



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD**

### **ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

Insatisfacción corporal y autoestima en la adicción a redes sociales  
en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, Lima  
Este

**TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**Licenciado en Psicología**

**AUTORES:**

Cabrera Vasquez, Deysi ([orcid.org/0000-0001-8931-0053](https://orcid.org/0000-0001-8931-0053))

Yactayo Vicente, Angel Raul ([orcid.org/0000-0002-3279-3143](https://orcid.org/0000-0002-3279-3143))

**ASESOR:**

Mgr. Serpa Barrientos, Antonio ([orcid.org/0000-0002-7997-2464](https://orcid.org/0000-0002-7997-2464))

**LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:**

Violencia

**LÍNEA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL UNIVERSITARIA:**

Promoción de la salud, nutrición y salud alimentaria

**LIMA – PERÚ**

**2024**

## **DEDICATORIA**

Dedicamos esta victoria a Dios y a nuestras valiosas familias que nos acompañaron en este proceso académico.

### **AGRADECIMIENTO:**

Agradecemos infinitamente a Dios y a nuestras familias; a nuestras madres y padres, quienes nos dieron su apoyo incondicional y su motivación para jamás rendirnos; a nuestras hermanas, cuñados y sobrinos, de quienes aprendemos a ser mejores personas; a nuestros abuelos y abuelas, quienes nos enseñan a vivir a través de las dificultades; a nuestros mejores amigos y personas en general, por las experiencias vividas.

¡Muchas gracias!



**UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO**

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD  
ESCUELA PROFESIONAL DE PSICOLOGÍA**

### **Declaratoria de Autenticidad del Asesor**

Yo, SERPA BARRIENTOS ANTONIO, docente de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, asesor de Tesis titulada: "Insatisfacción corporal y autoestima en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, Lima Este", cuyos autores son YACTAYO VICENTE ANGEL RAUL, CABRERA VASQUEZ DEYSI, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 18%, verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin, el cual ha sido realizado sin filtros, ni exclusiones.

He revisado dicho reporte y concluyo que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la Tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada, por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

LIMA, 01 de Julio del 2024

<b>Apellidos y Nombres del Asesor:</b>	<b>Firma</b>
SERPA BARRIENTOS ANTONIO DNI: 41225216 ORCID: 0000-0002-7997-2464	Firmado electrónicamente por: ASERPAB el 01-07- 2024 11:21:40

Código documento Trilce: TRI - 0784331



**Declaratoria de Originalidad de los Autores**

Nosotros, CABRERA VASQUEZ DEYSI, YACTAYO VICENTE ANGEL RAUL estudiantes de la FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD de la escuela profesional de PSICOLOGÍA de la UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO SAC - LIMA ESTE, declaramos bajo juramento que todos los datos e información que acompañan la Tesis titulada: "Insatisfacción corporal y autoestima en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, Lima Este", es de nuestra autoría, por lo tanto, declaramos que la Tesis:

1. No ha sido plagiada ni total, ni parcialmente.
2. Hemos mencionado todas las fuentes empleadas, identificando correctamente toda cita textual o de paráfrasis proveniente de otras fuentes.
3. No ha sido publicada, ni presentada anteriormente para la obtención de otro grado académico o título profesional.
4. Los datos presentados en los resultados no han sido falseados, ni duplicados, ni copiados.

En tal sentido asumimos la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de la información aportada, por lo cual nos sometemos a lo dispuesto en las normas académicas vigentes de la Universidad César Vallejo.

<b>Nombres y Apellidos</b>	<b>Firma</b>
YACTAYO VICENTE ANGEL RAUL <b>DNI:</b> 75127613 <b>ORCID:</b> 0000-0002-3279-3143	Firmado electrónicamente por: ARYACTAYOY el 12-07-2024 21:35:21
CABRERA VASQUEZ DEYSI <b>DNI:</b> 75734342 <b>ORCID:</b> 0000-0001-8931-0053	Firmado electrónicamente por: CCABRERAVA el 31-07-2024 14:18:09

Código documento Trilce: INV - 1670626

## Índice de Contenidos

CARÁTULA.....	i
DEDICATORIA.....	ii
AGRADECIMIENTO:.....	iii
DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD DEL ASESOR .....	iv
DECLARATORIA DE ORIGINALIDAD DEL AUTOR .....	v
ÍNDICE DE CONTENIDOS .....	vii
ÍNDICE DE TABLAS .....	viii
RESUMEN .....	ix
ABSTRACT .....	x
I. INTRODUCCIÓN .....	1
II. MARCO TEÓRICO.....	5
III. METODOLOGÍA.....	17
3.1. Tipo y diseño de investigación .....	17
3.2. Variables y operacionalización .....	17
3.3. Población, muestra y muestreo .....	18
3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos .....	19
3.5. Procedimientos.....	22
3.6. Método de análisis de datos.....	22
3.7. Aspectos éticos .....	23
IV. RESULTADOS.....	24
V. DISCUSIÓN.....	30
VI. CONCLUSIONES .....	35
VII. RECOMENDACIONES .....	36
REFERENCIAS.....	37
ANEXOS .....	48

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja .....	24
Tabla 2: Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja .....	25
Tabla 3: Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja .....	26
Tabla 4: Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en el uso excesivo de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja .....	28
Tabla 5: Diferencias según sexo en la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja .....	29

## RESUMEN

El estudio permitió evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, utilizando metodología cuantitativa, de diseño explicativo correlacional en 256 estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, cantidad obtenida a través del cálculo por muestra a priori para modelos de ecuación estructural, con un muestreo no probabilístico intencional. Para su evaluación, se utilizaron los instrumentos: el Cuestionario de insatisfacción corporal, la Escala de Autoestima Rosenberg, la Escala de Adicción a las redes sociales y el tamizaje de violencia. Además, los datos obtenidos se analizaron por medio de regresión estructural, con  $R^2$  ajustada en IBM SPSS-26.

En los resultados se encontró que, según los ajustes del modelo, en el que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras de la adicción a redes sociales, existe un  $R^2$  ajustado de .576, que significa el 57% de influencia, y a través de la significancia de Anova y coeficientes beta de .000, se puede afirmar que ambas variables influyen en la adicción a redes sociales. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de adicción a redes sociales.

**Palabras clave:** adicción a Redes, autoestima, insatisfacción corporal, universitarios, violencia.



## ABSTRACT

The study allowed us to evaluate the influence of body dissatisfaction and self-esteem on Social Network Addiction in university students victims of intimate partner violence, using quantitative methodology, with an explanatory correlational design in 256 university students victims of intimate partner violence from Lima Este, quantity obtained through a priori sample calculation for structural equation models, with intentional non-probabilistic sampling. For its evaluation, the instruments were used: the Body Dissatisfaction Questionnaire, the Rosenberg Self-Esteem Scale, the Social Network Addiction Scale and the violence screening. Furthermore, the data obtained were analyzed by means of structural regression, with R2 adjusted in IBM SPSS-26.

The results found that, according to the adjustments of the model, in which the variables body dissatisfaction and self-esteem are predictors of addiction to social networks, there is an adjusted R2 of .576, which means 57% of influence, and through the significance of Anova and beta coefficients of .000, it can be stated that both variables influence addiction to social networks. For this reason, when there is greater body dissatisfaction and lower self-esteem, a higher level of addiction to social networks is observed.

**Keywords:** Network addiction, self-esteem, body dissatisfaction, university students, violence.

## **I. INTRODUCCIÓN**

Un creciente fenómeno de preocupación a escala global es la progresiva dependencia de los jóvenes hacia las plataformas de interacción social en línea, debido a que gran parte de las personas en esta edad, encuentran difícil no pasar más de las horas indicadas por la OMS en plataformas como Facebook, Instagram, Twitter y demás (Sun y Zhang, 2021). Esta problemática afecta, no solo negativamente su rendimiento en muchos ámbitos, como el académico, sino que logra mayores niveles de procrastinación que resulta en una disminución del interés en actividades importantes y de socialización; lo mismo que sucede a nivel de salud mental, debido a las comparaciones constantes con el estilo de vida, que se muestran en línea, y más aún en quienes se encuentran en una situación de abuso (Bhargava y Velásquez, 2020).

Simultáneamente, la carencia de conciencia acerca de los límites en el ámbito del respeto y la eficacia en la comunicación, junto con la persistencia arraigada de estereotipos de género, que intensifican desequilibrios de poder, y la presión derivada de la vida académica, las tensiones emocionales, así como la falta de experiencia en la gestión de conflictos, aportan al aumento de episodios violentos en estos conjuntos. De este modo, la problemática global de la violencia de pareja entre estudiantes universitarios se manifiesta como una cuestión inquietante, evidenciando configuraciones preocupantes de relaciones disfuncionales y comportamientos agresivos en este entorno particular (Lutgendorf, 2019).

En ese sentido, los datos a nivel global revelan que alrededor del 29% de individuos en etapa universitaria experimentan un patrón de dependencia hacia las plataformas digitales de interacción social en diferentes partes del mundo, lo que coincide con índices de violencia en estos grupos. En países como Reino Unido y España, se ha observado un incremento considerable en la cantidad de estudiantes universitarios afectados por estos problemas, con tasas que superan el 20%, mientras que en América Latina, México y Perú también enfrentan un crecimiento de este fenómeno, con una cifra creciente de al menos 18% durante los últimos dos años, y un incremento anual del 8% en la población estudiantil universitaria (Cabero et al, 2020; Cheng et al., 2021).

Este fenómeno logra tener múltiples causas, siendo que, en principio, a menudo presentan vidas aparentemente perfectas, donde las personas comparten experiencias y logros destacados, generando una exposición constante a estándares de belleza y éxito que conlleva a una comparación constante y dañina, lo que se ve mediado negativamente con la autoestima de los usuarios (Calloapaza, 2022). Por otra parte, la necesidad de obtener reconocimiento mediante la recepción de "me gusta" y comentarios en las imágenes se convierte en una fuente de satisfacción instantánea que refuerza aún más la dependencia (Marengo et al., 2022).

Sobre esto, se tiene una noción por separado de cómo los problemas de autoestima y autoimagen consiguen una mayor exposición a imágenes corporales idealizadas en las redes sociales, señalando que aquellos individuos que invierten extensos periodos de tiempo en redes sociales suelen exhibir niveles más bajos de autoestima y experimentan insatisfacción con su imagen corporal (Collantes y Tobar, 2023). Sin embargo, aún existen lagunas en esta comprensión, dado que los modelos que incluyen ambas variables no son concluyentes, como es el caso del estudio de Critikián y Núñez (2021), o se contradicen entre sí (Iglesias et al., 2022), evidenciándose que hay interconexión de la insatisfacción del cuerpo y la dependencia a medios sociales virtuales, pero al mismo tiempo, se ha observado influencia de adicción a redes sobre insatisfacción y autoestima. Al respecto, existen muy pocos estudios (Song y Song, 2021; Zhao et al., 2022) en grupos víctimas de violencia de pareja. Por ello, es necesario investigar el porqué del éxito de estos algoritmos de las redes sociales, desde la percepción relacionada con la autoimagen y estima propia, en poblaciones de Lima y qué riesgos a largo plazo presenta para los universitarios, esta posible triada en la salud mental.

Ante ello, se planteó responder a ¿en qué medida la insatisfacción corporal y la autoestima explican a la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este? Mientras los problemas específicos fueron: ¿cuál es la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja?; ¿cuál es la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja?; ¿cuál es la influencia de

la insatisfacción corporal y la autoestima en el uso excesivo de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja ?; ¿existen diferencias según sexo en la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este?

A nivel teórico, este estudio fomenta la búsqueda y establecimiento de bases sólidas, así como la formulación de futuros fundamentos teóricos que permitan una comprensión más completa de cómo la percepción de uno mismo y el descontento corporal pueden relacionarse en la necesidad por validación y conexión en el ámbito virtual. Por otro lado, desde un enfoque práctico y sociocultural, conduce a la implementación de estrategias más eficaces tanto en la prevención como en el tratamiento, abordando un segmento demográfico particularmente susceptible a este fenómeno, dado su constante inmersión en las redes sociales. Esto lograría una detección temprana de individuos en situación de riesgo y la formulación de alternativas intervencionistas adaptadas a sus necesidades específicas.

A partir de lo metodológico, al emplear técnicas cuantitativas para examinar la interacción entre las variables, se busca mejorar los métodos bajo los cuales se investigan estos conceptos complejos, lo que deriva en la creación de escalas de medición más precisas y en la concepción de intervenciones terapéuticas fundamentadas en la evidencia empírica.

De este modo, se buscó evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja. Mientras que los objetivos específicos plantearon: evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023; evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023; evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en el uso excesivo de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023; y, analizar si existen diferencias según sexo en la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023.

Así, la hipótesis planteó que la insatisfacción corporal y la autoestima impactan significativamente en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja. Además, las hipótesis específicas fueron: la insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023; la insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023; la insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en el uso excesivo de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023.

## II. MARCO TEÓRICO

Inicialmente, se exponen investigaciones a nivel local. Tal es el caso del análisis realizado por Cruz (2021) en Arequipa, donde se exploró la posible conexión entre los niveles de autoestima (tanto bajos como altos) y el grado de dependencia a Internet. Este estudio se llevó a cabo con una muestra de 83 estudiantes de ambos géneros, cuyas edades oscilaban entre los 17 y 28 años. Los hallazgos revelaron una correlación significativa entre los niveles de autoestima y la adicción a Internet, demostrando que una autoestima más elevada se relacionaba con una menor inclinación hacia la adicción a Internet, mientras que niveles más bajos de autoestima se asociaban con una mayor propensión a la adicción a Internet (valor de Chi-cuadrado de 29.984,  $p = 0.000$ ). En consecuencia, se sugiere reforzar las estrategias preventivas vinculadas a la adicción a Internet y fomentar un uso responsable y equilibrado de la tecnología.

En un estudio llevado a cabo por Pillaca (2021) en la ciudad de Lima, se examinó la relación existente entre la dependencia a plataformas de interacción social y la percepción de autovalor en estudiantes universitarios. Este análisis abarcó a 466 estudiantes de ambas identidades de género, cuyas edades oscilaban entre 16 y 35 años. Los resultados obtenidos evidenciaron una correlación moderada, inversa y altamente significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima ( $r_s = -.417^{\wedge}p = .000$ ), abarcando todas sus dimensiones. Como conclusión, se determinó que el 33,9% de los estudiantes universitarios presentaba un nivel bajo de adicción a las plataformas sociales, mientras que el 36,5% manifestaba un alto nivel de autoestima. Además, se observaron diferencias en esta relación con respecto a variables sociodemográficas como el género, la edad, el ciclo académico y la situación laboral.

Se exponen los antecedentes a nivel internacional. En un estudio llevado a cabo en Líbano, Karam et al. (2023) consiguieron analizar la conexión existente entre las plataformas de interacción social y la percepción de la apariencia física en un grupo de 292 estudiantes universitarios cuya edad promedio era de 22 años. Los hallazgos indican que aquellos individuos que mostraban una mayor dependencia de las redes sociales tendían a ser más jóvenes en comparación con aquellos que no presentaban esta tendencia. Además, se observó que los individuos con una adicción a las redes sociales tenían una mayor probabilidad de

experimentar inquietudes moderadas y notables con respecto a su percepción corporal. Por tanto, se deduce la existencia de una relación significativa entre la adicción a las redes sociales y la percepción corporal, así como en la ingestión emocional excesiva, la capacidad de respuesta a los alimentos y la sensación de hambre.

En un estudio llevado a cabo en Turquía, Bingöl y Colak (2023) exploraron la conexión entre el empleo inadecuado de las plataformas de interacción social y la valoración de sí mismos en estudiantes universitarios, considerando a 239 individuos jóvenes, de los cuales 197 (82,4%) eran mujeres y 42 (17,6%) hombres, matriculados en una institución educativa privada. Los resultados evidenciaron una asociación negativa significativa entre los niveles problemáticos de uso de redes sociales por parte de los participantes y su autovaloración, demostrando que el uso inadecuado de las redes sociales influía de manera directa y adversa en la autoestima. Los investigadores llegaron a la conclusión de que el empleo problemático de las redes sociales predecía desfavorablemente las distorsiones cognitivas relacionadas con la autovaloración. Además, al introducir las distorsiones cognitivas en el modelo, estas actuaban como mediadoras en la relación entre el uso problemático de las redes sociales y la autoestima.

En un estudio realizado en Colombia, Suárez et al. (2022) se propusieron indagar si ciertas cualidades como la autoconfianza, la percepción de la apariencia física y la participación en relaciones sentimentales explican el ser víctima de situaciones violentas en citas amorosas. Este análisis se llevó a cabo con 1.409 jóvenes colombianos, estudiantes tanto de secundaria como universitarios, donde el 42,5% correspondía a hombres y el 57,5% a mujeres, con edades comprendidas entre los 14 y 25 años (media = 18,6 años; desviación estándar = 2,8 años). Los resultados obtenidos muestran que la falta de autoconfianza, la insatisfacción con la apariencia física y la violencia ejercida dentro de las relaciones sentimentales explican la violencia sufrida. Por tanto, se llega a la conclusión de que, mediante el examen de una mediación condicional moderada, se confirmó un efecto indirecto moderado de la baja autoconfianza en la victimización dentro de las relaciones sentimentales ( $R^2 = 0,052^{***}$ ) a través del descontento con la apariencia física, particularmente más notable en mujeres que en hombres.

En un estudio llevado a cabo en Singapur, Ma (2022) investigó las conexiones entre diversos tipos de acciones en la red (tales como la búsqueda de datos, el contacto social y el ocio) y la autovaloración, utilizando a ciento noventa y tres estudiantes (57,5% varones; edad promedio = 18,33, desviación estándar de la edad = 1,58). Los resultados obtenidos indicaron que no se encontraron relaciones significativas entre las actividades en línea y la autovaloración ( $p > 0,05$ ). Sin embargo, al analizar las rutas, se evidenció que el género actuó como moderador en las conexiones entre las acciones de contacto social y la autovaloración. Por lo tanto, se concluye que las mujeres reportaron niveles superiores de participación en acciones de contacto social y autovaloración en comparación con sus contrapartes masculinas.

De igual forma, en un estudio realizado en España, Aparicio et al. (2020) lograron identificar las disparidades entre géneros en relación con la dependencia a las plataformas de interacción social, considerando aspectos como la autovaloración y la satisfacción individual, en estudiantes universitarios de edades comprendidas entre los 17 y 25 años ( $N = 278$ ). Los hallazgos revelaron divergencias entre hombres y mujeres en lo referente a la adicción (valor chi-cuadrado = 12,77,  $p = 0,002$ ). Además, se observó que esta dependencia estaba vinculada con diversos factores, como el peso que tanto las mujeres ( $p < 0,001$ ) como los hombres ( $p < 0,001$ ) otorgaban a las redes sociales. De esta manera, se concluye que la adhesión a las plataformas de interacción social podría estar influenciada por el género, evidenciando una mayor relevancia de factores sociopsicológicos en las mujeres, mientras que en los hombres se percibe una combinación de aspectos biológicos y sociales en relación con este fenómeno.

También en España, Aparicio et al. (2019) determinaron la relación entre los factores socioculturales en estudiantes universitarias y el uso de redes sociales, los ideales de belleza, la satisfacción corporal, la imagen corporal y la imagen corporal deseada a alcanzar, en 168 universitarios. Los resultados mostraron que la autoestima está relacionada con la imagen corporal ( $p < 0,001$ ), el cuerpo deseado por alcanzar ( $p < 0,001$ ), y el uso de las redes sociales ( $p < 0,001$ ) ( $p < 0,01$ ). Así, se concluye en una relación entre la imagen corporal, las preocupaciones corporales, la insatisfacción corporal y el uso de redes sociales.



En la India, Soohinda et al. (2019) estudiaron la prevalencia de la insatisfacción con la imagen corporal y su asociación con la autoestima, utilizando un diseño transversal, en 555 estudiantes universitarias. Los resultados señalan que el veintisiete por ciento de los participantes tenía una preocupación corporal de moderada a grave, por lo que concluyen que la insatisfacción con la forma corporal se correlacionó significativamente con un mayor índice de masa corporal (IMC) ( $r_s = 0,12$ ,  $P = 0,003$ ) y una menor autoestima ( $r_s = -0,22$ ,  $P < 0,001$ ).

En cuanto a los fundamentos teóricos de insatisfacción corporal se procede a desarrollar en los siguientes párrafos. Primero, la definición de insatisfacción corporal abarca la percepción subjetiva y el juicio individual en relación a la propia corporalidad, así como la valoración favorable o desfavorable que un individuo realiza sobre su apariencia física, estado de salud y bienestar vinculado a su fisonomía (James, 1892). Así, es la consonancia entre la imagen corporal concebida y la anhelada, concomitante con la habilidad para mantener un equilibrio emocional y psicológico con respecto al propio cuerpo. Por esto, la magnitud de esta satisfacción varía substancialmente de una persona a otra y se halla influenciada por una amplia gama de factores, incluyendo los cánones culturales, los paradigmas de belleza, la autoestima y el nivel de autoaceptación (Pullmer et al., 2019).

Además, es la experiencia de sentirse en paz y confort con el propio organismo, independientemente de su morfología, tamaño o particularidades, centrándose en la apreciación y el reconocimiento de la singularidad inherente a uno mismo, fomentando una actitud constructiva en relación al propio cuerpo y la habilidad por estar satisfecho sin verse absorbido por una obsesión con la apariencia física (Mruk, 2010). De este modo, desempeña un papel esencial en el bienestar psicológico y emocional de un individuo, contribuyendo a la formación de una imagen de sí positiva, la reducción del nivel de estrés y más alta resiliencia frente a valoraciones de otros, concernientes a su apariencia (Bahatgeg, 2022).

Respecto a las teorías que respaldan el descontento con el cuerpo, las teorías socioculturales sugieren que la comparación de aspectos físicos es un mecanismo relevante que sostiene los impactos de la exposición mediática en la satisfacción corporal (Oyserman y Rose, 1993). Partiendo de la teoría de la comparación social, se postula una comparación física que ocurre con las imágenes

de los medios cuando los individuos comparan su propio cuerpo con el retratado. Esto significa que la imagen se considera más atractiva y más cercana a los ideales de apariencia que uno mismo, hacia abajo, de modo que el individuo se considera más atractivo que la persona retratada en la imagen, o lateral, en el sentido de que el individuo se considera más atractivo que la persona retratada en la imagen. se encuentra igualmente atractivo (Zerhouni et al., 2022).

Los modelos socioculturales de imagen corporal, como el modelo de influencia tripartita, indican que el proceso de internalización y comparación de apariencias puede explicar los efectos de los medios en la imagen corporal de los usuarios (Thompson, 2004). En relación a este tema, el empleo de plataformas de comunicación online puede generar descontento corporal entre las mujeres al asimilar los modelos femeninos y contrastar la imagen de un individuo con la de otros en las redes sociales. Particularmente, la exposición a los patrones femeninos en las redes sociales está vinculada de manera positiva con la interiorización y contraste de dichos estándares, lo que en consecuencia reduce la satisfacción con el cuerpo (Lee y Lee, 2021).

Según la hipótesis de la masculinidad, las normas masculinas están estrechamente ligadas a la imagen corporal. Esta describe cómo la masculinidad se asocia culturalmente con ser “poderoso, fuerte, eficaz, incluso dominante y destructivo” (Blashill, 2011). Complementando estos rasgos no físicos están los rasgos físicos, como la musculatura, la delgadez y la altura. que son encarnaciones simbólicas y literales de poder y fuerza. Así, según la hipótesis de la masculinidad, los hombres que se esfuerzan por ser masculinos también se esforzarán por alcanzar estos rasgos físicos (y no físicos). Debido a que este esfuerzo puede conducir a búsquedas poco saludables de un cuerpo idealizado, la masculinidad se considera riesgosa en los seguimientos corporales y las desvaloraciones físicas entre los hombres (Harris y Griffiths, 2023).

Dado que los cuerpos de las mujeres frecuentemente son cosificados sexualmente en la sociedad, la teoría de la cosificación proporciona un marco útil para comprender mejor las experiencias de imagen corporal (Fredrickson y Roberts, 1997). La teoría postula que las mujeres frecuentemente se ven reducidas a sus cuerpos y a su funcionamiento sexual y, con el tiempo, pueden adoptar una perspectiva externa de su cuerpo y comenzar a involucrarse en la auto-objetivación

(que puede manifestarse conductualmente como formas corporales). A su vez, se teorizó que la auto objetivación tenía consecuencias psicológicas dañinas para las mujeres, incluida una desvinculación física, intranquilidad por el físico, una disminución del flujo (es decir, la capacidad de participar en actividades placenteras) y la disminución de la conciencia interna de los estados corporales y emocionales. En conjunto, se pensaba que estas consecuencias convergían, dando como resultado preocupaciones psicológicas comunes observadas entre las mujeres, incluidos trastornos alimentarios, depresión y disminución del funcionamiento psicosexual (Watson et al., 2019).

Las dimensiones de esta variable son:

Insatisfacción cognitivo emocional: se enfoca en los elementos psicológicos y emocionales relacionados con la apreciación del propio cuerpo, e implica la valoración subjetiva que una persona realiza acerca de su corporalidad en términos de sus emociones, la percepción de su imagen y la autoestima (MacLeod et al., 1986). Así, se vincula a sensaciones desfavorables, tales como la escasa autoestima, el sentimiento de vergüenza corporal, la autocrítica y la excesiva inquietud sobre la apariencia física, influida por factores de carácter cultural, social y personal (Dignard y Jarry, 2021).

Insatisfacción perceptiva: se centra en percepciones emitidas por un sujeto, por lo cual permite que persona interprete su figura corporal de manera inexacta o distorsionada, ya sea percibiéndola como más amplia o más reducida de lo que realmente es (Rodgers y Dubois, 2016). Así, está relacionada con la representación física corpórea y permite una adopción conductual perjudicial, tales como dietas extremas o intervenciones quirúrgicas estéticas innecesarias, a raíz de la percepción errónea de su cuerpo (Huang et al., 2020).

Insatisfacción comportamental: guarda relación con las acciones que una persona emprende en respuesta a su descontento con su propio cuerpo, involucrando prácticas tales referentes a la negación a alimentarse, la práctica excesiva sobre el ejercicio, el abuso de sustancias, la autolesión o el aislamiento social, las cuales con frecuencia son empleadas como métodos para afrontar la insatisfacción corporal, y logran ser perjudiciales mental y físicamente (Rodgers y Dubois, 2016; Dahlenburg et al., 2020).

En cuanto a los fundamentos teóricos de autoestima se procede a desarrollar en los siguientes párrafos. Primero, la definición de autoestima abarca la apreciación, percepción y valoración que un individuo tiene de su propia identidad, y se desglosa en dos dimensiones primordiales: la autoevaluación positiva y la autoevaluación negativa (Baumeister, 1993). Así, la autoevaluación positiva se vincula con la seguridad en uno mismo, el respeto a la propia identidad y la creencia en las propias competencias y valía como ser humano, permitiendo afrontar los desafíos con resolución y a nutrir una perspectiva optimista sobre su propia persona, contribuyendo, de este modo, a su bienestar psicológico y emocional (De Lima y De Souza, 2019). Por otro lado, la autoevaluación negativa se caracteriza por la carencia de confianza en uno mismo, una autocrítica desmedida y una tendencia a minusvalorarse, permitiendo experimentar sentimientos perjudiciales, como la inseguridad y la ansiedad, lo cual puede incidir en la calidad de su vida y en sus interacciones interpersonales (García et al., 2022).

Además, se halla moldeada por la percepción que los demás poseen sobre cada uno y las dinámicas que se sostienen con ellos, relacionándose con la valoración que se efectúa de la valía propia en función de la aceptación y el reconocimiento que nos dispensan los demás (Wells y Marwell, 1976). En suma, es un concepto multifacético que incorpora la percepción y apreciación de uno mismo, tanto desde una perspectiva interna como social, y desempeña una función trascendental en la calidad vital salubre de los sujetos (García et al., 2019).

Concerniente a las teorías que fundamentan a la autoestima, la teoría de Adler (1980) analiza las interacciones interpersonales y el papel de estas interacciones en la salud mental de los individuos, permitiendo que la necesidad de estímulo se anuncie como simplemente una señal de ser humano. Cuando se desafía a la gente, de hecho, se les trae esperanza y les ayuda a creer en sí mismos y en sus habilidades, preparándolos para enfrentar muchas condiciones adversas en la vida. Por ello, los componentes de la autoestima son: aceptación, que implica separar el acto del actor y el comportamiento de la personalidad; mostrar fe y creencia en una persona, al aceptar a una persona tal como es, puedes mostrarle que cree en su capacidad para comportarse de manera diferente; ampliación de comunicación con otros; y potenciar y resaltar los puntos positivos, cuanto más

énfasis se pone en los puntos positivos, menos errores serán vistos (Dortaj y Sohraabi, 2020).

La teoría del proceso de valoración orgánica (OVP) de Rogers (1964) plantea que la persona aprende a colocar el locus de control dentro de sí mismo y por lo tanto asume responsabilidad sobre sus acciones y se siente más autodirigida, que requiere autoconexión, o aprender a escuchar y reconocer las formas en que uno construye el mundo y la autoimagen, y si uno ha sido gobernado en gran medida por influencias e ideas provenientes de fuentes y condiciones de valor extrínsecas. Así, describe esta realización como una sensación de transformarse en una persona objetivada, refiriéndose al empoderamiento de la capacidad personal para guiar la propia vida, en lugar de sentirse víctima de las propias circunstancias, y analiza el empoderamiento del yo, a través de la idea de que uno puede y debe asumir la responsabilidad de sus vidas, que a pesar del apoyo potencial que uno puede recibir. En última instancia, sólo ellos mismos pueden gobernar las decisiones y los cambios que pueden conducir a mayores logros personales, en el bienestar, como uno de los mayores logros en el camino del crecimiento personal (Maurer y Daukantaitė, 2020).

La teoría de Rosenberg (1988), plantea que la autoestima constituye una evaluación subjetiva y emotiva que individuos hacen de sí mismos. En consonancia con este planteamiento, la autoestima se fundamenta en la equiparación entre la autoimagen (la manera en que uno se visualiza) y el concepto del yo ideal (la representación de cómo uno anhela ser). Además, cuando se verifica una similitud entre la autoimagen y el yo ideal, la autoestima alcanza niveles elevados, lo que conlleva a una mayor sensación de satisfacción y bienestar en el ámbito psicológico. En contraste, si se manifiesta una brecha sustancial entre la autoimagen y el yo ideal, la autoestima decrece, lo que puede desencadenar problemáticas relacionadas con la percepción de uno mismo y la adaptación emocional (Fonseca et al., 2023).

Las dimensiones de esta variable son:

Satisfacción personal: valoración positiva acerca de la propia valía, competencia o significado, lo que se traduce en que el individuo se encuentra en un estado de satisfacción consigo mismo, apreciándose y cultivando un sentimiento de autocomplacencia y autoafirmación (Rosenberg, 1988). Este componente

guarda una estrecha relación con la capacidad de reconocer los logros personales y experimentar un estado de confort interno, lo cual contribuye al fomento de una autoestima equilibrada y saludable (Park y Park, 2019).

Devaluación personal: constituye la contraparte de la satisfacción personal y es una valoración desfavorable que el sujeto tiene sobre sí mismo. Cuando un individuo experimenta esta sensación, tiende a desvalorizarse, autocriticarse y poseer una opinión negativa de su propio ser (Rosenberg, 1988). Este fenómeno deriva de factores como la constante comparación con otros, la interiorización de críticas o juicios adversos, y la carencia de autoaceptación, conllevando consecuencias para su salubridad psicológica (Monteiro et al., 2021).

Sobre fundamentos teóricos de esta variable, se desarrollan en los siguientes párrafos. Primero, la definición de Adicción Redes Sociales abarca una inclinación problemática y excesiva hacia la utilización de plataformas en línea (Andreassen y Pallesen, 2014), la cual conlleva a un marcado menoscabo de la salud mental y el bienestar general, abarcando el mal uso inversión de tiempo productivo, la perturbación de los patrones de sueño, la promoción de la aislación, la generación de sentimientos de envidia social y la manifestación de la depresión (Montag et al., 2019).

Así, adquiere la naturaleza de un trastorno que impacta el estilo vital de la persona, en ocasiones, necesita de intervenciones terapéuticas para su superación. De este modo, se aprecia como una dependencia psicológica y emocional hacia el uso incesante de redes sociales, en la que el sujeto experimenta una compulsión irrefrenable por chequear, actualizar y participar en estas plataformas, incluso a expensas de otras actividades cruciales en su cotidianidad (Griffiths et al., 2014). Esto se manifiesta a través de un apremio constante por obtener validación mediante "me gusta" y comentarios, la incapacidad de desconectarse de las redes sociales en entornos sociales o profesionales, y la vivencia de ansiedad o estrés cuando se le veda el acceso a las mismas (Chen et al., 2020).

Concerniente a las teorías que fundamentan a la adicción a redes sociales, la teoría de los usos y la gratificación y la teoría de la visibilidad de la comunicación son teorías de la comunicación utilizadas con frecuencia para estudiar implicancias en este tipo de medios (Phua et al., 2017). Estos enfoques sugieren que las redes

pueden verse como tecnologías que facilitan un mayor bienestar al permitir importantes usos sociales, cognitivos y hedónicos. Sin embargo, las amplias posibilidades comunicativas que permiten las redes sociales también plantean desafíos para los trabajadores en términos de gestionar posibles aumentos en el volumen y la visibilidad de la comunicación (Sun et al., 2020). En términos generales, se pueden distinguir entre dos tipos de redes sociales que se utilizan con frecuencia con fines organizacionales o vocacionales: redes sociales públicas (PSM) y redes sociales empresariales (ESM). Así, permiten que cualquier usuario se comunique de manera potencialmente visible para otros usuarios, permitiendo a los usuarios ver la comunicación que ocurre entre otros usuarios y articulando una red visible de relaciones entre los usuarios (Van et al., 2022).

Las teorías del procesamiento dual o del sistema dual interpretan el autocontrol como una lucha entre procesos impulsivos e intencionales. El sistema impulsivo actúa más rápido y puede anular al reflexivo. Entonces, el resultado conductual final se maneja más por motivos impulsivos no conscientes que por un autocontrol intencional (Frankish, 2010). Un enfoque similar se utiliza en la economía del comportamiento cuando los académicos colocan a los seres humanos reales con sus fallas de autocontrol en el centro de la investigación. Enmarcan la temprana teoría económica del autocontrol y la llaman un modelo de dos yo al describir dos agentes, un planificador y un hacedor, en una sola persona. Entonces, el comportamiento final es el resultado de una batalla impulsiva o de un conflicto entre múltiples yoes. Sin embargo, el autocontrol es más amplio que los esfuerzos por inhibir los impulsos (Zahrai et al., 2021).

La literatura sobre adicción a sustancias y conductas ofrece una variedad de explicaciones (teorías de la adicción) sobre la posible aparición y mantenimiento de conductas adictivas, incluido el uso excesivo de las redes sociales. Estas explicaciones abordan un amplio conjunto de déficits cognitivo-emocionales en términos de búsqueda de placer y evitación del dolor por abstinencia, habituación, automaticidad y falta de supervisión prefrontal del comportamiento adictivo, sensibilización a incentivos y desregulación cognitiva (West, 2001). Tales teorías sugieren que los déficits en términos de expectativa de recompensa, procesamiento e inhibición, todos los cuales tienen su origen en la hiper y/o hipoactividad de los

componentes del sistema dual que gobiernan la toma de decisiones y el control de los impulsos, pueden explicar las conductas adictivas (Turel y Serenko, 2020).

La doctrina del afecto indica que las vivencias de carencia esencial dejan a las personas buscando algo en el entorno externo que pueda suplir una carencia existente "dentro" de ellos (Bowlby, 1985). Existe la apariencia de que el uso de sustancias puede satisfacer la falta de intimidad, otorgando una sensación irreal de tener un soporte estable. Sin embargo, como afirman muchos autores, lo mismo ocurre con las adicciones no relacionadas con sustancias. Por lo tanto, las "necesidades del self-objeto" se reemplazan de diferentes maneras: con una droga, una actividad (por ejemplo, el uso de redes sociales), un objeto o cualquier distracción que pueda ayudar a superar el sentimiento de vacío. Un mayor riesgo de conductas adictivas, en abuso de sustancias y no sustancias, está presente en los casos de estilos de apego evitativo y ambivalente (D'Arienzo et al., 2019).

Las dimensiones de esta variable son:

Obsesión por las redes sociales: se vincula con un patrón de pensamientos y comportamientos reiterativos y perdurables centrados en plataformas de redes sociales, teniendo la capacidad de perturbar otras áreas de la vida, tales como el desempeño laboral, las relaciones interpersonales y las responsabilidades cotidianas (Echeburúa y Corral, 1994). Así, aquellos que evidencian una obsesión por las redes sociales suelen hallarse en un constante estado de pensamiento acerca de estas plataformas, revisando sus perfiles, publicaciones y notificaciones de forma repetitiva (Dalvi et al. 2019).

Falta de control personal en el uso de las redes sociales: incapacidad de una persona para gestionar o supervisar eficazmente su uso de redes sociales, logrando repercusiones negativas derivadas de sus acciones en redes sociales, como la privación de sueño o la disminución de su productividad (Echeburúa y Corral, 1994). Así, personas que experimentan esta dimensión pueden encontrarse haciendo uso de las redes sociales por lapsos prolongados, inclusive cuando desean interrumpir o disminuir su utilización (Lei, 2021).

Uso excesivo de las redes sociales: guarda relación con la cantidad de tiempo que un individuo invierte en redes sociales, y se caracteriza por una utilización prolongada y desmesurada de estas plataformas, con frecuencia a costa



de otras actividades de importancia (Echeburúa y Corral, 1994). Así, personas que exhiben esta dimensión pueden dedicar horas y horas al día a las redes sociales, relegando sus obligaciones o actividades presenciales (Leong et al., 2019).

La violencia en parejas jóvenes constituye un fenómeno inquietante con impactos notorios en la salud física y emocional de aquellos que la experimentan, afectando diversas comunidades. Este tipo de violencia, que puede manifestarse de variadas maneras, tales como el maltrato verbal, emocional o físico, se caracteriza por la ausencia de consideración y equidad en las relaciones sentimentales. Los individuos jóvenes, al encontrarse en momentos cruciales de desarrollo personal y emocional, se hallan particularmente susceptibles a los efectos perjudiciales de la violencia de pareja, con posibles consecuencias a largo plazo en su bienestar psicosocial (Galende et al., 2020).

En el ámbito universitario, la violencia en relaciones de pareja asume características específicas que demandan atención e intervención. Las causas de este fenómeno pueden asociarse a modelos culturales, desigualdades arraigadas en cuanto al género y tensiones académicas. El estrés, las expectativas sociales y la convivencia en un entorno universitario pueden agudizar los conflictos y propiciar la aparición de comportamientos agresivos. Por otro lado, las consecuencias trascienden lo personal, afectando la dinámica del campus y generando un entorno poco propicio para el aprendizaje y la convivencia saludable (Lee et al., 2020).

### III. METODOLOGÍA

#### 3.1. Tipo y diseño de investigación

**3.1.1. Tipo:** fue metodológica, pues, mediante la utilización de procedimientos estadísticos y aplicables, logra abordar interrogantes particulares y abordar desafíos pragmáticos en diversos ámbitos, que van desde la psicología y la educación hasta el ámbito médico y el económico. Además, fue cuantitativa, pues se orienta hacia una recolección numérica para el estudio informativo, para alcanzar conclusiones objetivas y cuantitativas (Ato et al., 2013; Ramos, 2020).

**3.1.2. Diseño:** fue explicativo correlacional, pues tiene la finalidad de reconocer y adquirir conocimiento acerca de interconexiones causales de dichos elementos, lo cual no se limita únicamente a establecer las conexiones entre las variables, sino que profundiza en la orientación y el mecanismo fundamental que enlaza estos factores (Ato et al., 2013; Ramos, 2020).

#### 3.2. Variables y operacionalización

**Variable independiente:** insatisfacción corporal

**Definición conceptual:** La insatisfacción corporal abarca la percepción subjetiva y el juicio individual en relación a la propia corporalidad, así como la valoración desfavorable que un individuo realiza sobre su apariencia física, estado de salud y bienestar vinculado a su fisonomía (James, 1892).

**Definición operacional:** se midió con el Cuestionario de insatisfacción corporal de Baños y Marca (2020).

**Indicadores:** Pensamientos, emociones propias de insatisfacción (de la primera dimensión), sobrevaloración de la obesidad, una figura deforme (de insatisfacción perceptiva), y conductas de trastorno alimenticio (de insatisfacción comportamental).

**Escala:** Nominal.

**Variable independiente:** autoestima

**Definición conceptual:** apreciación, percepción y valoración que un individuo tiene de su propia identidad, y se desglosa en dos dimensiones primordiales: la autoevaluación positiva y la autoevaluación negativa (Baumeister, 1993).

**Definición operacional:** se midió con la Escala de Autoestima Rosenberg, la adaptación de Ventura et al. (2018).

**Indicadores:** aprecio, cualidades, capacidad actitud propia, satisfacción propia (de Satisfacción personal); poco orgullo, fracaso, deseo de respeto, sensación de inutilidad, bondad (de Devaluación personal).

**Escala:** Nominal.

**Variable dependiente:** Adicción a Redes Sociales

**Definición conceptual:** es una inclinación problemática y excesiva hacia la utilización de plataformas en línea, la cual conlleva a un marcado menoscabo de la salud mental y el bienestar general, abarcando el mal uso inversión de tiempo productivo, la perturbación de los patrones de sueño, la promoción de la aislamiento, la generación de sentimientos de envidia social y la manifestación de la depresión (Andreassen y Pallesen, 2014).

**Definición operacional:** se midió con la Escala de Adicción a las redes sociales (ARS) de Ecurras y Salas (2014).

**Indicadores:** tiempo de uso, pensamientos involuntarios, estado de ánimo, ansiedad por las redes, disposición de desconexión, descuido de relaciones (de la primera dimensión), incapacidad para regular el tiempo, conciencia de frecuencia en redes, descuido de actividades (de la segunda dimensión), necesidad de redes, calma en las redes, mala gestión, estar pendiente de redes (de la tercera dimensión).

**Escala:** Nominal.

### **3.3. Población, muestra y muestreo**

**3.3.1. Población:** En la región Lima Este existen 9838 estudiantes universitarios según Sineace (2020), de los cuales el 35% víctimas de violencia (Mondragón y Silva, 2021), es decir 3443. Este grupo, hace referencia al total de elementos o

personas que comparten una característica particular y que se convierten en el foco de nuestra investigación. (Stratton 2021).

Consideraciones para la inclusión muestral: alumnos de edades de más de 18 y menos de 65 años, que cursen la universidad con al menos tres cursos por ciclo, residentes en Lima, dispuestos a participar.

Criterios de exclusión: estudiantes con matrícula suspendida, que no asistan regularmente a su universidad, que se hayan graduado, que asistan a terapia psicológica.

**3.3.2. Muestra:** fue de 283 estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, obtenida a través del cálculo por muestra a priori para modelos de ecuación estructural (ver anexo 7). La muestra, por otro lado, resulta ser más fácilmente abordable y se recoge con el propósito de extraer inferencias sobre la totalidad de la población (Stratton 2021). Respecto a su distribución sobre los casos de violencia, el 83% de los participantes (234) dieron positivo en su tamizaje, mientras que 17% (49) no lo hicieron.

**3.3.3. Muestreo:** fue no probabilístico intencional. El proceso de selección de la muestra implica una minuciosa elección de elementos de la población, utilizando ciertas técnicas con el fin de asegurar su representatividad y disminuir al máximo cualquier tipo de sesgo (Stratton 2021).

**3.3.4. Unidad de análisis:** cada estudiante universitario víctima de violencia de pareja Lima Este.

### **3.4. Técnica e instrumento de recolección de datos**

Fue aplicada la encuesta como técnica para el estudio. Esta constituye un enfoque investigativo que abarca la obtención de datos mediante la formulación de interrogantes, ya sea por escrito, de manera oral o electrónica, con la finalidad de adquirir conocimiento proveniente de un conjunto de individuos. En contraste, un formulario representa la herramienta empleada en una indagación, es decir, corresponde al compendio de cuestionamientos dirigidos hacia los encuestados (Stausberg, 2021).

Sobre los instrumentos, primer se usó el Cuestionario de insatisfacción corporal de Baños y Marca (2020), adaptada en la misma población, está compuesto 38 ítems, y por las dimensiones insatisfacción cognitivo-emocional (del ítem 1 al 11), insatisfacción perceptiva (del ítem 12 a 22) e insatisfacción comportamental (del ítem 23 a 33). Además, su alcance es de jóvenes y adultos, a quienes se les puede aplicar de manera colectiva, en un tiempo aproximado de 20 minutos. El alcance es para universitarios y sus opciones de respuesta son desde “nunca” hasta “siempre”, de tipo Likert (del 1 al 5).

Se llevó a cabo el análisis de la fiabilidad del instrumento mediante la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach, el cual proporcionó resultados uniformes y satisfactorios, con una puntuación de .96 en todas y cada una de sus subescalas, el cual es un indicador sólido de confiabilidad, otorgando al instrumento la clasificación de confiable. Respecto a su validez, se comprobó su validez de constructo con una calificación de  $\psi = 0.94$  para 3 dimensiones, y niveles de ajuste adecuados:

M <sub>1</sub>	981155	527	1.86	.950	.947	.061	.056 [.051-.063]
----------------	--------	-----	------	------	------	------	------------------

Esto le da aplicabilidad a cada uno de sus ítems, por lo cual se confirma que el instrumento no solo es confiable, sino que también está respaldado por una sólida validez de contenido, lo que lo hace adecuado y confiable para su aplicación en distintos contextos.

Además, la Escala de Autoestima Rosenberg (1988), traducida al español por Ventura et al. (2018) y adaptada por Canales (2021) en la misma población (adaptación que se utilizó), está compuesto ítems, y por las dimensiones Perspectiva de autoestima positiva (ítem del 1 a 5) y perspectiva de autoestima negativa (ítems del 6 al 10). Además, su alcance es de jóvenes y adultos, a quienes se les puede aplicar de manera colectiva, en un tiempo aproximado de 20 minutos. El alcance es para universitarios y sus opciones de respuesta son desde “muy de acuerdo” hasta “muy en desacuerdo”, de tipo Likert (del 1 al 4).

Se llevó a cabo el análisis de la fiabilidad del instrumento mediante la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach, el cual proporcionó resultados uniformes y satisfactorios, con una puntuación de .880 en todas y cada una de sus

subescalas, el cual es un indicador sólido de confiabilidad, otorgando al instrumento la clasificación de confiable. Respecto a su validez, se comprobó su validez de constructo con niveles de ajuste adecuados:

Modelo 1: 313.475 35 8.956 .778 .085 .133 243.475  
[.120, .147]

Esto le da aplicabilidad a cada uno de sus ítems, por lo cual se confirma que el instrumento no solo es confiable, sino que también está respaldado por una sólida validez de contenido, lo que lo hace adecuado y confiable para su aplicación en distintos contextos.

Por último, la Escala de Adicción a las redes sociales (ARS) de Ecurras y Salas (2014) adaptada por Salas et al. (2022) en la misma población, está compuesto ítems, y por las dimensiones Obsesión por las redes sociales (1 al 8), Falta de control personal en el uso de las redes (9 al 16) y uso excesivo de las redes (17 al 24). Además, su alcance es de jóvenes y adultos, a quienes se les puede aplicar de manera colectiva, en un tiempo aproximado de 20 minutos. El alcance es para universitarios y sus opciones de respuesta son desde “nunca” hasta “siempre”, de tipo Likert (del 1 al 5).

Se llevó a cabo el análisis de la fiabilidad del instrumento mediante la aplicación del coeficiente Alfa de Cronbach, el cual proporcionó resultados uniformes y satisfactorios, con una puntuación de  $\alpha$  .86 y  $\omega$  .86 en todas y cada una de sus subescalas, el cual es un indicador sólido de confiabilidad, otorgando al instrumento la clasificación de confiable. Respecto a su validez, se comprobó su validez de contenido al ser sometido a la evaluación de expertos en el campo, quienes otorgaron una calificación de aplicabilidad a cada uno de sus ítems, demostrando una puntuación V de 1, por lo cual se confirma que el instrumento no solo es confiable, sino que también está respaldado por una sólida validez de contenido, lo que lo hace adecuado y confiable para su aplicación en distintos contextos.

El tamizaje de violencia aplicado fue realizado por el equipo investigador, para lo cual se sometió a los tres ítems, a una prueba de validez. En el análisis de la V de Aiken, se observa que hay coincidencia en los 3 evaluadores, respecto a

los criterios de Pertinencia, Relevancia y Claridad, lo que dio como resultado una V de 1, considerándose alto para el indicativo. En ese sentido, el instrumento es válido y aplicable al contexto en el que se pretende utilizar.

### **3.5. Procedimientos**

Durante el estudio, se ejecutaron diversas etapas para llevar a cabo la investigación, incluyendo la minuciosa búsqueda de información pertinente con el objetivo de cimentar una base sólida para el estudio. También se gestionaron las autorizaciones necesarias para llevar a cabo los cuestionarios, lo cual involucró un cuidadoso proceso de obtención de permisos. Finalmente, se llevó a cabo la planificación para recopilar información mediante encuestas estructuradas diseñados específicamente para obtener información relevante. Ver anexo

En la etapa posterior de la investigación, se llevó a cabo de manera sistemática la aplicación de los cuestionarios, siguiendo un método riguroso, con la intención de recopilar los datos con minuciosidad, asegurando que cada respuesta se registre con precisión. Luego, se llevó a cabo la disposición y evaluación de la información recopilada, utilizando herramientas estadísticas y técnicas de procesamiento de información. Para finalizar, se concluyó con la elaboración del informe final, en el que se expusieron de manera clara y concisa los resultados del estudio, las inferencias y sugerencias surgidas de los hallazgos obtenidos, lo que contribuyó de manera valiosa al campo de investigación.

### **3.6. Método de análisis de datos**

Se empleó el análisis de proporciones y tasas mediante la creación de tablas de datos en la herramienta Microsoft Excel 2023 como una técnica esencial para explorar y describir los datos recopilados, permitiendo la detallada representación del análisis de la interconexión de los elementos, fragmentando los datos en clasificaciones particulares.

En una etapa subsiguiente, se incorporaron metodologías más avanzadas, tales como el análisis de correlaciones, la regresión estructural y la representación de las interconexiones, fundamentales para la confirmación de las hipótesis y el logro de las metas establecidas en la investigación. El análisis de correlaciones de Spearman brindó la capacidad de evaluar las relaciones entre variables

cuantitativas, la fuerza y dirección. La  $R^2$  ajustada, por otro lado, permitió comprender la conexión entre diversas variables que influyen y la variable objetivo de respuesta, anticipando el impacto de diversas variables su resultado (Roy et al., 2019). Finalmente, el empleo de estadísticos de homogeneidad permitió condensar de manera efectiva las conexiones complejas entre las variables y los resultados, ofreciendo diferencias por género. Estas técnicas de estadística se aplicaron a través del programa estadístico: IBM SPSS-26 en última versión.

### **3.7. Aspectos éticos**

Dentro del marco normativo de la Universidad César Vallejo (UCV), es concedida una importancia a la consideración de los aspectos éticos que protegen el respeto a las personas en todas las actividades de investigación, lo que conlleva un compromiso inmutable con la salvaguardia de la dignidad, la confidencialidad y las libertades de las personas involucrados en cualquier estudio o proyecto. Asimismo, se fomentan las directrices específicas para adquirir el permiso informado y la evaluación de planes de estudio de investigación por parte de comités éticos, con el propósito de asegurar que todas las investigaciones se realicen de manera ética y en consonancia con la dignidad humana (Castro et al., 2019).

De igual manera, las normas APA proporcionan al estudio la instrucción específica para citar y hacer referencia a las fuentes, promoviendo la atribución adecuada del trabajo intelectual de otros. Por su parte, la Declaración de Helsinki promueve en la pesquisa, los fundamentos bioéticos en el estudio en individuos, involucrando la relevancia de asegurar la privacidad de los datos de los participantes y evaluar los posibles riesgos y beneficios para los participantes en estudios médicos (Castro et al., 2019).



## IV. RESULTADOS

Es en este apartado, que se desarrolla la interpretación de los resultados obtenidos, siguiendo el orden de los objetivos de la investigación. En principio, para cumplir con los objetivos, observando el anexo 12 de correlaciones, que indica relaciones significativas para las predictores y la variable independiente, se describe lo encontrado a continuación.

### 4.1. Hipótesis general

A partir de los ajustes del modelo, en el que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras de la adicción a redes sociales, se obtuvo que, con un  $R^2$  ajustado de .576, que significa el 57% de influencia, y a través de la significancia de Anova y coeficientes beta de .000, se puede afirmar que ambas variables influyen en la adicción a redes sociales. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de adicción a redes sociales.

Por lo tanto, se acepta  $H_0$ , y la insatisfacción corporal y la autoestima impactan significativamente en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja. Esto se observa en la tabla 1.

**Tabla 1:**

*Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
	.761a	.580	<b>.576</b>	13.51568	<b>1.892</b>
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Regresión	63738.376	2	31869.188	174.460	<b>.000b</b>
Residuo	46216.433	253	182.674		
Total	109954.809	255			
Modelo	Coeficientes no estandarizados	Coeficientes estandarizados	t	Sig.	

	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	77.861	8.258		9.428	.000
Autoestima	-.945	.205	<b>-.302</b>	-4.617	.000
Insatisfac.	.226	.030	<b>.501</b>	7.646	.000

**Nota.** Predictores: (Constante), insatisfacción, autoestima; Variable dependiente: adicción a redes

## 4.2. Hipótesis específicas

### 4.2.1. Primer hipótesis específica

A partir de los ajustes del modelo, en el que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras de la obsesión por las redes sociales, se obtuvo que, con un  $R^2$  ajustado de .494, que significa el 49% de influencia, y a través de la significancia de Anova y coeficientes beta de .000, se puede afirmar que ambas variables influyen en esta dimensión de adicción a redes sociales. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de obsesión por las redes sociales.

Por lo tanto, se acepta H1, y la insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023. Esto se observa en la tabla 2.

**Tabla 2:**

*Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson	
1	.706a	.498	<b>.494</b>	5.36912	<b>1.916</b>	
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	7229.652	2	3614.826	125.395	<b>.000b</b>
	Residuo	7293.348	253	28.827		

Total		14523.000	255		
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	25.269	3.281		7.702	.000
1 Autoestima	-.298	.081	<b>-.263</b>	-3.666	.000
Insatisfac.	.079	.012	<b>.481</b>	6.714	.000

**Nota.** Predictores: (Constante), insatisfacción, autoestima; Variable dependiente: obsesión por las redes sociales.

#### 4.2.2. Segunda hipótesis específica

A partir de los ajustes del modelo, en el que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras de la falta de control personal en el uso de las redes sociales, se obtuvo que, con un  $R^2$  ajustado de .465, que significa el 46% de influencia, y a través de la significancia de Anova y coeficientes beta de .000, se puede afirmar que ambas variables influyen en esta dimensión de adicción a redes sociales. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de falta de control personal en el uso de las redes sociales.

Por lo tanto, se acepta H2, y la insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023. Esto se observa en la tabla 3.

#### Tabla 3:

*Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson
1	.685a	.469	<b>.465</b>	4.38869	<b>1.899</b>

Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	4309.309	2	2154.654	111.869	<b>.000b</b>
	Residuo	4872.926	253	19.261		
	Total	9182.234	255			

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
(Constante)	25.474	2.682		9.500	.000
1 Autoestima	-.237	.066	<b>-.263</b>	-3.574	.000
Insatisfac.	.060	.010	<b>.459</b>	6.238	.000

**Nota.** Predictores: (Constante), insatisfacción, autoestima; Variable dependiente: falta de control personal en el uso de las redes sociales.

#### 4.2.3. Tercer hipótesis específica

A partir de los ajustes del modelo, en el que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras del uso excesivo de las redes sociales, se obtuvo que, con un  $R^2$  ajustado de .617, que significa el 61% de influencia, y a través de la significancia de Anova y coeficientes beta de .000, se puede afirmar que ambas variables influyen en esta dimensión de adicción a redes sociales. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de uso excesivo de las redes sociales.

Por lo tanto, se acepta H3, y la insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en el uso excesivo de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023. Esto se observa en la tabla 4.

#### **Tabla 4:**

*Influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en el uso excesivo de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja.*

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Durbin-Watson	
1	.786a	.617	<b>.614</b>	5.04236	<b>1.902</b>	
Modelo	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.	
1	Regresión	10368.036	2	5184.018	203.892	<b>.000b</b>
	Residuo	6432.616	253	25.425		
	Total	16800.652	255			
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados		t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta			
	(Constante)	27.117	3.081		8.801	.000
1	Autoestima	-.409	.076	<b>-.335</b>	-5.360	.000
	Insatisfac.	.087	.011	<b>.495</b>	7.916	.000

**Nota.** Predictores: (Constante), insatisfacción, autoestima; Variable dependiente: uso excesivo de las redes sociales.

#### 4.2.4. Cuarta hipótesis específica

A partir de la observación de los modelos diferenciados por sexo masculino y femenino, se observa que, en el primer caso, la influencia de las variables predictoras sobre la adicción a redes sociales es de 42% con una significancia de .000. Por su parte, en el género femenino, la influencia de las mismas es de 78% con una significancia de .000. Al hacerse la diferenciación, se obtiene que existen diferencias por sexo, en el modelo de influencia; sin embargo, ambos casos indican influencia considerable y significativa. Por ende, tanto en varones como en mujeres, la insatisfacción corporal y la autoestima influyen en los niveles de adicción a redes sociales. Esto se observa en la tabla 5.

#### Tabla 5:

*Diferencias según sexo en la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja.*

Sexo	R		R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajustado	Error estándar de la estimación	Estadístico de Durbin - Watson	
	Seleccionado	Sin seleccionar				Seleccionado	Sin seleccionar
M	.658a	.826	.433	<b>.423</b>	16.07566	<b>1.817</b>	1.614

Sexo	R		R <sup>2</sup>	R <sup>2</sup> ajustado	Error estándar de la estimación	Estadístico de Durbin - Watson	
	Seleccionado	Sin seleccionar				Seleccionado	Sin seleccionar
F	.885a	.628	.784	<b>.781</b>	9.39837	<b>1.921</b>	1.601

**Nota.** Predictores: (Constante), insatisfacción, autoestima; Variable dependiente: adicción a redes. Según sexo.

## V. DISCUSIÓN

Este estudio permitió evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, de lo cual, se encontró que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras de la adicción a redes sociales, con un 57% de varianza significativa. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de adicción a redes sociales.

Los resultados del estudio están en consonancia con antecedentes previos. Según Karam et al. (2023), los individuos más jóvenes con mayor dependencia de las redes sociales experimentan inquietudes significativas respecto a su percepción corporal, una observación que resuena con el hallazgo del estudio actual donde la insatisfacción corporal y la baja autoestima predicen un 57% de la adicción a redes sociales. Además, Aparicio et al. (2019) muestran que la autoestima y la imagen corporal están interrelacionadas con el uso de redes sociales, lo que respalda la conclusión de que una menor autoestima y mayor insatisfacción corporal aumentan la adicción a estos medios. Asimismo, Suárez et al. (2022) identifican que la baja autoconfianza y la insatisfacción con la apariencia física, especialmente entre mujeres, exacerban las características de violencia en redes sociales y el uso excesivo de las mismas, subrayando el vínculo entre estos factores psicológicos y la adicción a redes sociales evidenciado en el estudio presente.

Al respecto, la teoría de los usos y la gratificación y la teoría de la visibilidad de la comunicación sugieren que las redes pueden verse como tecnologías que facilitan un mayor bienestar al permitir importantes usos sociales, cognitivos y hedónicos. Sin embargo, plantean desafíos para los trabajadores en términos de gestionar posibles aumentos en el volumen y la visibilidad de la comunicación (Sun et al., 2020). Así, permiten que cualquier usuario se comunique de manera potencialmente visible para otros usuarios, permitiendo a los usuarios poder sobre diferentes aspectos de sus vidas, articulando una red relacional como la encontrada (Van et al., 2022).

El estudio también permitió evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, de lo cual se encontró que las variables

insatisfacción corporal y autoestima son predictoras de la obsesión por las redes sociales, con un 49% de influencia, de manera significativa. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de obsesión por las redes sociales.

Estos hallazgos coinciden con los antecedentes presentados por Cruz (2021), quienes encontraron que la autoestima incide en obsesión a Internet, demostrando que una mayor autoestima amenora la inclinación hacia la adicción a Internet, y viceversa. Además, Aparicio et al. (2020) identificaron divergencias de género en la adicción a las redes sociales y señalaron que esta dependencia está relacionada con varios factores, incluyendo la importancia que se otorga a las redes sociales. Esto refuerza la conclusión del estudio actual de que la insatisfacción corporal y la baja autoestima aumentan la obsesión por las redes sociales, evidenciando una interrelación de factores psicológicos y socioculturales.

La teoría del proceso de valoración orgánica explica la obsesión con las redes sociales al sugerir que muchas personas han desplazado su locus de control hacia influencias externas, buscando validación y reconocimiento a través de "me gusta", comentarios y seguidores. En lugar de desarrollar una autoimagen basada en la autoconexión y el autoconocimiento, estas personas se ven atrapadas en una búsqueda constante de aprobación extrínseca. Esta dependencia de la validación externa puede llevar a una sensación de objetivación, donde la propia identidad se construye en función de las reacciones y opiniones de los demás en lugar de una valoración interna (Maurer y Daukantaitė, 2020).

El estudio también permitió evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, de lo cual, se encontró que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras de la falta de control personal en el uso de las redes sociales, con un 46% de influencia, y de manera significativa. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de falta de control personal en el uso de las redes sociales.



Al respecto, Bingöl y Colak (2023) evidenciaron una influencia en los niveles problemáticos de uso de redes sociales por parte de los participantes, de su autovaloración, demostrando que el uso inadecuado de las redes sociales era influido de manera inversa por la autoestima, por lo cual, el uso problemático de las redes sociales se predecía desfavorablemente por distorsiones cognitivas relacionadas con la autovaloración. Además, al introducir las distorsiones con la autoestima en el modelo, estas actuaban como mediadoras en la relación entre el uso problemático de las redes sociales y la autoestima.

La teoría del procesamiento dual o del sistema dual explican los resultados encontrados, debido a que la insatisfacción corporal y la baja autoestima pueden debilitar los procesos intencionales, dejando a los individuos más susceptibles a los impulsos inmediatos, lo que sugiere que el comportamiento final en el uso de las redes sociales no es tanto el resultado de un autocontrol deliberado, sino más bien de un conflicto entre diferentes impulsos internos. Además, los factores personales y los valores hacia uno mismo juegan un papel crucial en esta dinámica, ya que una percepción negativa de uno mismo puede intensificar los impulsos que buscan gratificación inmediata a través del uso de las redes sociales (Zahrai et al., 2021). (Zahrai et al., 2021).

El estudio también permitió evaluar la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en el uso excesivo de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja, de lo cual, se encontró que las variables insatisfacción corporal y autoestima son predictoras del uso excesivo de las redes sociales, con un 61% de influencia, y de manera significativa. Por esto, cuando existe mayor insatisfacción corporal y menor autoestima, se observa mayor nivel de uso excesivo de las redes sociales.

Igualmente, Ma (2022) indica que no se encontraron relaciones significativas entre las actividades en línea y la autovaloración. Sin embargo, al analizar las rutas, se evidenció que el género actuó como moderador en las conexiones entre las acciones de contacto social y la autovaloración. Además, Soohinda et al. (2019) señalan que el veintisiete por ciento de los participantes tenía una preocupación corporal de moderada a grave, por lo que concluyen que la insatisfacción con la

forma corporal se correlacionó significativamente con un mayor índice de masa corporal (IMC) y una menor autoestima.

La teoría de adicción conductual señala que, en el contexto de las redes sociales, las personas con baja autoestima e insatisfacción corporal pueden recurrir a estas plataformas como una forma de obtener gratificación inmediata y evitar el malestar emocional asociado con su imagen corporal. Además, la expectativa de recompensa y los problemas en el procesamiento e inhibición de comportamientos impulsivos, todos influenciados por la hiper o hipoactividad de los sistemas duales que controlan la toma de decisiones y los impulsos, contribuyen a la conducta adictiva. Por lo tanto, el uso excesivo de las redes sociales puede ser visto como una forma de adicción conductual en la que las personas buscan constantemente la validación y el alivio emocional que no encuentran en otros aspectos de su vida, explicando así la relación entre insatisfacción corporal, baja autoestima y el uso excesivo de redes sociales (Turel y Serenko, 2020).

El estudio también permitió analizar si existen diferencias según sexo en la influencia de la insatisfacción corporal y la autoestima en la adicción a redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023, de lo cual, según la observación por sexo masculino y femenino, en el primer caso, la influencia de las variables predictoras sobre la adicción a redes sociales es de 42%. Por su parte, en el género femenino, la influencia de las mismas es de 78%. Así, se obtiene que existen diferencias por sexo, en el modelo de influencia; sin embargo, ambos casos indican influencia considerable y significativa. Por ende, tanto en varones como en mujeres, la insatisfacción corporal y la autoestima influyen en los niveles de adicción a redes sociales.

Con relación a estos resultados, Pillaca (2021) evidenciaron una correlación moderada, inversa y altamente significativa entre la adicción a las redes sociales y la autoestima, abarcando todas sus dimensiones. Además, se observaron diferencias en esta relación con respecto a variables sociodemográficas como el género. De esta manera, la adhesión a las plataformas de interacción social podría estar influenciada por el género, evidenciando una mayor relevancia de factores sociopsicológicos en las mujeres, mientras que en los hombres se percibe una combinación de aspectos biológicos y sociales en relación con este fenómeno.

El hallazgo del estudio puede ser explicado a través de la teoría de la cosificación, la cual sugiere que las mujeres son frecuentemente reducidas a sus cuerpos y a su funcionamiento sexual. Con el tiempo, esta cosificación externa se internaliza, llevando a las mujeres a adoptar una perspectiva externa de sus propios cuerpos y a involucrarse en la auto-objetivación. La auto-objetivación tiene consecuencias psicológicas dañinas, como la desvinculación física, la intranquilidad por el físico, una disminución del flujo (capacidad para disfrutar de actividades placenteras), y una reducción de la conciencia interna de los estados corporales y emocionales. Estas consecuencias psicológicas afectan de manera desproporcionada a las mujeres, resultando en preocupaciones comunes como trastornos alimentarios, depresión y disminución del funcionamiento social (Watson et al., 2019).

En cuanto a las implicancias, el estudio revela la necesidad de abordar los problemas de salud mental y autoestima en poblaciones vulnerables, mostrando cómo la violencia de pareja exacerba la dependencia a las redes sociales, una problemática que afecta significativamente a su bienestar, a fin de orientar el desarrollo de investigaciones en estas poblaciones, y promoviendo el estudio de los entornos universitarios. Además, el estudio aporta información sobre las interacciones entre la insatisfacción corporal, la autoestima y las redes sociales, contribuyendo al campo de la psicología y las ciencias sociales con evidencia empírica sobre cómo factores personales y contextuales influyen en el comportamiento digital, subrayando las diferencias de género en estas dinámicas, lo cual puede enriquecer futuras investigaciones específicas para sectores específicos por característica demográficas.

El estudio se delimitó al no realizar énfasis en la evaluación descriptiva de las variables, concentrando sus recursos en predecir la adicción a redes por medio de un modelo de dos variables (insatisfacción corporal y la autoestima), lo que dio como resultado, indicadores favorables para la investigación. Por otro lado, al manejar una muestra amplia, se debió manejar adecuadamente procedimientos de selección de la misma, sustentando su procedimiento en la estadística, la cual es considerada muy útil para el estudio del comportamiento humano.

## **VI. CONCLUSIONES**

**PRIMERA:** La insatisfacción corporal y la autoestima impactan significativamente en la Adicción a Redes Sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja (57% varianza).

**SEGUNDA:** La insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en la obsesión por las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023 (49% varianza).

**TERCERA:** La insatisfacción corporal y la autoestima influyen significativamente en la falta de control personal en el uso de las redes sociales en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023 (46% varianza).

**CUARTA:** La insatisfacción corporal y la autoestima en el uso excesivo de las redes sociales influyen significativamente en estudiantes universitarios víctimas de violencia de pareja de Lima Este, 2023 (61% varianza).

**QUINTA:** Existen diferencias por sexo, en el modelo de influencia; sin embargo, ambos casos indican influencia considerable y significativa. Por ende, tanto en varones como en mujeres, la insatisfacción corporal y la autoestima influyen en los niveles de adicción a redes sociales (42% y 78% varianza en mujeres).

## **VII. RECOMENDACIONES**

**PRIMERA:** Se recomienda en futuros estudios ampliar la muestra y evaluar los resultados obtenidos para conseguir una mayor relevancia a nivel regional nacional.

**SEGUNDA:** Se recomienda utilizar un modelo de ecuación estructural diferenciando entre diversas plataformas y tipos de contenido, a la par de otros factores psicológicos o contextuales, como el apoyo social o el estrés académico.

**TERCERA:** Se recomienda trabajar en provincias, para desarrollar y evaluar experimentos que aborden específicamente la falta de control personal en el uso de redes sociales en diferentes contextos.

**CUARTA:** Se sugiere realizar estudios longitudinales para entender mejor la causalidad y la dinámica temporal entre la insatisfacción corporal, la autoestima y el uso excesivo de redes sociales.

**QUINTA:** Se sugiere explorar si existen factores específicos de género que puedan modificar esta relación y desarrollar intervenciones personalizadas para hombres y mujeres, así como las expectativas sociales que puedan contribuir a estas diferencias.

## REFERENCIAS

- Adler, S. (1980). Self-esteem and causal attributions for job satisfaction and dissatisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 65(3), 327-332. <https://doi.org/10.1037/0021-9010.65.3.327>
- Alejandría, J., & Silva, Y. A. (2021). Tipos de violencia en estudiantes universitarios del sexo femenino, Chachapoyas, Perú, 2019. *Revista Científica UNTRM: Ciencias Sociales Y Humanidades*, 4(2), 63–67. <https://doi.org/10.25127/rcsh.20214.715>
- Andreassen, C. S., & Pallesen, S. (2014). Social network site addiction - an overview. *Current Pharmaceutical Design*, 20(25), 4053-4061. <https://doi.org/10.2174/13816128113199990616>
- Aparicio, P., Perea, A., Redel, M. D., Pagliari, C., & Vaquero-Abellán, M. (2019). Social Media, Thin-Ideal, Body Dissatisfaction and Disordered Eating Attitudes: An Exploratory analysis. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(21), 4177. <https://doi.org/10.3390/ijerph16214177>
- Aparicio, P., Ruiz, M., Perea, A., Martínez, P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., & Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101304>
- Ato, M., López, J. J. P., & Benavente, A. (2013). Un sistema de clasificación de los diseños de investigación en psicología. *Anales De Psicología*, 29(3). <https://doi.org/10.6018/analesps.29.3.178511>
- Bahatgeg, R. O. (2022). Effect of social media celebrities on children's satisfaction with their body image. *The international journal of mental health promotion*, 24(1), 95-114. <https://doi.org/10.32604/ijmhp.2022.015169>
- Baños, J., & Marca, K. A. (2020). Body Shape Questionnaire (BSQ): Estructura factorial y fiabilidad en universitarios peruanos. *Avances en psicología*. <https://doi.org/10.33539/avpsicol.2020.v28n2.2254>

- Baumeister, R. (1993). *Self-Esteem: The Puzzle of Low Self-Regard*. Springer New York, NY.
- Bhargava, V. R., & Velásquez, M. (2020). Ethics of the Attention Economy: The problem of Social Media Addiction. *Business Ethics Quarterly*, 31(3), 321-359. <https://doi.org/10.1017/beq.2020.32>
- Bingöl, Ö., Dayı, A., & Çolak, M. (2023a). The mediating role of cognitive distortions in the relationship between problematic social media use and self-esteem in youth. *Cognitive Processing*, 24(4), 575-584. <https://doi.org/10.1007/s10339-023-01155-z>
- Blashill, A. J. (2011). Gender Roles, Eating Pathology, and Body Dissatisfaction in Men: A Meta-analysis. *Body Image*, 8(1), 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2010.09.002>
- Bowlby, J. (1985). The role of childhood experience in cognitive Disturbance. En Springer eBooks (pp. 181-200). [https://doi.org/10.1007/978-1-4684-7562-3\\_6](https://doi.org/10.1007/978-1-4684-7562-3_6)
- Cabero, J., Martínez, S., Valencia, R., Leiva, J., Orellana, M. y Harvey, I. (2020). La adicción de los estudiantes a las redes sociales on-line: un estudio en el contexto latinoamericano. *Revista Complutense de Educación*, 31 (1), 1-12. <https://doi.org/0.5209/rced.61722>.
- Calloapaza, K. E. H. (2022). Redes sociales virtuales y la salud mental en tiempos de COVID-19: una revisión de literatura. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 3(2), 773-783. <https://doi.org/10.56712/latam.v3i2.146>
- Canales, N. (2021). Relación entre autoestima, estilo de vida y espiritualidad religiosa de los estudiantes de maestría en educación en una universidad privada, Lima 2020. [Tesis de maestría, Universidad Peruana Unión, Lima, Perú]. [https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/5031/Nelida\\_Tesis\\_Maestro\\_2021.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/5031/Nelida_Tesis_Maestro_2021.pdf?sequence=4&isAllowed=y)

- Castro, M.; Jávita, E.; García, N.; Otzen, T.; Manterola, C. (2019). Aspectos Éticos Propios de los Diseños más Utilizados en Investigación Clínica. *J. health med. sci.*, 5(3):183-193. [https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Manterola-2/publication/340581868\\_Aspectos\\_Eticos\\_Propios\\_de\\_los\\_Disenos\\_mas\\_Utilizados\\_en\\_Investigacion\\_Clinica/Bioethical\\_Issues\\_of\\_the\\_Most\\_Frequent\\_Designs\\_Used\\_in\\_Clinical\\_Research/links/5e923024299bf130799146ec/Aspectos-Eticos-Propios-de-los-Disenos-mas-Utilizados-en-Investigacion-Clinica-Bioethical-Issues-of-the-Most-Frequent-Designs-Used-in-Clinical-Research.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Carlos-Manterola-2/publication/340581868_Aspectos_Eticos_Propios_de_los_Disenos_mas_Utilizados_en_Investigacion_Clinica/Bioethical_Issues_of_the_Most_Frequent_Designs_Used_in_Clinical_Research/links/5e923024299bf130799146ec/Aspectos-Eticos-Propios-de-los-Disenos-mas-Utilizados-en-Investigacion-Clinica-Bioethical-Issues-of-the-Most-Frequent-Designs-Used-in-Clinical-Research.pdf)
- Chen, Q., Hu, J., Wei, Z., Evans, R., & Ma, X. (2020). Employee use of public social media: Theories, constructs and conceptual frameworks. *Behaviour & Information Technology*, 40(9), 855-879. <https://doi.org/10.1080/0144929x.2020.1733089>
- Cheng, C., Lau, Y., Chan, L., & Luk, J. W. (2021). Prevalence of social media addiction across 32 nations: Meta-analysis with subgroup analysis of classification schemes and cultural values. *Addictive Behaviors*, 117, 106845. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.106845>
- Collantes, K. D., & Tobar-Viera, A. (2023). Adicción a redes sociales y su relación con la autoestima en estudiantes universitarios. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*, 4(1), 848-860. <https://doi.org/10.56712/latam.v4i1.300>
- Critikián, D. M., & Núñez, M. M. (2021). Redes sociales y la adicción al like de la generación Z. *Revista de comunicación y salud*, 11, 55-76. <https://doi.org/10.35669/rcys.2021.11.e281>
- Cruz, E. (2021). Relación de la autoestima y la adicción a internet en alumnos del instituto de educación superior Lilia Gutiérrez Molero. Arequipa- 2019. [Tesis de Maestría, Universidad Católica de Santa María]. <https://repositorio.ucsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12920/11017/A5.2233.MG.pdf?sequence=1&isAllowed=y>



- D'Arienzo, M. C., Boursier, V., & Griffiths, M. D. (2019). Addiction to Social Media and Attachment Styles: A Systematic Literature Review. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 17(4), 1094-1118. <https://doi.org/10.1007/s11469-019-00082-5>
- Dahlenburg, S. C., Gleaves, D. H., Hutchinson, A., & Coro, D. (2020). Body Image Disturbance and Sexual Orientation: An Updated Systematic Review and Meta-analysis. *Body Image*, 35, 126-141. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.08.009>
- Dalvi, M., Niknafs, A., Kuss, D. J., Nilashi, M., & Afrough, S. (2019). Social Media Addiction: Applying the DEMATEL approach. *Telematics and Informatics*, 43, 101250. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101250>
- De Lima, T. J. S., & De Souza, L. E. C. (2019). Rosenberg Self-Esteem Scale: Method effect and Gender invariance. *Psico-USF*, 24(3), 517-528. <https://doi.org/10.1590/1413-82712019240309>
- Dignard, N. A., & Jarry, J. L. (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>
- Dortaj, F. y Sohrabi, Z. (2020). The Effectiveness of Self-Encouragement Training Based on Adler's Theory on Psychological Capital and Academic Engagement of Students. *Allameh Tabataba'i University*, 10, (37), Pp 91-108. [https://jcps.atu.ac.ir/article\\_11500\\_e617159acd2df26ca497ad7a79f626e5.pdf](https://jcps.atu.ac.ir/article_11500_e617159acd2df26ca497ad7a79f626e5.pdf)
- Echeburúa, E. & Corral, P. (1994). Adicciones psicológicas: más allá de la metáfora. *Clínica y Salud*, 5, 251-258. <https://journals.copmadrid.org/clysa/art/07e1cd7dca89a1678042477183b7ac3f>
- Escurra Mayaute, M., & Salas Blas, E. (2014). Construcción y Validación del Cuestionario de Adicción a Redes Sociales (ARS). *Liberabit. Revista Peruana de Psicología*, 20(1),73-91. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=68631260007>

- Fonseca, C. F. M., Posso, I. M. M., Vaca, M. C. G., & Del Rosario Navas Bonilla, C. (2023). Autoestima en estudiantes universitario en la ciudad de Quito en el año 2023. *Polo del conocimiento*, 8(8), 2354-2368. <https://doi.org/10.23857/pc.v8i8.5973>
- Frankish, K. (2010). Dual-Process and Dual-System theories of reasoning. *Philosophy Compass*, 5(10), 914-926. <https://doi.org/10.1111/j.1747-9991.2010.00330.x>
- Fredrickson, B. L., & Roberts, T. A. (1997). Objectification Theory: toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly*, 21(2), 173-206. <https://doi.org/10.1111/j.1471-6402.1997.tb00108.x>
- Galende, N., Ozamiz-Etxebarria, N., Jaureguizar, J., & Redondo, I. (2020). <P>Cyber Dating Violence Prevention Programs in Universal Populations: A Systematic review</P> *Psychology Research and Behavior Management*, Volume 13, 1089-1099. <https://doi.org/10.2147/prbm.s275414>
- García, J. A., Olmos, F. C. Y., Matheu, M. L., & Carreño, T. P. (2019). Self esteem levels vs global scores on the Rosenberg self-esteem scale. *Heliyon*, 5(3), e01378. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01378>
- García, K., González, Ó. U. R., Campas, M. A. S., De Luna Velasco, L. E., & Hermsillo-De-La-Torre, A. E. (2022). Psychometric properties of the Rosenberg self-esteem scale in Mexican university students. *Acta Universitaria*, 32, 1-12. <https://doi.org/10.15174/au.2022.3441>
- Griffiths, M. D., Kuss, D. J., & Demetrovics, Z. (2014). Social networking addiction. En Elsevier eBooks (pp. 119-141). <https://doi.org/10.1016/b978-0-12-407724-9.00006-9>
- Guerra, K. y Ponce, M. (2020). Insatisfacción con la imagen corporal en jóvenes de la universidad andina del Cusco 2018. [Tesis de maestría, Universidad Andina del Cusco, Cuzco, Perú]. [https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4044/Kasandra\\_Mijael\\_Tesis\\_bachiller\\_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.uandina.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12557/4044/Kasandra_Mijael_Tesis_bachiller_2021.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

- Harris, E. A., & Griffiths, S. (2023). The differential effects of state and trait masculinity and femininity on body satisfaction among sexual minority men. *Body Image*, 45, 34-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.007>
- Huang, Q., Peng, W., & Ahn, S. (2020). When Media Become the Mirror: A Meta-analysis on Media and Body image. *Media Psychology*, 24(4), 437-489. <https://doi.org/10.1080/15213269.2020.1737545>
- Iglesias, M. L., Frade, A. T., & Velasco, C. M. R. (2022). Patologías y dependencias que provocan las redes sociales en los jóvenes nativos digitales. *Revista de comunicación y salud*, 13, 23-43. <https://doi.org/10.35669/rcys.2023.13.e301>
- James, W. (1892). *The Self. Domain Dedication.*
- Karam, J., Bouteen, C., Mahmoud, Y., Tur, J. A., & Bouzas, C. (2023a). The relationship between social media use and body image in Lebanese university students. *Nutrients*, 15(18), 3961. <https://doi.org/10.3390/nu15183961>
- Lee, K. D. M., Rodriguez, L. M., Edwards, K. M., & Neal, A. M. (2020). Emotional Dysregulation and intimate partner Violence: A dyadic perspective. *Psychology of Violence*, 10(2), 162-171. <https://doi.org/10.1037/vio0000248>
- Lee, M., & Lee, H. (2021). Social media photo activity, internalization, appearance comparison, and body satisfaction: the moderating role of photo-editing behavior. *Computers in Human Behavior*, 114, 106579. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106579>
- Lei, Z. (2021). The impact of social media use types and social media addiction on subjective well-being of college students: A Comparative analysis of addicted and non-addicted students. *Computers in Human Behavior Reports*, 4, 100122. <https://doi.org/10.1016/j.chbr.2021.100122>
- Leong, L., Hew, T., Ooi, K., Lee, V., & Hew, J. (2019). A hybrid SEM-neural network analysis of social media addiction. *Expert Systems with Applications*, 133, 296-316. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.05.024>

- Lutgendorf, M. A. (2019). Intimate partner violence and women's health. *Obstetrics & Gynecology*, 134(3), 470-480. <https://doi.org/10.1097/aog.0000000000003326>
- Ma, C. (2022). Relationships between social networking sites use and Self-Esteem: The Moderating role of gender. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(18), 11462. <https://doi.org/10.3390/ijerph191811462>
- MacLeod, C., Mathews, A., & Tata, P. (1986). Attentional bias in emotional disorders. *Journal of Abnormal Psychology*, 95(1), 15-20. <https://doi.org/10.1037/0021-843x.95.1.15>
- Marengo, D., Fabris, M. A., Longobardi, C., & Settanni, M. (2022). Smartphone and social media use contributed to individual tendencies towards social media addiction in Italian adolescents during the COVID-19 pandemic. *Addictive Behaviors*, 126, 107204. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2021.107204>
- Maurer, M. M., & Daukantaitė, D. (2020). Revisiting the Organismic Valuing Process Theory of Personal Growth: A theoretical review of Rogers and its connection to positive psychology. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01706>
- Montag, C., Lachmann, B., Herrlich, M., & Zweig, K. A. (2019). Addictive features of social Media/Messenger platforms and freemium games against the background of psychological and economic theories. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 16(14), 2612. <https://doi.org/10.3390/ijerph16142612>
- Monteiro, R. P., De Holanda Coelho, G. L., Hanel, P. H. P., De Medeiros, É. D., & Da Silva, P. D. G. (2021). The Efficient Assessment of Self-Esteem: Proposing the Brief Rosenberg Self-Esteem Scale. *Applied Research in Quality of Life*, 17(2), 931-947. <https://doi.org/10.1007/s11482-021-09936-4>
- Mruk, C. J. (2010). Self-Esteem. *The Corsini Encyclopedia of Psychology*, 1-2. <https://doi.org/10.1002/9780470479216.corpsy0837>
- Oyserman, D. y Rose, H. (1993). *The Sociocultural Self*. Psychology Press

- Park, J., & Park, E. (2019). The Rasch Analysis of Rosenberg Self-Esteem Scale in Individuals with Intellectual Disabilities. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01992>
- Phua, J., Jin, S. A., & Kim, J. (2017). Uses and gratifications of social networking sites for bridging and bonding social capital: A comparison of Facebook, Twitter, Instagram, and Snapchat. *Computers in Human Behavior*, 72, 115-122. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.02.041>
- Pillaca, J. (2021). Adicción a redes sociales y autoestima en estudiantes de una universidad privada de Lima sur. *Acta Psicológica Peruana*, 4(2), 356-378. <http://201.234.119.250/index.php/ACPP/article/view/237>
- Pullmer, R., Coelho, J. S., & Zaitsoff, S. L. (2019). Kindness begins with yourself: the role of self-compassion in adolescent body satisfaction and eating pathology. *International Journal of Eating Disorders*, 52(7), 809-816. <https://doi.org/10.1002/eat.23081>
- Ramos, C. (2020). Alcances de una investigación. *CienciAmérica*, 9(3), 1-6. <https://doi.org/10.33210/ca.v9i3.336>
- Rodgers, R. F., & DuBois, R. (2016). Cognitive Biases to Appearance-related stimuli in body dissatisfaction: A Systematic review. *Clinical Psychology Review*, 46, 1-11. <https://doi.org/10.1016/j.cpr.2016.04.006>
- Rogers, C. R. (1964). Toward a modern approach to values: the valuing process in the mature person. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 68(2), 160-167. <https://doi.org/10.1037/h0046419>
- Rosenberg, M. (1988). Self-objectification: relevance for the species and society. *Sociological Forum*, 3(4), 548-565. <https://doi.org/10.1007/bf01115414>
- Roy, I., Rivas-Ruíz, R., Pérez-Rodríguez, M., & Palacios-Cruz, L. (2019). Correlación: No toda correlación implica causalidad. *Revista alergia México*, 66(3), 354-360. <https://doi.org/10.29262/ram.v66i3.651>

- Salas, E., Ipince, C. M. V., & Manzanares, E. L. (2022). Adicción a las redes sociales y soledad en estudiantes universitarios limeños. *Informació psicològica*, 2-14. <https://doi.org/10.14635/ipsic.1926>
- Sineace (2020). Caracterización de la región Lima Metropolitana. <https://repositorio.sineace.gob.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12982/6234/Caracterizaci%C3%B3n%20Lima%20Metropolitana.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Song, T. M., & Song, J. T. (2021). Prediction of risk factors of cyberbullying-related words in Korea: Application of data mining using social big data. *Telematics and Informatics*, 58, 101524. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2020.101524>
- Soohinda, G., Mishra, D., Sampath, H., & Dutta, S. (2019a). Body dissatisfaction and its relation to Big Five personality factors and self-esteem in young adult college women in India. *Indian Journal of Psychiatry*, 61(4), 400. [https://doi.org/10.4103/psychiatry.indianjpsychiatry\\_367\\_18](https://doi.org/10.4103/psychiatry.indianjpsychiatry_367_18)
- Stausberg, M. (2021). *Surveys and Questionnaires*. Routledge.
- Stratton, S. J. (2021). Population Research: Convenience sampling strategies. *Prehospital and Disaster Medicine*, 36(4), 373-374. <https://doi.org/10.1017/s1049023x21000649>
- Suárez, Y. B., Gómez, J. A. M., Yanez, L. Y., Anacona, C. A. R., & Gaviria, A. M. (2021a). Self-esteem, body image, and dating violence in Colombian adolescents and young adults. *Journal of Interpersonal Violence*, 37, (13-14), NP11628-NP11651. <https://doi.org/10.1177/0886260521994588>
- Sun, Y., & Zhang, Y. (2021). A review of theories and models applied in studies of social media addiction and implications for future research. *Addictive Behaviors*, 114, 106699. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106699>
- Sun, Y., Liu, Y., Zhang, Z., Wu, L., Zhu, M., & Hu, F. (2020). Employees' Problematic Behavior of Using Enterprise social media: Role of Visibility Affordance and Perspective of Uses and Gratifications Theory. *International Conference on E-Commerce and Internet Technology*, 265-272. <https://doi.org/10.1109/ecit50008.2020.00068>

- Thompson, J. K. (2004). The (mis)measurement of Body Image: Ten Strategies to Improve Assessment for applied and Research Purposes. *Body Image*, 1(1), 7-14. [https://doi.org/10.1016/s1740-1445\(03\)00004-4](https://doi.org/10.1016/s1740-1445(03)00004-4)
- Turel, O., & Serenko, A. (2020). Cognitive biases and Excessive use of social media: The Facebook Implicit Associations Test (FIAT). *Addictive Behaviors*, 105, 106328. <https://doi.org/10.1016/j.addbeh.2020.106328>
- Van, W., Treem, J. W., & Ter Hoeven, C. L. (2022). A tool and a tyrant: social media and well-being in organizational contexts. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101300. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2022.101300>
- Ventura, J.; Caycho, T.; Barboza, M. Salas, G. (2018). Evidencias psicométricas de la escala de autoestima de Rosenberg en adolescentes limeños. *Revista Interamericana de Psicología/Interamerican Journal of Psychology (IJP)*, 52, (1), pp. 44-60. <https://www.journal.sipsych.org/index.php/IJP/article/view/363>
- Watson, L. B., Lewis, J. A., & Moody, A. T. (2019). A sociocultural examination of body image among Black women. *Body Image*, 31, 280-287. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.03.008>
- Wells, L. y Marwell, G. (1976). *Self-esteem: its conceptualization and measurement*. Sage Publications, Calif.
- West, R. (2001). Theories of addiction. *Addiction*, 96(1), 3-13. <https://doi.org/10.1046/j.1360-0443.2001.96131.x>
- Zahrai, K., Veer, E., Ballantine, P. W., & De Vries, H. P. (2021). Conceptualizing self-control on problematic social media use. *Australasian Marketing Journal (amj)*, 30(1), 74-89. <https://doi.org/10.1177/1839334921998866>
- Zerhouni, O., Flaudias, V., Barré, M., & Rodgers, R. F. (2022). The effects of exposure to social media images of thin and average size women on body satisfaction among young women: emotion regulation and self-efficacy as modulating factors. *Body Image*, 43, 292-300. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.09.011>
- Zhao, Q., Huang, Y., & Li, C. (2022). Does adolescents' internet addiction trigger depressive symptoms and aggressive behavior, or vice versa? *The*

moderating roles of peer relationships and gender. *Computers in Human Behavior*, 129, 107143. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107143>



## ANEXOS

### Anexo 1. Instrumentos

#### Cuestionario de Insatisfacción corporal

A continuación, se te presentarán una serie de frases que hacen referencia a determinados pensamientos, emociones o comportamientos asociados a tu figura. Señala con qué frecuencia se den en ti de acuerdo con la siguiente escala.

Nunca	Raramente	Alguna vez	A menudo	Muy a menudo	Siempre
1	2	3	4	5	6

N°	Ítems	1	2	3	4	5	6
1	¿Me siento molesta(o) al ver mi cuerpo?						
2	La preocupación por mi figura, ¿me ha hecho pensar que debería hacer ejercicio?						
3	¿Pienso que mis nalgas, caderas, cintura o muslos eran demasiado "grandes" "gordo" en relación al resto de mi cuerpo?						
4	¿Tengo miedo a engordar?						
5	¿Siento que mi musculatura no es lo suficientemente firme?						
6	La sensación de sentirme lleno (después de una comida), ¿me ha hecho fijarme en mi cuerpo?						
7	¿Me he sentido tan mal con relación a mi figura corporal que tuve que gritar o llorar?						
8	¿Evito correr por temor a que mi cuerpo pueda tambalearse?						
9	Al estar junto a una persona delgada, ¿me he sentido preocupado(a) por mi figura corporal?						
10	¿Me siento preocupada(o) por mis nalgas grandes?						
11	El hecho de comer incluso pequeñas cantidades de comida, ¿me hizo sentir gorda(o)?						
12	El hecho de ver detalladamente la figura de otras personas, ¿me hizo compararme y sentirme en desventaja por mi cuerpo?						
13	¿El hecho de pensar en mi cuerpo hace que se me sea difícil concentrarme en otras cosas?						
14	El estar desnuda(o) (por ejemplo: al darme un baño), ¿me hizo sentir gorda(o) o pasada(o) de peso?						
15	¿Evito utilizar ropas que resalten mi cuerpo?						
16	¿He pensado en operarme algunas zonas de mi cuerpo? (barriga, muslos, nariz)						
17	¿El comer pastel, dulces u otros alimentos con muchas calorías me hizo sentir gorda(o)?						
18	¿No asistí a fiestas o reuniones sociales porque me sentí mal con mi cuerpo?						
19	¿Me he sentido excesivamente gordo(a)?						
20	¿Me siento inconforme con mi cuerpo?						
21	¿La preocupación por mi cuerpo me hizo poner a dieta?						
22	¿Me siento feliz cuando no ingiero ningún tipo de alimentos?						
23	¿Pensé que el estado de mi figura corporal era en consecuencia por mi alimentación?						
24	¿Me siento preocupada(o) que otras personas vean rollos alrededor de mi cintura o estómago?						
25	¿Siento que no es justo que otras personas sean más delgadas que yo?						
26	¿He vomitado para sentirme más delgado(a)?						
27	Cuando estás con otras personas, ¿te ha preocupado ocupar demasiado espacio (por ejemplo, sentándote en un sofá o en el autobús)?						
28	¿Me siento preocupada(o) por tener celulitis?						
29	¿Me siento mal al verme en el espejo?						
30	¿Me siento preocupada(o) por saber cuánta grasa contiene mi cuerpo?						
31	¿Evito situaciones en donde otras personas puedan ver mi cuerpo? (piscinas, playas, gimnasios)						
32	¿Tomo laxantes para sentirme más delgada(o)?						
33	¿Estoy pendiente de cuántas calorías consumo al día?						

## ESCALA DE AUTOESTIMA DE ROSEMBERG

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

Fecha: \_\_\_\_\_

**Indicaciones:** Por favor, marque con una (X) la opción que considere más adecuada para usted según lo indicado en cada ítem.

ÍTEMS	Muy de acuerdo	De acuerdo	En desacuerdo	Muy en desacuerdo
1. Siento que soy una persona digna de aprecio, al menos en igual medida que los demás.				
2. Estoy convencido de que tengo cualidades buenas.				
3. Soy capaz de hacer las cosas tan bien como la mayoría de la gente.				
4. Tengo una actitud positiva hacia mí mismo/a.				
5. En general estoy satisfecho/a conmigo mismo/a.				
6. Siento que no tengo mucho de lo que estar orgulloso/a.				
7. En general, me inclino a pensar que soy un/a fracasado/a.				
8. Me gustaría valorarme y sentir más respeto por mí mismo/a.				
9. Hay veces que realmente pienso que soy un inútil.				
10. A veces creo que no soy buena persona.				

## Cuestionario de Adicción a Redes Sociales

### ARS

A continuación, se presentan 24 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

Casi siempre CS

Algunas veces AV

Raras veces RV

Nunca N

Nº	DESCRIPCIÓN	RESPUESTAS				
		S	CS	AV	RV	N
1.	Siento gran necesidad de permanecer conectado(a) a las redes sociales.					
2.	Necesito cada vez más tiempo para atender mis asuntos relacionados con las redes sociales.					
3.	El tiempo que antes destinaba para estar conectado(a) a las redes sociales ya no me satisface, necesito más.					
4.	Apenas despierto ya estoy conectándome a las redes sociales.					
5.	No sé qué hacer cuando quedo desconectado(a) de las redes sociales.					
6.	Me pongo de malhumor si no puedo conectarme a las redes sociales.					
7.	Me siento ansioso(a) cuando no puedo conectarme a las redes sociales.					
8.	Entrar y usar las redes sociales me produce alivio, me relaja.					
9.	Cuando entro a las redes sociales pierdo el sentido del tiempo.					
10.	Generalmente permanezco más tiempo en las redes sociales, del que inicialmente había destinado.					
11.	Pienso en lo que puede estar pasando en las redes sociales.					
12.	Pienso en que debo controlar mi actividad de conectarme a las redes sociales.					
13.	Puedo desconectarme de las redes sociales por varios días.					
14.	Me propongo sin éxito, controlar mis hábitos de uso prolongado e intenso de las redes sociales.					
15.	Aun cuando desarrollo otras actividades, no dejo de pensar en lo que sucede en las redes sociales.					
16.	Invierto mucho tiempo del día conectándome y desconectándome de las redes sociales.					
17.	Permanezco mucho tiempo conectado(a) a las redes sociales.					
18.	Estoy atento(a) a las alertas que me envían desde las redes sociales a mi teléfono o a la computadora.					
19.	Descuido a mis amigos o familiares por estar conectado(a) a las redes sociales.					
20.	Descuido las tareas y los estudios por estar conectado(a) a las redes sociales.					
21.	Aun cuando estoy en clase, me conecto con disimulo a las redes sociales.					
22.	Mi pareja o amigos, o familiares; me han llamado la atención por mi dedicación y el tiempo que destino a las cosas de las redes sociales.					
23.	Cuando estoy en clase sin conectar con las redes sociales, me siento aburrido(a).					
24.	Creo que es un problema la intensidad y la frecuencia con la que entro y uso la red social.					

## Ficha de tamizaje de violencia de pareja en universitarios

Edad:

Género: Masculino Femenino

Frecuentemente he experimentado conflictos graves en mi relación de pareja actual o pasada

Sí

No

He sido violentado(a) física, psicológica, sexual o económicamente por mi pareja actual o pasada.

Sí

No

Me he sentido vulnerable y en riesgo a consecuencia de mi relación actual o pasada

Sí

No

## Anexo 2. Consentimiento informado

### **Consentimiento Informado (\*)**

Título de la investigación: .....

Investigador (a) (es): .....

#### **Propósito del estudio**

Le invitamos a participar en la investigación titulada "...",  
cuyo objetivo es... Esta investigación  
es desarrollada por estudiantes (colocar: pre o posgrado) de la carrera profesional  
..... o programa ....., de la Universidad César Vallejo del  
campus ....., aprobado por la autoridad correspondiente de la  
Universidad y con el permiso de la institución

Describir el impacto del problema de la investigación.



#### **Procedimiento**

Si usted decide participar en la investigación se realizará lo siguiente (enumerar los procedimientos del estudio):

1. Se realizará una encuesta o entrevista donde se recogerán datos personales y algunas preguntas sobre la investigación titulada: ".....".
2. Esta encuesta o entrevista tendrá un tiempo aproximado de ..... minutos y se realizará en el ambiente de ..... de la institución ..... Las respuestas al cuestionario o guía de entrevista serán codificadas usando un número de identificación y, por lo tanto, serán anónimas.

### Anexo 3. Operacionalización de variables.

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Adicción a Redes Sociales	Es una inclinación excesiva hacia la utilización de plataformas en línea, la cual conlleva a un marcado menoscabo de la salud mental y demasiado tiempo invertido en las plataformas digitales (Andreassen y Pallesen, 2014).	Se medirá con la Escala de Adicción a las redes sociales (ARS) de Ecurras y Salas (2014).	Obsesión por las redes sociales	Tiempo de uso, pensamientos involuntarios, estado de ánimo, ansiedad por las redes, disposición de desconexión, descuido de relaciones.	1 al 8	Nominal
			Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Incapacidad para regular el tiempo, conciencia de frecuencia en redes, descuido de actividades.	9 al 16	
			Uso excesivo de las redes sociales	Necesidad de redes, calma en las redes, mala gestión, estar pendiente de redes.	17 al 24	

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Autoestima	Apreciación, percepción y valoración que un individuo tiene de su propia identidad, y se desglosa en dos dimensiones: autoevaluación positiva y autoevaluación negativa (Baumeister, 1993).	Se medirá con la Escala de Autoestima Rosenberg, la adaptación de Ventura et al. (2018).	Satisfacción personal	Aprecio, cualidades, capacidad actitud propia, satisfacción propia.	1 al 5.	Nominal.
			Devaluación personal	Poco orgullo, fracaso, deseo de respeto, sensación de inutilidad, bondad.	6 al 10.	
			Devaluación personal			

Variable	Definición conceptual	Definición operacional	Dimensiones	Indicadores	Ítems	Escala de Medición
Insatisfacción corporal	La insatisfacción corporal abarca la percepción subjetiva y el juicio individual en relación a la propia corporalidad, así como la valoración desfavorable que un individuo realiza sobre su apariencia física, estado de salud y bienestar vinculado a su fisonomía (James, 1892).	Se medirá con el Cuestionario de insatisfacción corporal de Baños y Marca (2020).	Insatisfacción cognitivo emocional	Pensamientos, emociones propias de insatisfacción.	1 al 11	Nominal
			Insatisfacción perceptiva	Sobrevaloración de la obesidad, una figura deforme.	12 al 22	
			Insatisfacción comportamental	Conductas de trastorno alimenticio.	23 al 33	



#### Anexo 4. Cálculo de V de Aiken

##### Cálculo de V de Aiken para validez

Tamizaje de violencia	J1	J2	J3	Media	DE	V Aiken	Interpretación de la V
Pertinencia	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 1 Relevancia	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
Claridad	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
Pertinencia	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 2 Relevancia	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
Claridad	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
Pertinencia	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
ITEM 3 Relevancia	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido
Claridad	4	4	4	4	0.00	1.00	Valido

##### Validez basada en el contenido a través de la V de Aiken

N° Items		Suma	DE	V Aiken
Item 1	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 2	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00
Item 3	Pertinencia	4	0.00	1.00
	Relevancia	4	0.00	1.00
	Claridad	4	0.00	1.00

En el análisis de la V de Aiken, se observa que hay coincidencia en los 3 evaluadores, respecto a los criterios de Pertinencia, Relevancia y Claridad, por lo cual el promedio indica un 4 sobre 4, lo que da como resultado una V de 1, lo que se considera alto para el indicativo de validez. En ese sentido, el instrumento es válido y aplicable al contexto en el que se pretende utilizar.

## Anexo 5: Normalidad y correlaciones de los datos

Variables	Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.
Autoestima	.875	256	.000
Insatisfacción corporal	.842	256	.000
Adicción a redes sociales	.923	256	.000
Obsesión por las redes sociales	.937	256	.000
Falta de control personal en el uso de las redes sociales	.955	256	.000
Uso excesivo de las redes sociales	.892	256	.000

Con una sig. de  $<.050$ , se acepta que no existe distribución normal, y los datos deben ser analizados con estadística no paramétrica.

Correlaciones	Insatisfacción corporal	Adicción a redes sociales	Obsesión por las redes sociales	Falta de control personal en el uso de las redes sociales	Uso excesivo de las redes sociales
<b>Autoestima</b>					
Coeficiente de correlación	-.652	-.614**	-.575**	-.563**	-.607**
Sig. (bilateral)	.000	.000	.000	.000	.000
N		256	256	256	256
<b>Insatisfacción corporal</b>					
Coeficiente de correlación	1.000	.666**	.625**	.635**	.652**
Sig. (bilateral)	-	.000	.000	.000	.000
N	256	256	256	256	256

Por otro lado, tanto la autoestima como la insatisfacción corporal tiene una relación con la adicción a redes sociales y sus dimensiones, con alta significancia, por lo cual se puede poner a prueba la regresión para determinar la influencia.

## Anexo 6. Cálculo muestral

### A-priori Sample Size Calculator for Structural Equation Models

This calculator will compute the sample size required for a study that uses a structural equation model (SEM), given the number of observed and latent variables in the model, the anticipated effect size, and the desired probability and statistical power levels. The calculator will return both the minimum sample size required to detect the specified effect, and the minimum sample size required given the structural complexity of the model.

Please enter the necessary parameter values, and then click 'Calculate':

Anticipated effect size:  ⓘ

Desired statistical power level:  ⓘ

Number of latent variables:  ⓘ

Number of observed variables:  ⓘ

Probability level:  ⓘ

**Calculate!**

Minimum sample size to detect effect: **1,258**

Minimum sample size for model structure: **256**

Recommended minimum sample size: **1,258**

### $\chi^2$ A-priori Sample Size for Structural Equation Models Formulas

Below you will find descriptions and details for the 3 formulas that are used to compute a-priori sample sizes for structural equation models.

#### ▶ Error function:

$$\operatorname{erf}(x) = \frac{2}{\sqrt{\pi}} \int_0^x e^{-t^2} dt.$$

#### ▶ Lower bound sample size for a structural equation model:

$$n = \max(n_1, n_2)$$

where:

$$n_1 = \left\lceil 50 \left(\frac{j}{k}\right)^2 - 450 \left(\frac{j}{k}\right) + 1100 \right\rceil$$

$$n_2 = \left\lceil \frac{1}{2H} \left( A \left( \frac{\pi}{6} - B + D \right) + H + \sqrt{\left( A \left( \frac{\pi}{6} - B + D \right) + H \right)^2 + 4AH \left( \frac{\pi}{6} + \sqrt{A} + 2B - C - 2D \right)} \right) \right\rceil$$

$$A = 1 - \rho^2$$

$$B = \rho \arcsin\left(\frac{\rho}{2}\right)$$

$$C = \rho \arcsin(\rho)$$

$$D = \frac{A}{\sqrt{3-A}}$$

$$H = \left( \frac{\delta}{z_{1-\alpha/2} - z_{1-\beta}} \right)^2$$

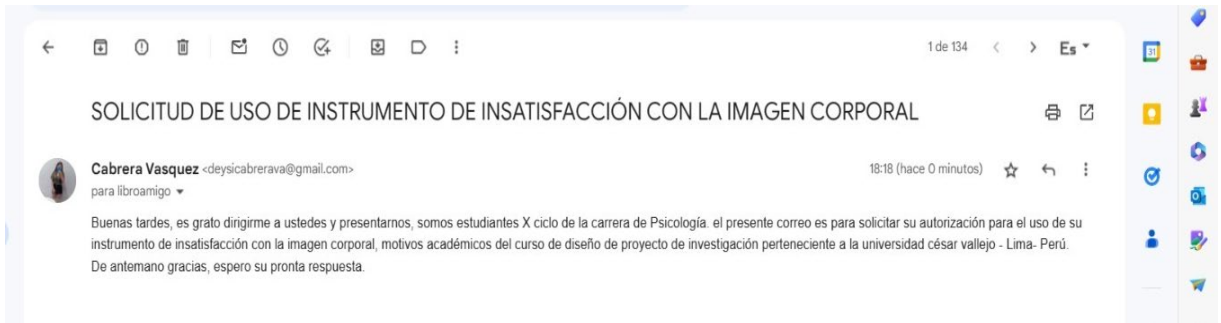
where  $j$  is the number of observed variables,  $k$  is the number of latent variables,  $\rho$  is the estimated Gini correlation for a bivariate normal random vector,  $\delta$  is the anticipated effect size,  $\alpha$  is the Sidak-corrected Type I error rate,  $\beta$  is the Type II error rate, and  $z$  is a standard normal score.

#### ▶ Normal distribution cumulative distribution function (CDF):

$$F(x; \mu, \sigma^2) = \frac{1}{2} \left[ 1 + \operatorname{erf} \left( \frac{x - \mu}{\sigma\sqrt{2}} \right) \right],$$

where  $\mu$  is the mean,  $\sigma$  is the standard deviation, and  $\operatorname{erf}$  is the error function.

## Anexos 7: Solicitudes de instrumento



## SOLICITUD DE USO DE INSTRUMENTO DE AUTOESTIMA



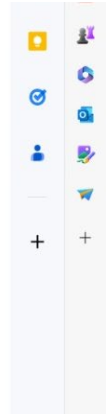
**Cabrera Vasquez** <deysicabrera@gmail.com>  
para jventuraleon

18:40 (hace 0 minutos) ☆ ↶ ⋮

Buenas tardes, es grato dirigirme a ustedes y presentarnos, somos estudiantes X ciclo de la carrera de Psicología. el presente correo es para solicitar su autorización para el uso de su instrumento de autoestima, motivos académicos del curso de diseño de proyecto de investigación perteneciente a la universidad César Vallejo - Lima- Perú.  
De antemano gracias, espero su pronta respuesta.

↶ Responder

↷ Reenviar



**Jose Luis Ventura Leon**  
para mi

sáb, 4 nov, 18:47 (hace 13 días) ☆ ↶ ⋮

Estimada Cabrera Vasquez:

La Escala de Autoestima de Rosenberg está protegida por derechos de autor, pero todos los profesionales (investigadores y profesionales) pueden utilizarla sin permiso ni coste alguno, siempre que se dé crédito a los autores de la escala y a la respectiva validación realizada en el contexto peruano.

Encontrarás la versión peruana en mi página web: <https://joseventuraleon.com/test-validados>

Algunas recomendaciones:

Si utilizas estadística tradicional para establecer correlaciones con un coeficiente tipo Pearson o Spearman, debes convertir los ítems inversos o negativos y sumar todos los ítems. Recuerda que en el estudio se eliminó un ítem.

En caso de que utilices un modelo de ecuaciones estructurales, debes asumir un modelo unidimensional con efecto de sesgo. Puedes encontrar un ejemplo de esto en la siguiente tesis: [https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654622/Adrianz%20c3%a9nR\\_K.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/654622/Adrianz%20c3%a9nR_K.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

También sugiero que revises este artículo recientemente publicado:

[https://www.researchgate.net/publication/326381072\\_EVIDENCIAS\\_PSICOMETRICAS\\_DE\\_LA\\_ESCALA\\_DE\\_AUTOESTIMA\\_DE\\_ROSENBERG\\_EN\\_ADOLESCENTES\\_LIMENOS](https://www.researchgate.net/publication/326381072_EVIDENCIAS_PSICOMETRICAS_DE_LA_ESCALA_DE_AUTOESTIMA_DE_ROSENBERG_EN_ADOLESCENTES_LIMENOS)

[https://www.researchgate.net/publication/350972042\\_Modelos\\_factoriales\\_de\\_la\\_Escala\\_de\\_Autoestima\\_de\\_Rosenberg\\_en\\_adolescentes\\_peruanos](https://www.researchgate.net/publication/350972042_Modelos_factoriales_de_la_Escala_de_Autoestima_de_Rosenberg_en_adolescentes_peruanos)

Un cordial saludo  
Dr. José L. Ventura-León  
Psicólogo

## Anexo 8: validación por juicio de expertos

### TAMIZAJE DE VIOLENCIA



#### FICHA DE TAMIZAJE: Ficha de tamizaje de violencia de pareja en universitarios

**Observaciones:** Se necesita más claridad para entender las dimensiones, es decir llenar el encabezado de preguntas.

DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>DIMENSIÓN: VIOLENCIA DE PAREJA</b>							
Frecuentemente he experimentado conflictos graves en mi relación de pareja actual o pasada.	X		X		X		
He sido violentado(a) física, psicológica, sexual o económicamente por mi pareja actual o pasada.	X		X		X		
Me he sentido vulnerable y en riesgo a consecuencia de mi relación actual o pasada.	X		X		X		

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [X]**        **Aplicable después de corregir [ ]**        **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** DELMER ROMERO PALOMINO

**DNI:** 46661189

**Especialidad del validador:** PSICÓLOGO CLÍNICO EDUCATIVO

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

21 de marzo de 2024



Firma del Experto Informante.

Especialidad

**FICHA DE TAMIZAJE: Ficha de tamizaje de violencia de pareja en universitarios**

Observaciones: Se necesita más claridad para entender las dimensiones, es decir llenar el encabezado de preguntas.

DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
<b>DIMENSIÓN: VIOLENCIA DE PAREJA</b>							
Frecuentemente he experimentado conflictos graves en mi relación de pareja actual o pasada.	✓		✓		✓		
He sido violentado(a) física, psicológica, sexual o económicamente por mi pareja actual o pasada.	✓		✓		✓		
Me he sentido vulnerable y en riesgo a consecuencia de mi relación actual o pasada.	✓		✓		✓		

Opinión de aplicabilidad:    **Aplicable** [✓]    **Aplicable después de corregir** [ ]    **No aplicable** [ ]


Apellidos y nombres del juez validador: *Dr. Ignacio Pérez Díaz* DNI: *08341128*


Especialidad del validador:

- <sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.
- <sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo
- <sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

5 de 04 del 2024




**COLEGIO DE PSICÓLOGOS DEL PERÚ**  
 Dr. IGNACIO DE LOYOLA PÉREZ DÍAZ  
 PSICÓLOGO CLÍNICO EDUCATIVO  
 C.Ps.P. N° 2633

Firma del Experto Informante.

Especialidad

**FICHA DE TAMIZAJE: Ficha de tamizaje de violencia de pareja en universitarios**

**Observaciones:** Se necesita más claridad para entender las dimensiones, es decir llenar el encabezado de preguntas.

DIMENSIONES / ITEMS	Pertinencia <sup>1</sup>		Relevancia <sup>2</sup>		Claridad <sup>3</sup>		Sugerencias
	SÍ	NO	SÍ	NO	SÍ	NO	
<b>DIMENSIÓN: VIOLENCIA DE PAREJA</b>							
Frecuentemente he experimentado conflictos graves en mi relación de pareja actual o pasada.	X		X		X		
He sido violentado(a) física, psicológica, sexual o económicamente por mi pareja actual o pasada.	X		X		X		
Me he sentido vulnerable y en riesgo a consecuencia de mi relación actual o pasada.	X		X		X		

**Opinión de aplicabilidad:**    **Aplicable [ ]**    **Aplicable después de corregir [ ]**    **No aplicable [ ]**

**Apellidos y nombres del juez validador:** Mg. Rodas Vera, Nikolai Martin

**DNI:** 42913187

**Especialidad del validador:**

<sup>1</sup>**Pertinencia:** El ítem corresponde al concepto teórico formulado.

<sup>2</sup>**Relevancia:** El ítem es apropiado para representar al componente o dimensión específica del constructo

<sup>3</sup>**Claridad:** Se entiende sin dificultad alguna el enunciado del ítem, es conciso, exacto y directo

**Nota:** Suficiencia, se dice suficiencia cuando los ítems planteados son suficientes para medir la dimensión

18 de marzo del 2024



-----  
Firma del Experto Informante.

Especialidad