normativo”. No obstante, si aquel malestar se intensifica y mantiene en el día a día, impulsando al individuo a emprender conductas dañinas para sí, se está hablando de insatisfacción con la imagen corporal (Devlin & Zhu, 2001). Esta se entiende como la evaluación subjetiva y negativa de las características faciales, forma corporal y la creencia de no resultar atractivo para los demás (Vaquero et al., 2013; Lantz et al., 2018). El grado de insatisfacción dependerá de la magnitud de la diferencia que el sujeto note entre su cuerpo y el ideal de belleza establecido según los preceptos sociales y culturales (Baile et al., 2003). De acuerdo con Sánchez et al. (2018), esta disconformidad puede presentarse desde temprana edad y la población femenina es más propensa a experimentarla en comparación a otros grupos como lo evidencian estudios nacionales e internacionales (Silva et al., 2016; Marín, 2023; Linares & Figueroa, 2023; Gomez et al., 2023).

Tomando en cuenta la literatura revisada, se refleja el énfasis dado a las mujeres como principal objeto de estudio, lo cual parece haber derivado en la omisión del género masculino, su preocupación por el cuerpo y los problemas a nivel físico y mental incrementados en este grupo tal y como lo evidenciaron Palomino y Reyes (2023) en su estudio con una muestra masculina.

En cuanto a la relación entre la adicción a Instagram y la insatisfacción de imagen corporal, se destaca un estudio en el que se encontró que los adolescentes italianos que editan sus fotos antes de subirlas a Instagram, presentan mayores niveles de ansiedad e insatisfacción con su imagen corporal, así como más presión a encajar dentro de los estándares de belleza propuestos por la red (Verrastro et al., 2020). En relación con esto, el estudio de Ahadzadeh et al. (2017), halló que el uso de Instagram tiene un efecto negativo en la satisfacción corporal de jóvenes malasio ($\beta = -0.111$) y su uso excesivo es más prevalente en aquellos con un nivel de autoestima bajo ($\beta = -0.179$). Asimismo, en el estudio de Varaona (2022), se encontró una relación estadísticamente significativa y positiva entre Instagram y la insatisfacción corporal.

Por esa razón, la presente investigación tiene relevancia teórica, ya que busca, a través de la teoría y los antecedentes, aportar a la comunidad científica con posibles explicaciones a la influencia de la red social Instagram y la relación de ésta con la insatisfacción de imagen corporal

en jóvenes. Asimismo, la relevancia teórica se demostraría en que los resultados de esta investigación podrán servir como base para la justificación de programas de prevención a la adicción a Instagram, teniendo como énfasis la salud mental.

Asimismo, en los aportes de índole práctico, los resultados permitirán que los profesionales de Psicología consideren dentro de su campo de acción las repercusiones a las que conlleva el uso inadecuado de Instagram. Como contribución metodológica, se brindó evidencia de validez y confiabilidad de los instrumentos para la población limeña.

Con todo lo antes expuesto, se planteó como objetivo general identificar la relación que existe entre la adicción a Instagram y la insatisfacción de imagen corporal en estudiantes de universidades privadas de Lima. Además, como objetivos específicos, se planteó comparar las variables según sexo y horas invertidas en la aplicación mencionada. En base a los estudios previos, se hipotetizó que la adicción a Instagram está asociada de forma positiva y significativa a la insatisfacción de imagen corporal de los jóvenes universitarios de Lima.

Método

Diseño

El estudio correspondió a una estrategia asociativa de diseño correlacional simple (Ato et al., 2013), debido a que se buscó establecer la asociación entre la adicción a Instagram y la percepción de la imagen corporal. Para este propósito, se utilizaron instrumentos de medición, tales como escalas y cuestionarios.

Participantes

La población de estudio estuvo conformada por estudiantes de diversas universidades privadas de Lima. Los criterios de inclusión fueron: estudiantes de ambos sexos con edades entre 18 y 24 años, pertenecientes a universidades privadas de la ciudad de Lima y residentes en esta ciudad, con acceso a internet y a una cuenta personal de Instagram. Por otro lado, los criterios de exclusión contemplaron el no residir en la ciudad de Lima, no ser estudiante de una universidad privada, no contar con acceso a internet, no ser usuario de Instagram y encontrarse fuera del rango de edad solicitado. La muestra fue de tipo no probabilístico por conveniencia, ya que se seleccionaron a aquellos participantes que cumplieron con los criterios de inclusión previamente mencionados (Hernández et al., 2014).

En relación con el cálculo del tamaño de la muestra, se utilizó el programa G*Power. Se usó un nivel de confianza del 95% a dos colas y un margen de error del 0.05. Asimismo, respecto al tamaño del efecto, se tuvo como base un coeficiente de correlación de 0.20 y una potencia al 95% para que tenga significancia práctica, basándonos en lo que recomienda Ferguson (2009). Por ello, en base al análisis, se sugirió un mínimo de 314 personas. Sin embargo, se evaluaron a 379 personas de las cuales 64 de estas fueron descartadas debido a que no cumplían con los criterios de inclusión; siendo 315 personas las que conformaron la muestra final.

Entre las características de los participantes se encontró que, la mayoría de estos, pertenecían al sexo femenino (67.62%) y el resto al sexo masculino (32.38%), ambos entre los 18 y 24 años ($M = 20.72$, $DE = 1.73$). Asimismo, respecto al tiempo que invertía en la red social Instagram, el 57.4% dedica menos de una hora hasta dos y el 42.5% de tres a más horas. De igual modo, se reflejó que una gran proporción de participantes (55.86%) a veces tendían a estar pendientes de su índice de masa corporal (IMC). A esto se le suma el 22.86% que refirió nunca haber estado pendiente de ello. Aun así, el 18.10% manifestó estar siempre pendiente de su IMC. En esta misma línea, se encontró que el 61.40% de los participantes, a veces, han intentado seguir dietas para llegar a su peso ideal. En contraste con esto último, el 18% siempre ha intentado adecuarse a dichas dietas, mientras que el 22.90% nunca lo ha llevado a cabo.

Materiales

Ficha de datos sociodemográficos

La ficha de datos sociodemográficos recabó información de los participantes con respecto al sexo, edad, lugar de residencia, estado civil, grado de instrucción, año que se cursa en la universidad, número de hijos, tiempo de uso de Instagram, índice de masa corporal, enfermedad endocrina, limitaciones físicas o sensoriales, uso de dietas, cirugías estéticas y tratamiento farmacológico.

Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BFAS)

Este instrumento es una versión modificada por Andreassen et al. (2012) del Bergen Facebook Addiction Scale (BFAS), validada para el contexto peruano por Chávez y Vallejos-Flores (2021). La escala es unidimensional y cuenta con seis ítems los cuales se puntúan mediante una escala de tipo Likert de 5 puntos (1 = muy raramente, 2 = raramente, 3 = a veces, 4 = a menudo, 5 = muy a menudo). Los indicadores que presenta son saliencia, síndrome de abstinencia, modificación en el estado de ánimo, conflictos, recaídas y tolerancia. Andreassen et al. (2012)

sugieren que un puntaje de “a menudo” o “muy a menudo” en al menos cuatro de los seis ítems, indicaría que el individuo es adicto a Instagram.

En este estudio, para hallar evidencia de validez en el instrumento, se realizó un análisis factorial confirmatorio (AFC) a través del estimador de los mínimos cuadrados ponderados con media y varianza ajustada (WLSMV) en el cual se obtuvieron índices de ajuste aceptables: raíz cuadrada media residual estandarizada (SRMR) = .050, índice de ajuste comparativo (CFI) = .992, índice de Tucker-Lewis (TLI) = .986, y el error cuadrático medio de aproximación (RMSEA) = .077. Asimismo, las cargas factoriales se encontraron entre .668 y .811. Con esto, se corrobora la estructura interna de un factor. De igual forma, para las evidencias de confiabilidad del instrumento, se estimó la consistencia interna mediante el coeficiente Omega, el cual fue de .829. Esto nos permite concluir que las puntuaciones de la prueba cuentan con un aceptable nivel de fiabilidad de consistencia interna.

Cuestionario de la forma corporal - Body Shape Questionnaire (BSQ)

Este instrumento fue creado por Cooper et al. (1987) y mide los niveles de insatisfacción corporal tomando en cuenta el miedo a engordar, sentimientos de baja autoestima a causa de la apariencia y el deseo de perder peso. Contiene 34 ítems que evalúan la frecuencia con la que aparecen ciertos pensamientos sobre la imagen corporal. Estos son calificados en una escala Likert de seis puntos: 1 = nunca, 2 = raramente, 3 = a veces, 4 = a menudo, 5 = muy a menudo y 6 = siempre (Cooper et al., 1987).

Para la presente investigación, se utilizó la versión adaptada a la población mexicana compuesta por estudiantes varones y mujeres realizada por Dominguez-Lara et al. (2018). Estos encontraron que el modelo original propuesto por Cooper et al. (1987) representaba mejor al constructo al ser unidimensional. Entonces, en base a dicho modelo, evaluaron la invarianza configural tanto para hombres y mujeres, encontrando que la unidimensional presenta índices de ajustes aceptables de CFI (varones = .944; mujeres = .960), TLI (varones = .940; mujeres = .958) y RMSEA (varones = .077; mujeres = .073). De este modo, se obtuvo una versión de 18 ítems (BSQ-18). Cabe resaltar que, para este estudio y, basándonos en adaptaciones peruanas (e.g., Flores, 2009; Palomino, 2018; Ramos, 2019), se hizo la modificación del ítem 14 “¿Te ha preocupado que la otra gente te vea “llantas” alrededor de tu cintura?” en el cual se reemplazó la palabra “llantas” por “rollos” a fin de que pueda ser comprendido. Es importante acotar que se optó por emplear la versión mexicana en lugar de la peruana, debido a que la primera está adaptada

para ambos géneros, mientras que la segunda solo contempla a la población femenina.

En esta investigación se recolectó evidencia de validez basada en la estructura interna con el AFC a través del estimador de la máxima verosimilitud robusta (MLR), obteniendo índices de ajuste aceptables (SRMR = .035, CFI = .930, TLI = .921, RMSEA = .088). Asimismo, las cargas factoriales se encontraron entre .49 y .87. Finalmente, respecto a la fiabilidad de la dimensión de dicho cuestionario, el instrumento demostró tener un nivel aceptable de consistencia interna ($\omega = .965$).

Procedimiento

El proceso de recolección de datos se llevó a cabo a finales del 2021 e inicios del 2022. Los datos se recabaron de forma virtual debido a que, dentro del centro de estudios, aún se mantenían las restricciones establecidas por la COVID-19 respecto al contacto con otros. Para esto, se utilizó un Google Forms en el cual se incluyó lo siguiente: consentimiento informado, ficha sociodemográfica, Escala de Adicción a Instagram de Bergen y el Cuestionario de la forma corporal.

Además, la forma en la que se difundió dicho formulario fue a través de publicaciones en RS como Instagram, Facebook y WhatsApp. En las publicaciones se encontró el enlace del formulario, una breve descripción del objetivo de la investigación y la petición de apoyo para que estas personas puedan participar. Asimismo, se publicaron los requisitos que debían cumplir los participantes para formar parte del estudio, el número de preguntas y el tiempo estimado para la realización del formulario, el cual fue de 15 a 20 minutos.

Asimismo, se solicitó el servicio que ofrece la universidad acerca de “Apoyo a la Investigación”. De esta forma, se mandó un correo a apoyoalainvestigacion@upc.pe para que puedan difundir, mediante el correo institucional, el formulario de la investigación a estudiantes de la universidad de diversas facultades. Cabe recalcar que se retiraron todas aquellas respuestas de personas que no hayan cumplido con los criterios de inclusión y las que estuvieron inconclusas.

Aspectos éticos

Respecto al aspecto ético de la investigación, el estudio fue enviado al Comité de Ética de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas para su revisión y posterior aprobación. La investigación cumplió con los códigos éticos propuestos por el Colegio de Psicólogos del Perú y de la Asociación Americana de Psicología, lo cual incluye el uso del consentimiento en el que se le informó a los participantes de su participación voluntaria, confidencialidad de sus datos y el

anonimato de estos. Adicionalmente, todos los participantes tuvieron la posibilidad de retirarse del estudio en cualquier momento sin que esto causara perjuicio alguno. Es importante mencionar que se obtuvieron los permisos requeridos para el uso de los instrumentos.

Análisis de datos

Para el análisis de los datos se utilizó el programa estadístico Jamovi versión 2.3.12 (The jamovi project, 2021). En primer lugar, se examinaron las propiedades psicométricas de los instrumentos, específicamente, se estimó la estructura interna mediante el AFC utilizando como método de estimación para la Escala de Adicción a Instagram de Bergen los mínimos cuadrados ponderados con media y varianza ajustada (WLSMV), en tanto que, para el BSQ, se hizo uso de la máxima verosimilitud robusta (MLR). Además, se tomaron en cuenta los siguientes índices de ajuste con sus valores considerados como aceptables, de acuerdo con lo que menciona Escobedo et al. (2016): RMSEA ($\leq .05$), SRMR ($\leq .08$), TLI ($\geq .90$) y CFI ($\geq .90$). Además, se calculó la consistencia interna mediante el coeficiente omega considerando aceptables todos aquellos valores mayores a 0.70 (Oviedo & Campo-Arias, 2005).

En segundo lugar, las variables estudiadas fueron descritas a través de las medidas de tendencia central y de variabilidad (rango, media, desviación estándar, asimetría y curtosis). Los valores de asimetría y curtosis que se encontraban entre -1.5 y +1.5 daban indicios de que la distribución de los datos se asemejaba a una curva normal (Tabachnick & Fidell, 2019).

En tercer lugar, en cuanto al análisis inferencial, se llevó a cabo la prueba de normalidad de Shapiro-Wilk. Esto debido a que actualmente diversos estudios resaltan la potencia estadística de dicha prueba frente a otras cuando el tamaño de muestra es grande (e.g., Romão et al., 2009; Razali & Wah, 2011; Yap & Sim, 2011; Ghasemi & Zahediasl, 2012; Khatun, 2021). A partir de lo indagado, se determinó que los datos no contaban con una distribución normal. Por ello, se realizó un análisis de correlación bivariado mediante la prueba de correlación de rangos de Spearman entre la adicción a Instagram y la percepción de imagen corporal. Para el tamaño del efecto, se tomó en cuenta lo propuesto por Cohen (1988): .10 (pequeño), .30 (medio) y .50 (fuerte).

Por último, respecto al análisis comparativo, se aplicó la prueba U de Mann Whitney. En cuanto a la estimación del tamaño del efecto, se realizó a partir del coeficiente de correlación biseriada de rangos, considerando para estas un tamaño de efecto pequeño (entre .10 y .30), mediano (.30 y .50) y grande ($>.50$), de acuerdo con lo planteado por Cohen (1988).

Resultados

Análisis descriptivo

En cuanto a la variable de adicción a Instagram, se encontró que las puntuaciones varían desde 6 a 30, siendo la puntuación promedio (M) de 13.73. Asimismo, con relación a la dispersión de los datos (DE), esta fue de 4.89. También, se halló una asimetría de .39 y una curtosis de -.14. A partir de este análisis, la distribución de las puntuaciones daría ciertos indicios de la normalidad de los datos.

En lo referente a los resultados de insatisfacción de imagen corporal, los puntajes se encontraron entre los valores de 18 y 107. Además, presentaron una media de 52.63, una desviación estándar de 21.68, una asimetría de .56 y una curtosis de -.52. Con estos resultados, se evidencian algunas señales de normalidad en la distribución de los datos (Tabla 1).

Tabla 1

Estadísticos descriptivos de la adicción al Instagram y la insatisfacción corporal

	<i>M</i>	<i>DE</i>	<i>Mín</i>	<i>Máx.</i>	<i>S</i>	<i>K</i>
Adicción al Instagram	13.73	4.89	6	30	.39	-.14
Insatisfacción corporal	52.63	21.68	18	107	.56	-.52

Nota. M: media; DE: desviación estándar; Mín: mínimo; Máx: máximo; S: asimetría; k: curtosis

Análisis inferencial

Para el análisis de normalidad, se llevó a cabo la prueba de Shapiro-Wilk, la cual determinó que los datos de las variables no cumplían con el supuesto de normalidad (Instagram: $W = .97$, $p < .001$; Percepción de imagen corporal: $W = .96$, $p < .001$). A raíz de estos resultados, se decidió emplear la prueba no paramétrica de correlación de rangos de Spearman para el análisis de relación entre las variables de estudio.

La correlación entre las variables fue de .42, siendo este resultado estadísticamente significativo ($p < .001$). En cuanto a la magnitud de la relación, fue moderada y positiva (Cohen, 1988). Esto nos indica que, a medida que una variable incrementa en su nivel, la otra también lo hace en un grado similar (ver tabla 2).

Tabla 2*Correlación entre la adicción al Instagram y la insatisfacción corporal*

		Adicción al Instagram
Insatisfacción corporal	r_s	.42
	valor p	< .001

Nota. r_s : Rho de Spearman; p : probabilidad

Análisis comparativo

Respecto al análisis comparativo, se aplicó la prueba U de Mann-Whitney para comparar ambas variables según el sexo de los participantes (ver tabla 3). Se encontró que existen diferencias estadísticamente significativas en adicción a Instagram en cuanto al sexo ($U= 9165$, $p = .024$). La variable adicción a Instagram presentó un tamaño de efecto que, según Cohen (1988), indicaría un tamaño de efecto pequeño ($r_{rb} = .16$), lo que evidencia que la diferencia entre los grupos fue pequeña. Asimismo, la mediana obtenida de varones fue de 12, mientras que la de mujeres fue de 14.19. Estos resultados indican que las mujeres tienen puntuaciones ligeramente superiores a las de los varones en adicción a Instagram.

Por otro lado, se hallaron diferencias estadísticamente significativas en insatisfacción de imagen corporal en cuanto al sexo ($U= 6625$, $p < .001$). Dicha variable presentó un tamaño de efecto moderado ($r_{rb} = .39$), de acuerdo a lo que menciona Cohen (1988). De igual modo, se obtuvo que la mediana para los hombres fue de 39.5 y 54 para las mujeres. Estos resultados señalan que las mujeres presentan puntuaciones superiores a la de los hombres en insatisfacción de imagen corporal.

Tabla 3*Análisis de diferencias de la adicción al Instagram e Insatisfacción corporal en función del sexo*

	Hombre (n = 102)	Mujer (n = 213)			
	<i>Mdn (RIC)</i>	<i>Mdn (RIC)</i>	<i>U</i>	<i>p</i>	<i>r_{tb}</i>
Adicción al Instagram	12 (7.75)	14 (6)	9165	.024	.16
Insatisfacción corporal	39.5 (18)	54 (32)	6625	< .001	.39

Nota. Mdn: mediana; RIC: rango intercuartil; U: estadístico de prueba; p: probabilidad; r_{tb} : rango-biserial

Por último, en la tabla 4 se detallan los resultados del análisis de diferencias, tanto de la variable adicción a Instagram como también la insatisfacción corporal, en función de las horas invertidas en Instagram. Se logra apreciar, en primera instancia, los descriptivos como la mediana y el rango intercuartil en función del tiempo invertido, además de la prueba U de Mann-Whitney. Se encontraron diferencias estadísticamente significativas en la adicción a Instagram ($p = < .001$) y un tamaño de efecto mediano ($r_{tb} = .39$) según lo mencionado por Cohen (1988), siendo el grupo que utiliza la aplicación de 3 horas a más el que es más propenso a desarrollar una adicción a Instagram. De igual forma, para la insatisfacción corporal se obtuvieron diferencias estadísticamente significativas ($p = .06$) con un tamaño de efecto pequeño ($r_{tb} = .12$) de acuerdo a lo que menciona Cohen (1988). Esto indicaría que el grupo que usa la aplicación de 3 horas a más presenta una mayor vulnerabilidad a desarrollar una insatisfacción hacia su cuerpo.

Tabla 4

Análisis de diferencias de la adicción al Instagram e Insatisfacción corporal en función de las horas de uso

	Menos de 1 hora a 2 horas (n = 134)	3 horas a más (n = 181)			
	<i>Mdn (RIC)</i>	<i>Mdn (RIC)</i>	<i>U</i>	<i>p</i>	<i>r_{rb}</i>
Adicción al Instagram	12 (8)	15 (6)	7365	< .001	0.39
Insatisfacción corporal	46 (33)	51 (28.8)	10623	.06	0.12

Nota. Mdn: mediana; RIC: rango intercuartil; U: estadístico de prueba; p: probabilidad; *r_{rb}*: rango-biserial

Discusión

El objetivo principal de la investigación fue hallar la asociación entre las variables adicción a Instagram y la insatisfacción de imagen corporal en estudiantes de 18 a 24 años de universidades privadas de Lima. Los resultados reflejan que existe una correlación significativa, moderada y positiva entre ambas variables. Esto implicaría que los usuarios que presentan síntomas de adicción a esta red son más propensos a experimentar un malestar respecto a su cuerpo, lo cual se ve reforzado por el modelo actual belleza a seguir en la cultura occidental, a saber, el de tonicidad (Holland & Tiggemann, 2016; Buse, 2019; Dueñas, 2020; Barron et al., 2021).

En cuanto a la adicción a Instagram, se halló que existen diferencias estadísticamente significativas respecto al sexo con un tamaño de efecto pequeño, siendo las mujeres quienes evidenciaron una puntuación ligeramente mayor a la de los hombres. Lo anterior se podría explicar en que, además de ser una red mundialmente usada, el funcionamiento de esta conduce a un mayor uso.

De acuerdo con el documental *El dilema de las redes sociales* (Orlowski, 2020), apenas se detecta que un usuario ha dado click a cierto contenido audiovisual, empieza a “atacarlo” al mostrarle miles de imágenes o videos relacionados solo con ese contenido. Por ende, el predominio del modelo corporal “*fitspiration*” y la presión social por alcanzarlo expone a las féminas a desear

estar en contacto con este por aquel medio virtual, encadenándose así a un círculo interminable (Meta, 2019; Borgetto, 2022). No obstante, estudios como los de Ocampo (2019) demuestran que los varones también están sujetos a dicho modelo y la constante aspiración de este.

Ahora, sobre la insatisfacción corporal, se encontraron diferencias estadísticamente significativas con un tamaño de efecto moderado, sobresaliendo las mujeres por encima de los hombres. Esto indicaría que la incomodidad hacia su apariencia física sería más predominante. Diversos estudios reportan datos similares, manifestando que esta población tiende a no estar Augusta con su imagen, principalmente, por estar inmersa en el contenido de fitspiration, ocasionando, a su vez, un estado de ánimo negativo (Sánchez, 2018; Saavedra, 2019; Prichard et al., 2020).

Adicionalmente, los aspectos contemplados en la muestra del estudio tales como evaluar ocasionalmente el IMC y/o adherirse a planes de alimentación conocidos comúnmente como dietas se presentaron en mayor proporción en las mujeres. Linardon (2023) y Fueyo (2023) coinciden con lo hallado. Aun así, esta información actúa como una explicación más frente al surgimiento de la insatisfacción corporal, independientemente del sexo (Fueyo, 2023).

En esa misma línea, los sujetos que invertían de tres a más horas en la aplicación se presentaban como el grupo más expuesto a sentirse inconforme con su figura. Distintos estudios concuerdan con lo indagado al haber encontrado que el incremento del tiempo de la aplicación se asocia con la insatisfacción corporal, específicamente, en la población adolescente y joven (Tiggemann et al., 2018; Senín et al., 2020; Steinsbeck et al., 2021; Vall et al., 2021).

Teniendo en cuenta lo anterior, las fortalezas del presente estudio incluyen el haber evaluado a ambos géneros, ya que, en la literatura revisada, sólo tendían a incluir a las mujeres. La información que derive de ello podría resultar útil para la elaboración de programas preventivos de las consecuencias que desencadena la inmersión en la red social investigada como la insatisfacción corporal. De igual forma, se proporcionó evidencia de validez y confiabilidad de los instrumentos utilizados para la población limeña.

En cuanto a las limitaciones, hubiera sido importante explorar acerca de los factores de riesgo para la adicción a Instagram, puesto que en la presente investigación el análisis estuvo dirigido solo a investigar la relación entre la adicción a dicha red social con la insatisfacción de la imagen corporal. Sin embargo, conocer el porqué se puede desarrollar esta adicción hubiese otorgado información que contribuya a indagar a profundidad la problemática en cuestión.

De esta manera, se pone de manifiesto la inminente dificultad por controlar el acceso a Instagram y lo que muestra a sus usuarios, al igual que la importancia de seguir diseñando intervenciones para desarrollar las herramientas necesarias a fin de cuidar de su salud mental y eludir favorablemente los contenidos que atentan contra la seguridad y valoración de los jóvenes.

Referencias

- Alonso-Fernández, F. (2003). *Las nuevas adicciones*. TEA Ediciones.
[https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=HXzu_8pmXUsC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Alonso-Fern%C3%A1ndez,+F.+\(2003\).+Las+nuevas+adicciones.+TEA+Ediciones.&ots=sJkefXDQgB&sig=KDubYbajUlh8g6tWqXq4VKv6lU0](https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=HXzu_8pmXUsC&oi=fnd&pg=PA13&dq=Alonso-Fern%C3%A1ndez,+F.+(2003).+Las+nuevas+adicciones.+TEA+Ediciones.&ots=sJkefXDQgB&sig=KDubYbajUlh8g6tWqXq4VKv6lU0)
- Álvarez, J. (2023, 30 de junio). *Si no estás en redes sociales, estás en na*. Ipsos. Recuperado el 2 de diciembre de 2023, de <https://www.ipsos.com/es-pe/si-no-estas-en-rrss-estas-en-na#:~:text=En%20resumen%2C%20el%20perfil%20de,aplicaci>
- Andreassen, C., Torsheim, T., Brunborg, G., & Pallesen, S. (2012). Development of a Facebook addiction scale. *Psychological Reports, 110*(2), 501-517.
<https://doi.org/10.2466/02.09.18.PR0.110.2.501-517>
- Ahadzadeh, A., Sharif, S., & Ong, F. (2017). Self-schema and self-discrepancy mediate the influence of Instagram usage on body image satisfaction among youth. *Computers in Human Behavior, 68*, 8-16. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2016.11.011>
- Ato, M., López, J., & 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>
- Baile, J., Raich, R., & Garrido, E. (2003). Evaluación de Insatisfacción Corporal en adolescentes: Efecto de la forma de administración de una escala. *Anales de psicología, 19*(2), 187-192.
https://www.um.es/analesps/v19/v19_2/02-19_2.pdf
- Barron, A., Krumrei, E., & Harriger, J. (2021). The effects of fitspiration and self-compassion Instagram posts on body image and self-compassion in men and women. *Body Image, 37*, 14-27. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.01.003>
- Boepple, L., & Thompson, J. (2016). A content analytic comparison of fitspiration and thinspiration websites. *International Journal of Eating Disorders, 49*(1), 98-101.
<https://doi.org/10.1002/eat.22403>
- Borgetto, A. (2022). *Instagram y su influencia en la imagen corporal de mujeres jóvenes de la ciudad de Paraná* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica Argentina]. Repositorio Institucional UCA. <https://repositorio.uca.edu.ar/handle/123456789/15827>

- Bor, W., Dean, A., Najman, J., & Hayatbakhsh, R. (2014). Are child and adolescent mental health problems increasing in the 21st century? A systematic review. *The Australian and New Zealand journal of psychiatry*, 48(7), 606-616.
<https://doi.org/10.1177/0004867414533834>
- Buse, S. (2019). *La internalización de ideales de belleza y la auto-cosificación del cuerpo en mujeres adolescentes de Lima* [Tesis de licenciatura, Pontificia Universidad Católica del Perú]. Repositorio de Tesis PUCP. <http://hdl.handle.net/20.500.12404/14612>
- Campos, J., & Llaque, V. (2017). Modelo estético de delgadez e imagen corporal en estudiantes de una universidad. *PAIAN*, 8(1), 49-60.
<https://revistas.uss.edu.pe/index.php/PAIAN/article/view/548>
- Caramutti, G. (2020). *La importancia de Instagram como medio de comunicación* [Tesis de bachiller, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/3707>
- Cha, H., Mayers, J., & Stutts, L. (2022). The impact of curvy fitspiration and fitspiration on body dissatisfaction, negative mood, and weight bias in women. *Stigma and Health*, 7(2), 226–233. <https://doi.org/10.1037/sah0000367>
- Chasler, J. (2016). *Fitspiration: Empowering or Objectifying? The Effects of Fitspiration and Self-Objectification on Exercise Behavior* [Tesis doctoral, Indiana University of Pennsylvania]. ProQuest.
<https://www.proquest.com/openview/935cac20520ed228c3dbd68449010377/1?cbl=18750&pq-origsite=gscholar>
- Chavez, A., & Vallejos-Flores, M. (2021). Diseño y validez de la Escala de Adicción a Instagram de Bergen (BIAS) en adultos peruanos. *Propósitos y Representaciones*, 9(1), 973.
<https://doi.org/10.20511/pyr2021.v9n1.973>
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences (2ª ed.)*. Lawrence Erlbaum Associates.
<https://www.utstat.toronto.edu/~brunner/oldclass/378f16/readings/CohenPower.pdf>
- Cooper, P., Taylor, M., Cooper, Z., & Fairburn, C. (1987). The Development and Validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485-494.
[https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198707\)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O)

- Cruzat, C., Díaz, F., Lizana, P., & Castro, A. (2016). Comparación por sexo en imagen corporal, síntomas psicopatológicos y conductas alimentarias en jóvenes entre 14 y 25 años. *Revista Médica de Chile*, 144(6), 743-750. <http://dx.doi.org/10.4067/S0034-98872016000600008>
- Devlin, M., & Zhu, A. (2001). Body image in the balance. *Journal of the American Medical Association*, 286(17), 2159-2161. <https://doi.org/10.1001/jama.286.17.2159-JMS1107-3-1>
- Dignard, N. (2017). *The Effects of Thinspiration and Fitspiration on Body Satisfaction and Appearance Self-Esteem Are Equivalent and Mediated by Appearance Comparisons* [Tesis de maestría, University of Windsor]. Scholarship at UWindsor. <https://scholar.uwindsor.ca/etd/7249/>
- Dignard, N., & Jarry, J. (2021). The “Little red riding hood effect:” Fitspiration is just as bad as thinspiration for women’s body satisfaction. *Body Image*, 36, 201–213. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.012>
- Dominguez-Lara, S., Aguirre-Pérez, S., Romo-González, T., Herrera-Meza, S., & Campos-Uscanga, Y. (2018). Análisis psicométrico del Body Shape Questionnaire en universitarios mexicanos. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 49(3), 154-161. <https://doi.org/10.1016/j.rcp.2018.09.002>
- D’Souza, L., & Meenakshi, S. (2018). Relationship between Instagram addiction and sleep quality among dental students. *International Journal of research in Engineering, IT and social sciences*, 8(10), 103-108. http://indusedu.org/pdfs/IJREISS/IJREISS_2310_38228.pdf
- Dueñas, M. (2020). *Paradigmas socioculturales y su influencia en la apariencia personal de hombres entre 25 y 45 años de edad en Lima metropolitana 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad de Lima]. Repositorio Institucional ULima. <https://hdl.handle.net/20.500.12724/12784>
- Duffaut, V., & Del Castillo, M. (2021). *El empoderamiento y los estereotipos físicos en mujeres jóvenes de Lima Metropolitana de 20 a 30 años* [Tesis de bachiller, Toulouse Lautrec]. Repositorio Toulouse Lautrec. <https://hdl.handle.net/20.500.12826/147>
- Escobedo, M., Hernández, J., Estebané, V., & Martínez, G. (2016). Modelos de ecuaciones estructurales: Características, fases, construcción, aplicación y resultados. *Ciencia & trabajo*, 18(55), 16-22. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-24492016000100004>

- Fioravanti, G., Svicher A., Ceragioli, G., Bruni, V., & Casale, S. (2021). Examining the impact of daily exposure to body-positive and fitspiration instagram content on young women's mood and body image: an intensive longitudinal study. *New Media & Society*, 25(12), 3266-3288. <https://doi.org/10.1177/14614448211038904>
- Ferguson, C. (2009). An effect size primer: A guide for clinicians and researchers. *Professional Psychology: Research and Practice*, 40(5), 532–538. <https://doi.org/10.1037/a0015808>
- Fernández, I. (2020). *La influencia de las redes sociales en la inteligencia emocional de jóvenes y adolescentes* [Tesis de grado, Universidad de Almería]. Repositorio Institucional de la Universidad de Almería. <http://hdl.handle.net/10835/9904>
- Flores, M. (2009). *Validez y confiabilidad del Body Shape Questionnaire en adolescentes universitarias de Lima Metropolitana*. Biblioteca de la Pontificia Universidad Católica del Perú. [https://pucp.ent.sirsi.net/client/es_ES/campus/search/detailnonmodal/ent:\\$002f\\$002fSD_ILS\\$002f0\\$002fSD_ILS:469038/one](https://pucp.ent.sirsi.net/client/es_ES/campus/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f0$002fSD_ILS:469038/one)
- Fueyo, M. (2023). *Seguimiento de una dieta restrictiva, insatisfacción corporal y food craving* [Tesis de pregrado, Universidad de Oviedo]. Repositorio Institucional de la Universidad de Oviedo. <http://hdl.handle.net/10651/68815>
- García, N. (2004). *Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes de ambos sexos con y sin diabetes mellitus tipo 1* [Tesis doctoral, Universitat Autònoma de Barcelona]. Tesis Doctorals en Xarxa. <http://hdl.handle.net/10803/5436>
- Ghasemi, A., & Zahediasl, S. (2012). Normality Tests for Statistical Analysis: A Guide for Non-Statisticians. *International Journal of Endocrinology and Metabolism*, 10(29), 486-489. <https://doi.org/10.5812/ijem.3505>
- Gomez, S., Polo, I., Galán, C., & Rojo, J. (2023). Imagen corporal en universitarios extremeños de la Facultad de Educación tras la COVID-19. *Retos*, 50, 69–78. <https://doi.org/10.47197/retos.v50.99228>
- Griffiths, M. (2000). Internet addiction - Time to be Taken Seriously? *Addiction research*, 8(5), 413-418. <https://doi.org/10.3109/16066350009005587>
- Guerrero, N. (2015). La espectacularización del cuerpo femenino en Facebook. *Revista Contenido. Cultura y Ciencias Sociales*, 6, 47–58. <https://www.revistacontenido.com/wp->

content/uploads/2015/12/RC6-Guerrero-Natalia-La-espectacularizaci%C3%B3n-del-cuerpo-femenino-en-Facebook.pdf

- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, M. (2014). *Metodología de la Investigación (6ª ed.)*. McGraw-Hill. <https://www.uca.ac.cr/wp-content/uploads/2017/10/Investigacion.pdf>
- Holguin, N. (2022). *Inclusión de cuerpos reales en la moda, como respuesta a los efectos negativos de los estereotipos de belleza implantados por las marcas en los centennialls* [Tesis de pregrado, Fundación Universitaria del Área Andina]. Repositorio Institucional Areandina. <https://digitek.areandina.edu.co/handle/areandina/4832>
- Ikemiyashiro, J. (2017). Uso de las redes sociales virtuales y habilidades sociales en adolescentes y jóvenes adultos de Lima Metropolitana [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/2766>
- Jovic, J., Čorac, A., & Ignjatović-Ristić, D. (2019). P.447 Correlation between Instagram addiction and the symptoms of depression, anxiety and stress. *European Neuropsychopharmacology*, 29(suppl 6), 316-317. <https://doi.org/10.1016/j.euroneuro.2019.09.459>
- Kandel, D. (1980). Drug and drinking behavior among youth. *Annual review of sociology*, 6(1), 235-285. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.06.080180.001315>.
- Kemp, S. (2022, 16 de febrero). *Digital 2022: Peru*. DataReportal. Recuperado el 2 de diciembre de 2023, de <https://datareportal.com/reports/digital-2022-peru>
- Kepios. (2023, s.f.). *Global social media statistics*. DataReportal. Recuperado el 27 de noviembre de 2023, de <https://datareportal.com/social-media-users#:~:text=The%20world%27s%20biggest%20social%20media%20platforms&text=Facebook%20has%203.030%20billion%20monthly,advertising%20reach%20is%202.491%20billion&text=WhatsApp%20has%20at%20least%202,see%20more%20Instagram%20stats%20here>
- Khatun, N. (2021). Applications of normality test in statistical analysis. *Open Journal of Statistics*, 11(01), 113. <https://doi.org/10.4236/ojs.2021.111006>
- Kircaburun, K., & Griffiths, M.D. (2018). Instagram addiction and the Big Five of personality: The mediating role of self-liking. *Journal of behavioral addictions*, 7(1), 158-170. <https://doi.org/10.1556/2006.7.2018.15>

- Kircaburun, K., & Griffiths, M. (2019). Problematic Instagram Use: The Role of Perceived Feeling of Presence and Escapism. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17, 909-921. <https://doi.org/10.1007/s11469-018-9895-7>
- Lantz, E., Gaspar, M., DiTore, R., Piers, A., & Schaumberg, K. (2018). Conceptualizing body dissatisfaction in eating disorders within a selfdiscrepancy framework: a review of evidence. *Eating and Weight Disorders*, 23(3), 275-291. <https://doi.org/10.1007/s40519-018-0483-4>
- Linares, G., & Figueroa, S. (2023). *Relación entre la adicción a las redes sociales con la autoestima y la insatisfacción corporal en los estudiantes de la Universidad Ricardo Palma* [Tesis de licenciatura, Universidad Ricardo Palma]. Repositorio Institucional – URP. <https://hdl.handle.net/20.500.14138/6294>
- Linardon, J. (2023). Investigating longitudinal bidirectional associations between appearance comparisons to fitspiration content on Instagram, positive and negative body image, and dietary restraint. *Eating Disorders*, 31(5), 450-463. <https://doi.org/10.1080/10640266.2023.2190973>
- Longobardi, C., Settanni, M., Fabris, M., & Marengo, D. (2020). Follow or be followed: Exploring the links between Instagram popularity, social media addiction, cyber victimization, and subjective happiness in Italian adolescents. *Children and Youth Services Review*, 113. <https://doi.org/10.1016/j.childyouth.2020.104955>
- Lúcar, E. (2019). *El uso de carteles interactivos como herramienta para combatir la sintomatología ansiosa causada por el uso excesivo de Instagram en jóvenes de 17 a 22 años la Facultad de Artes Escénicas de la Pontificia Universidad Católica del Perú* [Tesis de licenciatura, Universidad San Ignacio de Loyola]. Repositorio de la Universidad San Ignacio de Loyola. <https://hdl.handle.net/20.500.14005/8884>
- Marín, R. (2023). Relación de la insatisfacción corporal y la identificación grupal en hombres y mujeres universitarios durante el Covid19. *Journal of Behavior, Health & Social Issues*, 15(2), 47–54. <https://doi.org/10.22201/fesi.20070780e.2023.15.2.81311>
- Matalinares, M., Diaz, A., Rivas, L., Dioses, A., Arenas, C., Raymundo, O., Baca, D., Uceda, J., Yaringaño, J., & Fernández, E. (2017). Procrastinación y adicción a redes sociales en estudiantes universitarios de pre y post grado de Lima. *Horizonte De La Ciencia*, 7(13), 63-81. <https://revistas.uncp.edu.pe/index.php/horizontedelaciencia/article/view/313>

- Meta. (2019, 14 de febrero). *How to Take Your Instagram Content to the Next Level*. Recuperado el 2 de diciembre de 2023, de <https://www.facebook.com/business/news/insights/how-to-take-your-instagram-content-to-the-next-level>
- Ocampo, I. (2019). Itinerarios corporales masculinos en Instagram: Análisis de nuevas formas identitarias masculinas en la sociedad de consumo. *Revista Punto Género*, (12), 126-147. <https://doi.org/10.5354/2735-7473.2019.56251>
- Orlowski, J. (Director). (2020). *El dilema de las redes sociales* [Documental]. Exposure Labs, Agent Pictures & The Space Program. <https://www.netflix.com/pe/title/81254224>
- Oviedo, C., & Campo-Arias, A. (2005). Aproximación al uso del coeficiente alfa de Cronbach. *Revista Colombiana de Psiquiatría*, 34(4), 572-580. http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-74502005000400009
- Palomino, A. (2018). *Adaptación del Body Shape Questionnaire (BSQ) en jóvenes varones universitarios de Lima Metropolitana* [Tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Académico UPC. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/625008>
- Palomino, A., & Reyes, M. (2023). Body Shape Questionnaire (BSQ) en jóvenes universitarios limeños: Evidencias Iniciales de Validez y Confiabilidad. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 13(1), 58-70. <http://dx.doi.org/10.22201/fesi.20071523e.2023.1.641>
- Prades, M., & Carbonell, X. (2016). Motivaciones sociales y psicológicas para usar Instagram. *Communication papers: media literacy and gender studies*, 5(9), 27-36. <https://raco.cat/index.php/communication/article/view/320513/410701>
- Prichard, I., Kavanagh, E., Mulgrew, K., Lim, M., & Tiggemann, M. (2020). The effect of instagram #fitspiration images on young women's mood, body image, and exercise behaviour. *Body Image*, 33, 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.02.002>
- Ramos, F. (2019). *Relación entre conductas alimentarias de riesgo e imagen corporal en estudiantes de una universidad pública, Lima-2017* [Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio institucional de tesis y trabajos de Titulación de la UNMSM. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11834>

- Rahardjo, W., & Mulyani, I. (2020). Instagram addiction in teenagers: The role of type D personality, self-esteem, and fear of missing out. *Psikohumaniora: Jurnal Penelitian Psikologi*, 5(1), 29-44. <https://doi.org/10.21580/pjpp.v5i1.4916>
- Razali, N., & Wah, Y. (2011). Power comparisons of Shapiro-Wilk, Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors and Anderson-Darling tests. *Journal of Statistical Modeling and Analytics*, 2(1), 21-33. <https://www.nrc.gov/docs/ML1714/ML17143A100.pdf>
- Romão, X., Delgado, R., & Costa, A. (2010). An empirical power comparison of univariate goodness-of-fit tests for normality. *Journal of Statistical Computation and Simulation*, 80(5), 545-591. <https://doi.org/10.1080/00949650902740824>
- Romero, J., Campos, M., & Gómez, G. (2019). Follow me y dame like: Hábitos de uso de Instagram de los futuros maestros. *Revista Interuniversitaria de Formación del Profesorado*, 33(1), 83-96. <https://www.redalyc.org/journal/274/27466169005/27466169005.pdf>
- Rossi, P. (2008). *Las drogas y los adolescentes: Lo que los padres deben saber sobre las adicciones*. Editorial Tébar Flores. <http://www.derechopenalenlared.com/libros/las-drogas-y-los-adolescentes-rossi.pdf>
- Rounds, E., & Stutts, L. (2021). The impact of fitspiration content on body satisfaction and negative mood: An experimental study. *Psychology of Popular Media*, 10(2), 267–274. <https://doi.org/10.1037/ppm0000288>
- Sánchez, P. (2018). *Relación entre la insatisfacción corporal y la autoestima y el perfeccionismo* [Tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Universidad Pontificia Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/53777>
- Sánchez, S., López, G., Ahmed, D., & Díaz, A. (2018). Imagen Corporal y Obesidad mediante las Siluetas de Stunkard en Niños y adolescentes indios de 8 a 15 Años. *Cuadernos de Psicología del Deporte*, 19(1), 19-31. <https://doi.org/10.6018/cpd.335621>
- Saavedra, K. (2019). *Insatisfacción de la imagen corporal en estudiantes hombres y mujeres del nivel secundario de instituciones educativas públicas, Los Olivos, Lima, 2019* [Tesis de licenciatura, Universidad César Vallejo]. Repositorio de la Universidad César Vallejo. <https://hdl.handle.net/20.500.12692/41592>

- Senín, C., Perona, S., & Rodríguez, J. (2020). The dark side of Instagram: predictor model of dysmorphic concerns. *International Journal of Clinical and Health Psychology, 20*(3), 253- 261. <https://doi.org/10.1016/j.ijchp.2020.06.005>
- Silva, W., Costa, D., Pimenta, F., Maroco, J., & Campos, J. (2016). Psychometric evaluation of a unified Portuguese-language version of the Body Shape Questionnaire in female university students. *Cadernos de Saude Publica, 32*(7). <https://doi.org/10.1590/0102-311X00133715>
- Steinsbeckk, S., Wichstrøm, L., Stenseng, F., Nesi, J., Hygen, B., & Skalická, V. (2021). The impact of social media use on appearance self-esteem from childhood to adolescence – A 3-wave community study. *Computers in Human Behavior, 114*(4), 1-6. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106528>
- Tabachnick, B. G., & Fidell, L. S. (2019). *Using Multivariate Statistics (7^a ed.)*. Pearson. <https://www.pearsonhighered.com/assets/preface/0/1/3/4/0134790545.pdf>
- Talbot, C., Gavin, J., van Steen, T., & Morey, Y. (2017). A content analysis of thinspiration, fitspiration, and bonespiration imagery on social media. *Journal of Eating Disorders, 5*(40), 1-8. <https://doi.org/10.1186/s40337-017-0170-2>
- The jamovi project. (2021). *Jamovi (Version 1.6)* [Computer Software]. <https://www.jamovi.org>
- Thompson, J., & Stice, E. (2001). Thin-Ideal Internalization: Mounting Evidence for a New Risk Factor for Body-Image Disturbance and Eating Pathology. *Current Directions in Psychological Science, 10*(5), 181–183. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.00144>
- Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). Exercise to be fit, not skinny: the effect of fitspiration imagery on women’s body image. *Body Image, 15*, 61–67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.06.003>
- Holland, G., & Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image, 17*, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Tiggemann M., & Zaccardo M. (2018). Strong is the new skinny: a content analysis of #fitspiration imagen on Instagram. *Journal of Health Psychology, 23*(8), 1–9. <https://doi.org/10.1177/1359105316639436>

- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z. & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Turner, P., & Lefevre, C. (2017). Instagram use is linked to increased symptoms of orthorexia nervosa. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 22(2), 277-284. <https://doi.org/10.1007/s40519-017-0364-2>
- Vall, H., Andrés, A., & Saldaña, C. (2021). The impact of COVID-19 lockdown on social network sites use, body image disturbances and self-esteem among adolescent and young women. *Progress in Neuro-Psychopharmacology and Biological Psychiatry*, 110(30).
<https://doi.org/10.1016/j.pnpbp.2021.110293>
- Vaquero, R., Alacid, F., Muyor, J., & López, P.A. (2013). Imagen corporal: revisión bibliográfica. *Nutrición Hospitalaria*, 28(1), 27-35.
<http://doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6016>
- Varaona, A. (2022). *Relación entre el uso de Instagram y la Autocompasión, Autocrítica e Insatisfacción Corporal* [Tesis de maestría, Universidad Pontificia Comillas]. Repositorio Universidad Pontificia Comillas. <http://hdl.handle.net/11531/66329>
- Verrastro, V., Liga, F., Cuzzocrea, F., & Gugliandolo, M. C. (2020). Fear the Instagram: beauty stereotypes, body image and Instagram use in a sample of male and female adolescents. *Qwerty-Open and Interdisciplinary Journal of Technology, Culture and Education*, 15(1), 31-49. <http://dx.doi.org/10.30557/QW000021>
- Verastegui, A. (2022). *Consecuencias de la adicción a redes sociales: una revisión teórica* [Tesis de bachiller, Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo]. Repositorio de Tesis USAT. <http://hdl.handle.net/20.500.12423/5642>
- Yap, B., & Sim, C. (2011). Comparisons of various types of normality tests. *Journal of Statistical Computation and Simulation*, 81(12), 2141-2155.
<https://doi.org/10.1080/00949655.2010.520163>
- Yee, Z., Griffiths, S., Fuller, M., Blake, K., Richardson B., & Krug, I. (2020). The differential impact of viewing fitspiration and thinspiration images on men’s body image concerns: an experimental ecological momentary assessment study. *Body Image*, 35, 96–107.
<https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.008>