



Actividades en redes sociales, insatisfacción corporal, ideales de belleza y apreciación corporal en mujeres adultas

Vanesa C. Góngora^{1 2}

¹ CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas, Argentina)

² Universidad de Palermo, Buenos Aires (Argentina)

PALABRAS CLAVE

Mediación
Moderación
Edad
Argentina

RESUMEN

El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre distintos tipos de actividades realizadas en redes sociales y la insatisfacción corporal, la internalización de los ideales de belleza y la apreciación corporal en mujeres adultas de la región metropolitana de Buenos Aires. La muestra se constituyó por 121 mujeres de 18 a 65 años ($M = 36.59$, $DE = 12.59$). Se utilizó una encuesta sobre redes sociales, el Inventario EDI-2 de Conductas Alimentarias, el Cuestionario SATAQ-3 sobre ideales de belleza y la escala BAS-2 de Apreciación Corporal. Se empleó un diseño de tipo transversal. Se calcularon correlaciones de Pearson que indicaron que una mayor frecuencia de actividades en redes sociales tenía una asociación positiva con la insatisfacción corporal y la internalización de los ideales de belleza y negativa con la apreciación corporal. Publicar actualizaciones de estado transitorias y chequear para ver que están haciendo sus contactos resultaron ser las actividades más vinculadas con aspectos negativos de la imagen corporal. Se empleó el Macro Process para efectuar análisis de mediación y moderación. Los resultados indicaron que dentro de las actividades realizadas en redes sociales, la actualización de estados transitorios no tenía un efecto directo en la insatisfacción corporal, pero había un efecto significativo indirecto a través del papel mediador de la apreciación corporal. La edad no resultó moderadora de esta mediación. La apreciación corporal mostró ser una variable protectora de la insatisfacción con la imagen corporal frente a ciertas actividades en redes sociales en mujeres adultas.

Social networking activities, body dissatisfaction, beauty ideals and body appreciation in adult women

KEYWORDS

Mediation
Moderation
Age
Argentina

ABSTRACT

The aim of this research is to analyze the relationship between different types of social networking activities and body dissatisfaction, internalization of beauty ideals and body appreciation in adult women in the metropolitan region of Buenos Aires. The sample consisted of 121 women aged 18 to 65 ($M = 36.59$, $SD = 12.59$). Participants completed a survey on social networks, the EDI-2 Eating Behavior Inventory, the SATAQ-3 Questionnaire on beauty ideals and the BAS-2 Body Appreciation scale. A cross-sectional design was used. Pearson correlations were calculated indicating that a higher frequency of social media activities was positively associated with body dissatisfaction and internalization of beauty ideals and negatively associated with body appreciation. Posting transient status updates and checking to see what their contacts are doing were found to be the activities most associated with negative aspects of body image. The Macro Process was used to carry out mediation and moderation analysis. The results indicated that within the social networking activities, transient status updates had no direct effect on body dissatisfaction but there was a significant indirect effect through the mediating role of body appreciation. Age was not a moderator of this mediation. Body appreciation was shown to be a protective variable for body dissatisfaction towards certain activities in social networks in adult women.

* *Autora de correspondencia:* Vanesa C. Góngora. Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Palermo, Mario Bravo 1259, Buenos Aires, Argentina. vgongol@palermo.edu

Cómo citar: Góngora, V. C. (2023). Actividades en redes sociales, insatisfacción corporal, ideales de belleza y apreciación corporal en mujeres adultas. *Psychology, Society & Education*, 15(2), 19-27. <https://doi.org/10.21071/psyc.v15i2.15798>

Recibido: 4 de marzo de 2023. *Primera revisión:* 4 de junio de 2023. *Aceptado:* 22 de junio de 2023.

Psychology, Society & Education se publica bajo Licencia Creative Commons ([CC BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)).

ISSN 1989-709X | © 2023. Psy, Soc & Educ.



Las redes sociales se han convertido en una parte esencial de la vida cotidiana de las personas, especialmente entre los jóvenes (Auxier y Anderson, 2021). Además, permiten a los individuos ser tanto consumidores como productores de contenidos (Holland y Tiggemann, 2016). Por ejemplo, los usuarios pueden elegir selectivamente unirse a un grupo, compartir materiales, publicar sus propias producciones y publicar actualizaciones de estado, vídeos, imágenes o tuits (Veldhuis et al., 2020).

Un aspecto relevante en el impacto de las redes sociales es en la imagen corporal. La imagen corporal consiste en los pensamientos, sentimientos y percepciones de un individuo sobre su propio cuerpo (Cash, 2004). Las teorías socioculturales (Thompson et al., 1999) han demostrado hace tiempo la influencia de los medios masivos tradicionales, como el cine o la televisión, en la internalización de los ideales de delgadez. Los medios son fuente de presión por seguir esos ideales y aumentan la comparación social, lo que resulta en la insatisfacción corporal de las personas, particularmente las mujeres. Numerosos estudios más actuales han encontrado mecanismos similares con el uso de redes sociales (Roberts et al., 2022).

Las investigaciones y revisiones sistemáticas son consistentes al indicar que una mayor participación en actividades en redes sociales tiene un efecto perjudicial para la imagen corporal y se asocia con una mayor preocupación por el cuerpo, tanto en hombres como en mujeres adolescentes y jóvenes (De Valle et al., 2021; Fardouly et al., 2018; Fioravanti et al., 2022; Rodgers et al., 2021; Rodgers y Rousseau, 2022; Saiphoo y Vahedi, 2019).

No obstante, Holland y Tiggemann (2016) aconsejaron que investigar aspectos específicos del uso de las redes sociales puede proporcionar información más útil que el análisis del uso general de las redes evaluadas, por ejemplo, en el número de horas pasadas en determinadas red. A este respecto, diferentes estudios (Modica, 2019; Rodgers y Melioli, 2016) describen cómo la búsqueda de *feedback* negativo a través de actualizaciones permanentes, las comparaciones visuales y los comentarios recibidos son fuertes predictores de problemas con la imagen corporal y desórdenes alimenticios (Holland y Tiggemann, 2016; Jarman et al., 2021b; Strubel et al., 2018).

Existen evidencias de que la edad y el género tiene un papel moderador sobre el impacto de las redes sociales en la imagen corporal, siendo las adolescentes y las mujeres jóvenes las más vulnerables a los efectos negativos (Holland y Tiggemann, 2016; Rodgers y Rousseau, 2022). Sin embargo, varias investigaciones han indicado que el efecto de las redes sociales en la imagen corporal estaría mediado por la internalización de los ideales de belleza. Sería en los casos de alta internalización o percepción de presión de esos ideales lo que llevaría a una disconformidad con la imagen corporal (Fardouly et al., 2018; Jankauskiene y Baceviciene, 2022; Jarman et al., 2021b).

Hasta el momento, la mayoría de los estudios se han centrado en la preocupación o la insatisfacción con la imagen corporal, es decir, más en sus aspectos disfuncionales, pero aún son necesarias investigaciones que incluyan la imagen corporal positiva. La imagen corporal positiva se refiere a la apreciación y aceptación de las características únicas, la belleza y la funcionalidad del propio cuerpo (Tylka y Wood-Barcalow, 2015b).

Existe evidencia que la apreciación corporal, el aspecto más evaluado de la imagen corporal positiva, funcionaría de forma protectora contra la insatisfacción corporal resultante de ver imágenes de compañeros más atractivos en las redes sociales (Veldhuis et al., 2020; Wang et al., 2020). Este efecto moderador de la apreciación corporal se verificó en adolescentes y mujeres jóvenes (Andrew et al., 2016; Duan et al., 2022; Wang et al., 2020).

Hasta la fecha, no hay estudios que hayan investigado el impacto del uso de las redes sociales en la imagen corporal y la internalización de los ideales de belleza en mujeres con un rango de edad más amplio que incluya adultas medias (30 a 65 años) (Holland y Tiggemann, 2016). Sin embargo, las mujeres de mediana edad también experimentan insatisfacción corporal y son juzgadas en relación con un ideal de belleza femenina que enfatiza tanto la juventud como la delgadez (Grippio y Hill, 2008; Quittkat et al., 2019; Wang et al., 2019).

Una limitación adicional es que la mayoría de los estudios sobre el uso de las redes sociales y la imagen corporal se han realizado en mujeres jóvenes blancas de países desarrollados, siendo necesario ampliar el conocimiento sobre esta temática en otros grupos culturales (Rodgers y Rousseau, 2022), entre ellos en Latinoamérica, donde las investigaciones son escasas. Argentina es un país latinoamericano con raíces mayoritariamente europeas, y en estudios anteriores se encontró que los adolescentes argentinos, y particularmente las mujeres, tienen una alta internalización de los ideales de delgadez y una muy baja apreciación corporal en comparación con otros adolescentes latinoamericanos, como los de México y Colombia (Góngora et al., 2020). Dadas estas características culturales particulares resulta un grupo interesante para analizar el uso de redes sociales y la imagen corporal.

El objetivo de esta investigación es analizar la relación entre las distintos tipos de actividades realizadas en redes sociales y la insatisfacción corporal, la internalización de los ideales de belleza y la apreciación corporal en mujeres adultas de la región metropolitana de Buenos Aires.

Se espera que a mayor frecuencia de actividades realizadas en redes sociales, mayor sea la insatisfacción corporal, y que esta relación esté mediada por la internalización de los ideales de belleza y la apreciación corporal. Se testeará el modelo presentado en la Figura 1. La apreciación corporal se ha encontrado en varios estudios como moderadora de las relaciones entre actividades en redes sociales y la insatisfacción corporal. Se evaluará también el rol mediador de la apreciación corporal en dicha relación. Se espera también que la edad tenga un efecto moderador en el modelo testeado, siendo que a mayor edad menor relación entre las variables.

Método

Participantes

La muestra se constituyó por 121 mujeres de 18 a 65 años residentes en la región metropolitana de Buenos Aires. La edad media fue de 36.59 años ($DE = 12.59$), el 63.6% ($n = 77$) tenía

menos de 40 años y el 36.4% ($n = 44$) más de 40 años. El 9.1% de las participantes tenía estudios primarios ($n = 11$), el 54.6% ($n = 66$) estudios secundarios, y el 36.36% ($n = 44$) estudios de nivel universitario. El IMC medio fue de 24.11 ($DE = 5.76$). En relación a la ocupación, un 23.14% ($n = 28$) trabajaba en forma independiente, un 43.80% ($n = 53$) eran empleadas, un 9.91% eran amas de casa ($n = 12$), un 0.83% estaban desempleadas ($n = 1$), un 5.79% estaban jubiladas ($n = 7$) y un 16.53% ($n = 20$) no trabajaba. En cuanto al nivel de actividad física, la mayoría (58.68%, $n = 71$) realizaba menos de 3 horas semanales, seguido por un 31.41% ($n = 38$) que practicaba de 3 a 6 horas semanales, un 8.26% ($n = 10$) entre 7 y 15 horas semanas, y un 1.65% ($n = 2$) más de 16 horas de actividad física semanal. La participación fue voluntaria y anónima. Con respecto al uso de redes sociales, un 3.3% ($n = 4$) lo hacía menos de 5 minutos, un 5% ($n = 6$) de 5 a 30 minutos, un 13.2% ($n = 16$) entre 30 minutos y 1 hora, un 14.9% ($n = 18$) entre 1 y 2 horas, 12.3% ($n = 15$) entre 2 y 3 horas, un 24.8% ($n = 30$) entre 3 y 4 horas, y un 26.5% ($n = 32$) más de 4 horas.

Instrumentos

Encuesta sobre Uso de Redes Sociales. Se diseñó una encuesta para recabar información acerca del tipo de uso que hacían las usuarias. Las preguntas indagaron sobre el tipo de redes sociales utilizadas, presentando el nombre de distintas redes sociales para que las participantes indicaran si las usaban o no y con qué frecuencia. También se evaluó la frecuencia de uso general de todas las redes sociales y el tipo de actividades que se realizaban en ellas. Se les presentó un listado de 17 actividades (ver Tabla 2) con 5 opciones de respuesta: 1 = *nunca* a 5 = *muy frecuente*. Los ítems se tomaron de las acciones usualmente vinculadas al uso activo y pasivo de internet (e.g., Gerson et al., 2017) pero sin aludir a una red social específica (Berri y Góngora, 2021; Castro Solano y Lupano Perugini, 2019).

Escala de Apreciación Corporal - 2 (BAS-2). Es una escala de 10 ítems que evalúa la apreciación corporal a través de 5 opciones de respuesta: 1 = *nunca* a 5 = *siempre* (Tylka y Wood-Barcalow, 2015a). Los estudios de validación de la escala en Argentina (Góngora et al., 2020) han demostrado una adecuada estructura factorial unidimensional, una buena validez convergente con medidas de insatisfacción corporal ($r = -.72$), búsqueda de delgadez ($r = -.49$) e internalización de ideales de belleza ($r = .32$ a $r = -.61$) así como excelentes niveles de consistencia interna ($\alpha = .96$). En esta muestra la consistencia interna fue $\alpha = .94$.

Inventario EDI-2 de Conductas Alimentarias. Este instrumento de 91 ítems (Garner, 1991) evalúa características asociadas a los trastornos de la alimentación. Posee tres subescalas específicas de los trastornos (Deseos de Adelgazar, Bulimia, Insatisfacción corporal) y las ocho restantes corresponden a rasgos asociados. Para este estudio se tomó solamente la escala de Insatisfacción Corporal. El instrumento cuenta con estudios de validación en Argentina. La escala ha demostrado evidencias de validez para discriminar entre grupos clínicos y de población general, hombres y mujeres y entre distintos grupos de edades. En los estudios de validación la consistencia interna de las esca-

las específicas fue $\alpha > .80$ (Casullo et al., 1996; Casullo et al., 2000). En la muestra de este estudio la consistencia interna fue $\alpha = .84$.

Cuestionario de Actitudes Socioculturales hacia la Apariencia (SATAQ-3). Este instrumento consta de 30 ítems que evalúan cuatro dimensiones de las influencias socioculturales sobre la imagen corporal (Thompson et al., 2004): Información, Presión, Internalización-General e Internalización-Atlética de los ideales de belleza. Los ítems se responden mediante una escala Likert de 5 opciones: de 1 = *totalmente en desacuerdo* a 5 = *totalmente de acuerdo*. Estudios de validación realizados en Argentina en mujeres argentinas con y sin trastorno alimentario han encontrado adecuados indicadores de validez de constructo, concurrente con la escala EDI-3 ($r = .20$ a $r = .50$) y consistencia interna ($\alpha = .82$ a $\alpha = .92$) (Murawski et al., 2015). Para este estudio se utilizaron las subescalas Presión, Internalización-General e Internalización-Atlética. La consistencia interna en esta muestra fue $\alpha = .85$ para Presión, $\alpha = .79$ para Internalización general y $\alpha = .73$ para Internalización-Atlética.

Procedimiento

Se utilizó un diseño no experimental de tipo transversal, correlacional en este estudio. Las pruebas se completaron en formato *online* a través de un link a un formulario en Google Forms. Alumnos de la carrera de Psicología de la Universidad de Palermo participaron en la difusión de la investigación a través de redes sociales y contacto con posibles participantes como parte de sus prácticas en investigación. Las participantes fueron informadas de los propósitos de la investigación, la confidencialidad de los datos y de su derecho a rehusarse a participar y retirarse de la investigación cuando lo desearan. Las participantes firmaron un consentimiento informado antes de completar los cuestionarios. Esta investigación cumple los estándares éticos de la American Psychological Association (2010) y las normas nacionales para investigaciones científicas y de la Universidad de Palermo. Dadas las características de la investigación, voluntaria y la participación anónima de personas adultas con consentimiento informado en estudios sin intervención, fue aprobada tácitamente por un comité de ética interno en el Departamento de Psicología, Universidad de Palermo.

Análisis de datos

El análisis de datos se realizó con el programa SPSS.24. Se analizaron los datos descriptivos, asimetría y curtosis de las medidas empleadas. Los valores de asimetría oscilaron entre $-.60$ y $.50$, en tanto que los valores de curtosis entre $-.63$ y $-.18$. Existe bastante consenso en considerar que valores entre -2 y $+2$ dan cuenta de una distribución normal de la variable (Field, 2017), por lo tanto, se infirió la normalidad de los datos.

Se realizó primero una serie de pruebas t-student para comparar las medias de las escalas utilizadas entre las participantes mayores de 40 años y las menores de 40 años. Se calculó la d de Cohen como medida de tamaño de efecto de las diferencias encontradas. Siguiendo las pautas establecidas por el autor, se

consideró un tamaño de efecto $d = .20$ como pequeño, $d = .50$ como mediano y $d = .80$ como grande (Cohen, 1992). Se calcularon correlaciones de Pearson entre tipos de uso de redes sociales y las puntuaciones del BAS-2, SATAQ-3 y la escala de insatisfacción corporal de EDI-2. Posteriormente, se empleó el Macro Process (Hayes, 2017) en SPSS-24 para efectuar un análisis de mediación (modelo 4), un análisis de moderación (modelo 1) y de mediación moderada (modelo 58) con las variables de estudio.

Un análisis de mediación supone que la relación entre una variable predictora, en este caso el tipo de actividad en redes sociales, y la variable dependiente, la insatisfacción corporal, se reduce al incluir otra variable como predictora (la apreciación corporal, la internalización de ideales de belleza y la presión de esos ideales). La mediación indicaría que la relación entre esas dos variables es “explicada” por una tercera (el mediador). La mediación se prueba evaluando el tamaño del efecto indirecto y su intervalo de confianza. Si el intervalo de confianza contiene cero, tendemos a suponer que no existe un efecto de mediación genuino. Si el intervalo de confianza no contiene cero, tendemos a concluir que se ha producido la mediación. En este estudio se utilizó un intervalo de confianza del 95% y se realizó el análisis con un *bootstrap* de 5,000 muestras para reducir sesgos (Field, 2017). Un análisis de moderación ocurre cuando la

relación entre dos variables cambia en función de una tercera variable. En este caso, la relación entre la actividad en redes sociales y la insatisfacción corporal podría modificarse en función de los valores de la apreciación corporal. La moderación se produce si hay una interacción significativa entre el predictor y el moderador (Hayes, 2017). Una mediación moderada evalúa si hay un moderador significativo en el sendero entre el predictor (actividad en redes sociales) y el mediador (apreciación corporal) o en el sendero entre el mediador y la variable de resultado (insatisfacción corporal). En este caso, el moderador evaluado fue la edad. Se considera que hay una mediación moderada si en alguno de estos dos senderos hay una interacción entre el predictor y el moderador (sendero a) o entre el mediador y el moderador (sendero b) (Hayes, 2017).

Resultados

Correlación entre actividades en redes sociales, insatisfacción corporal, internalización de los ideales de belleza y apreciación corporal

Las medias y desvíos estándares de las escalas BAS-2, Insatisfacción Corporal de la EDI-2 y subescalas del SATAQ-3 se presentan en la Tabla 1.

Tabla 1

Medias y desvíos estándares de las variables de estudio y correlaciones de Pearson entre las actividades en redes sociales, las subescalas del SATAQ-3, el BAS y la subescala de Insatisfacción Corporal de la EDI-2

Actividad	BAS	Presion	IntG	IntA	BD
Publicar actualizaciones de estado permanentes	-.28	.13	.11	-.01	.25
Publicar actualizaciones de estado transitorias (de 24h)	-.39**	.32*	.22	.29*	.45***
Hacer comentarios (sobre estados, publicaciones, fotos)	-.28	.21	.23	.18	.33*
Compartir/republicar fotos, noticias/videos	-.11	-.10	.05	-.25	.05
Chatear	-.02	-.03	.01	.06	-.07
Chequear para ver qué están haciendo mis contactos	-.13	.16	.49***	.26	.08
Crear o confirmar algún evento	-.15	-.03	.09	.04	.13
Publicar fotos	-.15	.01	.16	.05	.23
Ver fotos	-.07	.06	.21	.1	.08
Etiquetar fotos	-.26	.12	.20	-.03	.21
Publicar videos	-.39**	.08	.28	.01	.23
Etiquetar videos	-.06	.23	.32*	.11	-.08
Subir historias (Instagram)	-.15	.24	.19	.2	.21
Hacer transmisiones en vivo	-.04	-.06	-.01	-.06	-.20
Navegar pasivamente por la red –“scrollear” (sin comentar, dar “likes” o etiquetar nada)	-.16	.05	.05	.13	-.18
Navegar activamente por la red (comentando, posteando o dando “likes” a publicaciones, imágenes, etc.)	-.08	-.22	-.02	-.11	.22
Ver los perfiles de mis amigos/contactos	-.16	.04	.17	.08	.09
<i>M</i>	36.47	16.34	21.51	12.57	12.4
<i>DE</i>	9.12	7.22	7.83	5.01	6.45

Nota. IntG = Internalización-General, IntA = Internalización-Atlética; BD = Insatisfacción Corporal.

* $p \leq .05$; ** $p \leq .01$; *** $p \leq .001$.

Dada la disparidad de edades de las participantes, se evaluó primero si existían diferencias en las medias de las escalas utilizadas entre las mujeres mayores de 40 años y las menores. Se halló que no había diferencias significativas en las escalas evaluadas en Insatisfacción Corporal ($t = -0.76, p = .44, d = -.14$), la Apreciación Corporal ($t = -1.9, p = .07, d = -.36$), la Internalización de los Ideales de belleza general ($t = 1.8, p = .07, d = .34$) y atlética ($t = 1.6, p = .1, d = .3$) y la Presión ($t = 1.8, p = .07, d = .34$) percibida por los medios entre los dos grupos de edades. Tampoco se encontraron diferencias en el tiempo ($t = 0.58, p = .58, d = .11$) de uso redes sociales entre las mujeres mayores y menores de 40 años. Teniendo en cuenta el tamaño de los subgrupos y la falta de diferencia significativa en las medidas entre ellos, se analizó todo el grupo en forma conjunta.

Se realizó una correlación de Pearson entre la frecuencia con la que realizaban distintas actividades en redes sociales y la escala de Insatisfacción Corporal de la EDI-2, la escala BAS-2 y las subescalas de SATAQ-3. Los resultados se presentan en la Tabla 1. Se encontró una asociación positiva de leve a moderada entre la frecuencia con la que realizaban actividades en redes sociales y la insatisfacción corporal, así como con una mayor internalización de los ideales de belleza.

En relación a la internalización de los ideales de belleza, las asociaciones más significativas se vincularon con publicar actualizaciones de estado transitorias, chequear para ver que están

haciendo mis contactos y etiquetar videos. La insatisfacción corporal se asoció significativamente con publicar actualizaciones de estado transitorias y con hacer comentarios (sobre estados, publicaciones, fotos). Una mayor apreciación corporal se asoció con menor frecuencia de actividades en redes sociales, siendo publicar actualizaciones de estado transitorias y publicar videos las que tuvieron mayores correlaciones inversas entre las variables.

En síntesis, dentro de las actividades evaluadas, publicar actualizaciones de estado transitorias y chequear para ver que están haciendo sus contactos resultaron ser las actividades más vinculadas con aspectos negativos de la imagen corporal.

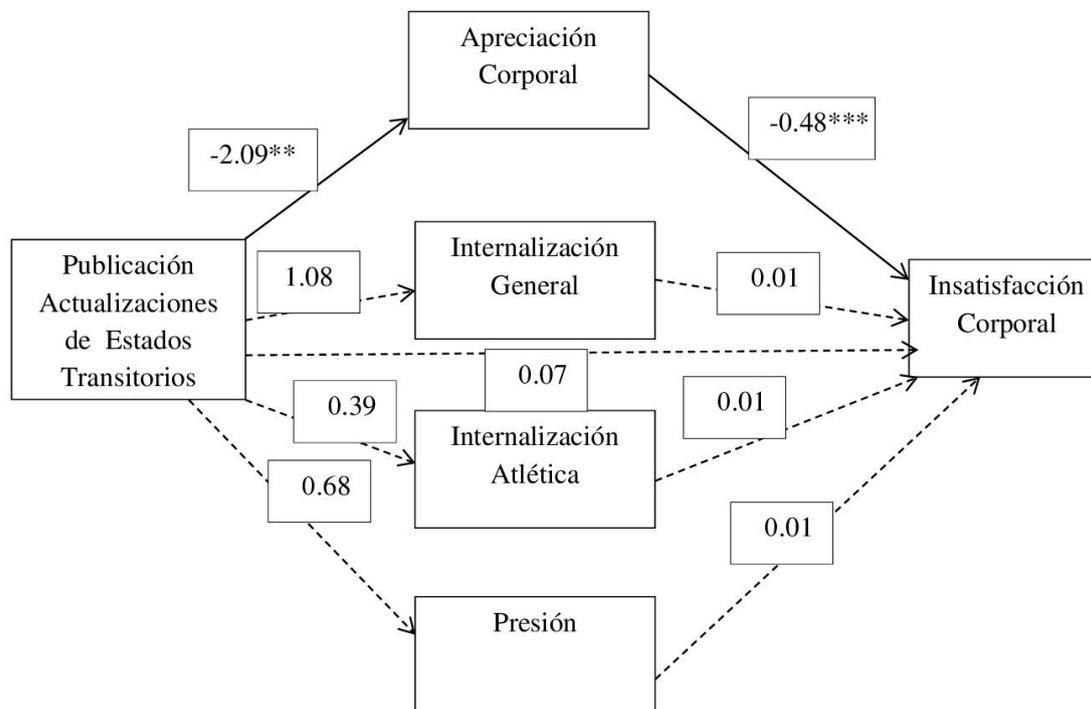
Análisis de mediación y moderación

Para comprender mejor la relación entre las actividades en redes sociales más significativas, la insatisfacción corporal, la internalización de ideales de belleza y la apreciación corporal, se realizaron una serie de análisis de mediación y moderación. Para ello se empleó el Macro Process en SPSS-24. Se seleccionó como actividad en redes sociales la actualización de estado transitoria, ya que fue la actividad con mayores asociaciones significativas con las variables de estudio.

En primer lugar, se examinó la relación entre la actualización de estado transitoria, la insatisfacción corporal, la internalización de ideales de belleza y la apreciación corporal, a través

Figura 1

Modelo de mediación de la apreciación corporal, la internalización y presión de los ideales de belleza en la relación entre la publicación de actualizaciones de estados transitorios y la insatisfacción corporal



Nota. Los valores en los senderos corresponden a los coeficientes del modelo. Las líneas puntuadas son relaciones no significativas. Las líneas completas son asociaciones significativas.

** $p \leq .01$, *** $p \leq .001$.

del modelo 4 de mediación del Process. Este modelo permite evaluar el rol mediador de diferentes variables en forma paralela. En este caso, se evaluó el rol mediador de la apreciación corporal y de la internalización de los modelos de belleza entre la actividad en redes y la insatisfacción corporal. El modelo se presenta en la Figura 1.

Los resultados indicaron que la actualización de estados transitorios no tenía un efecto directo en la insatisfacción corporal ($b = 0.07, p = .85$), sin embargo, había un efecto significativo indirecto a través de la mediación de la apreciación corporal ($b = 1.01, 95\% CI [1.18, 1.88]$). La internalización de los ideales de belleza en general ($b = -0.004, 95\% CI [-.18, .19]$), la internalización de los ideales atléticos ($b = 0.0001, 95\% CI [-.18, .18]$) y la presión percibida en relación a estos ideales ($b = -0.009, 95\% CI [-.20, .16]$) no resultaron mediadoras de la relación entre la actividad en redes y la insatisfacción corporal. La apreciación corporal mostró un efecto protector frente a la actividad en redes sociales.

Dada la evidencia previa en relación al rol moderador de la apreciación corporal entre las actividades en redes y la insatisfacción corporal, se evaluó también tal rol a través del modelo 1 del macro Process en SPSS-24. No se encontró una interacción entre la actividad en redes y la apreciación corporal en la muestra estudiada en relación a la apreciación corporal ($b = 0.01, 95\% CI [-.07, .08], t = 0.13, p = .89$). En este estudio, la apreciación corporal tiene un rol mediador, pero no moderador con respecto a la insatisfacción corporal.

En segundo lugar, dado el amplio rango de edad de las participantes, se evaluó el efecto moderador de la edad en la relación a la vinculación entre la frecuencia de actualización de estados transitorios y la apreciación corporal ($b = 0.09, 95\% CI [-.02, .21], t = 1.52, p = .21$) y entre la apreciación y la insatisfacción corporal ($b = 0.001, 95\% CI [-.006, .009], t = -0.36, p = .71$). Se utilizó el modelo 58 del Macro Process que testea una mediación moderada en el que el moderador, en este caso la edad, afectaría el sendero a y b de la mediación pero no el sendero c, con efecto directo sobre la variable dependiente. No se encontró un efecto moderador de la edad en ninguno de los dos senderos evaluados.

Discusión

Estudios previos señalaron que ciertas actividades específicas dentro de las redes sociales se vinculaban con mayor insatisfacción corporal (Holland y Tiggemann, 2016). En este estudio, la actividad más asociada a la internalización de los ideales de belleza, la apreciación corporal y la insatisfacción corporal fue publicar actualizaciones de estado transitorias. En menor medida, chequear para ver que están haciendo mis contactos se vinculó con la internalización de los ideales de belleza. Estas actividades implican no solo pasar mucho tiempo en el uso de redes sociales sino estar pendiente de la respuesta de otros a través de actualizaciones o mirando lo que hacen sus contactos, lo que favorecería la comparación social (Fardouly et al., 2015; Tiggemann et al., 2018). Se ha encontrado que la inversión en medios sociales puede tener más importancia para la imagen corporal que el tiempo dedicado a los medios (Verduyn et al., 2017).

Se confirmó también que algunas actividades se asocian a mayor insatisfacción corporal, mientras que otras se asocian a una internalización de los ideales de belleza. Si bien los usuarios pueden hacer distintas actividades en forma simultáneas, no todas se realizan con la misma intensidad. Esto genera un desafío a la hora de pensar la evaluación de las actividades en redes sociales porque, si se utiliza una puntuación general de la intensidad de uso en todas las actividades, puede proveer información más amplia del tiempo e inversión en medios sociales, pero se pierde el conocer las actividades específicas que se asocian a la insatisfacción corporal (Tylka et al., 2023).

Los primeros estudios sobre la temática han utilizado el tiempo de conexión o el uso activo-pasivo de las redes, pero se ha concluido que presenta bastantes limitaciones, siendo necesario tener información más precisa del uso en redes sociales (Holland y Tiggemann, 2016; Jarman et al., 2021b). En este caso, las dos actividades más destacadas corresponden a un uso activo (publicar estados transitorios) y otra a un uso pasivo (chequear qué están haciendo mis contactos). Tanto el uso activo como el pasivo de los medios sociales se relacionaron con una menor satisfacción corporal y apreciación con el cuerpo, así como con una mayor sobrevaloración de la forma y el peso (Jarman et al., 2021a).

El análisis de la relación de las variables mostró que la actualización de estados transitoria no tenía un efecto directo en la insatisfacción corporal, pero había un efecto significativo indirecto a través del papel mediador de la apreciación corporal. Una mayor frecuencia de actualizaciones de estado disminuiría la apreciación corporal y eso se asociaría a más insatisfacción corporal. En esta investigación, la apreciación corporal tiene un rol protector al ser mediador pero no moderador entre la actividad en redes y la insatisfacción corporal.

Resulta interesante plantearse si la apreciación corporal es un moderador, como si fuera un rasgo estable, o un mediador, que también se ve afectado por el uso de redes sociales. Si bien muchos estudios lo toman como moderador, varias investigaciones han encontrado una vinculación entre mayor actividad en redes y menor satisfacción corporal (Jarman et al., 2021b). Nuevas conceptualizaciones permiten pensar también que una variable puede ser moderadora y mediadora de forma simultánea (Karazsia y Berlin, 2018). Sería importante incluir la apreciación corporal dentro de modelos teóricos que den cuenta de la relación de las redes sociales y la imagen corporal. Aunque hay algunas investigaciones que avalan partes de los modelos teóricos existentes sobre imagen corporal (Tylka et al., 2023), es necesario profundizar y evaluar en nuevas investigaciones las relaciones asumidas entre las distintas variables.

Contrariamente a lo esperado, en el modelo testado, la internalización de los ideales de belleza (tanto generales como atléticos), así como la presión percibida por estos, no resultaron ser mediadores entre la actividad en redes y la insatisfacción corporal. Esto puede deberse al hecho de seleccionar un tipo específico de actividad, como es la actualización de estados transitoria, y que esta sea una actividad más vinculada a la apreciación corporal pero no a internalización o presión de los ideales de belleza. Podría ser que otras actividades o el conjunto

de las actividades que se realizan en redes sociales sí tengan una mayor vinculación a la internalización de los ideales de belleza, como han encontrado otros estudios (Jankauskiene y Baceviciene, 2022; Jarman et al., 2021b).

Por otro lado, la edad no resultó moderadora de la relación de las variables de esta mediación: tanto entre la actualización de estados transitoria con la apreciación corporal, como entre la apreciación corporal con la insatisfacción corporal. Esta investigación ha incluido un grupo de edad amplio de mujeres (18-65 años), rango que no ha sido evaluado en otros estudios. Los resultados indicarían que la relación entre las variables de estudio afecta por igual a todas las mujeres adultas de la muestra, no solo a las jóvenes. Investigaciones longitudinales han encontrado que la insatisfacción corporal se mantiene estable a lo largo de la vida en las mujeres (Quitkat et al., 2019; Wang et al., 2019). Sin embargo, llama la atención que la apreciación corporal suele aumentar con la edad en las mujeres (Quitkat et al., 2019), por lo que podría darse alguna moderación por edad. En un metaanálisis, De Valle et al. (2021) tampoco encontraron un efecto moderador de la edad en el impacto de las redes sociales en la imagen corporal. Sin embargo, al ser limitados los estudios con mujeres adultas medias, resulta difícil comparar resultados.

Debe tenerse en cuenta también que la muestra se conformó con una mayor proporción de mujeres jóvenes (menores de 40 años), lo que puede incidir en los resultados. Si bien todas las participantes usaban redes sociales con una frecuencia similar, el tipo de redes puede ser distinto. Mujeres más jóvenes han reportado utilizar redes más visuales como Instagram o TikTok, y ser más activas en el uso de redes (Fardouly et al., 2018; Wagner et al., 2016). Sería necesario extender los estudios con una muestra exclusiva de mujeres mayores para evaluar mejor el impacto de las actividades en redes sobre su imagen corporal o analizar los resultados por grupos de edades. Asimismo, se podría incorporar otros aspectos de la imagen corporal como la funcionalidad corporal, que también tiene mucha relación con la edad de las mujeres (Alleva y Tylka, 2021).

Otro aspecto a considerar en la relación hallada entre actividades en redes, apreciación e insatisfacción corporal no moderada por la edad, podría ser el grupo cultural. Las mujeres argentinas han evidenciado una baja apreciación corporal y alta internalización de ideales de belleza comparadas con otras mujeres latinoamericanas (Góngora et al., 2020; McArthur et al., 2005). Al ser un país de raíces principalmente europeas (Meehan y Katzman, 2001), varios estudios han señalado una mayor internalización de ideales de belleza europeos dominantes en medios de comunicación. La gran proliferación de cirugías estéticas y procedimientos cosméticos en mujeres adultas argentinas confirman el esfuerzo por alcanzar esos ideales (International Society of Aesthetic Plastic Surgery, 2022). Dadas estas características culturales, es posible que la adherencia a los ideales de belleza occidental y la presión por mantener la delgadez y la juventud se mantenga a lo largo de la vida adulta y no sea algo que afecte principalmente a las adolescentes o adultas jóvenes argentinas.

Esta investigación tiene algunas limitaciones. Si bien la muestra no es pequeña, un mayor número de participantes sería desea-

ble para tener resultados más robustos. Las participantes pertenecen mayormente a un sector social medio o medio alto, con un buen nivel educativo de la zona metropolitana de Buenos Aires, que no representa al conjunto de la población argentina, lo que podría hacer que la importancia de ideales de belleza sea mayor en este grupo social. Debe considerarse también el amplio rango de edades incluido en la muestra (18-65 años), con diferentes usos de redes sociales y relaciones con el cuerpo, por lo que un rango más restrictivo de edades hubiera sido preferible.

Por otro lado, el instrumento para evaluar usos de internet es una encuesta diseñada a tal fin, lo que es habitual para este tipo de investigaciones, pero no se trata de un cuestionario estandarizado como son los otros instrumentos utilizados. Sería importante avanzar en la estandarización de instrumentos sobre el uso de redes sociales para que las medidas sean comparables entre diferentes investigaciones. En este estudio se ha indagado sobre tipos de actividades en redes sociales sin especificar la red social. Por ejemplo, redes visuales como Instagram han demostrado más vinculación con preocupaciones corporales que otro tipo de redes (Fardouly et al., 2018; Ridgway y Clayton, 2016). Futuros estudios podrían evaluar las actividades por tipo de red e incluir exclusivamente redes sociales visuales.

Finalmente, los resultados de este estudio han destacado la apreciación corporal como protectora de la insatisfacción corporal frente a ciertas actividades en redes sociales en mujeres adultas. Numerosos estudios han destacado el rol protector y saludable de la apreciación corporal, al asociarse a una aumento del bienestar de las personas en la protección de distintos tipos de patología, incluyendo los trastornos alimentarios (Holland y Tiggemann, 2016; Jarman et al., 2021b; Wang et al., 2020). La educación sobre medios y los programas de promoción de imagen corporal positiva han demostrado ser un camino promisorio para fortalecer la apreciación corporal y disminuir los efectos negativos de las redes sociales sobre la valoración del propio cuerpo (Rodgers et al., 2021; Rodgers et al., 2022; Tylka et al., 2023). El empleo de contenido corporal positivo en redes sociales ha tenido también un apoyo incipiente como forma de atenuar la insatisfacción corporal (Paxton et al., 2022; Rodgers et al., 2022).

Esta investigación ha aportado al estudio de la insatisfacción corporal y el uso de redes sociales un grupo de edad poco investigado, como son las mujeres de mediana edad. Se trata de un grupo de edad subrepresentado en las investigaciones (Rodgers y Rousseau, 2022) y que participa cada vez más redes sociales. Al mismo tiempo, provee información sobre un grupo cultural diferente al de la mayoría de las investigaciones sobre la temática: mujeres adultas argentinas. En suma, este estudio ha intentado contribuir a la ampliación del conocimiento sobre redes sociales e imagen corporal en grupo etario y cultural diferente a los fines avanzar en el conocimiento de esta temática.

Financiación

Esta investigación ha sido financiada por CONICET (Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas).

Conflicto de interés

La autora declara no tener ningún conflicto de interés para la publicación de este artículo.

Referencias

- Alleva, J. M., y Tylka, T. L. (2021). Body functionality: A review of the literature. *Body Image*, 36, 149-171. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.006>
- Andrew, R., Tiggemann, M., y Clark, L. (2016). Predictors and health-related outcomes of positive body image in adolescent girls: A prospective study. *Developmental Psychology*, 52(3), 463-474. <https://doi.org/10.1037/dev0000095>
- Auxier, B., y Anderson, M. (2021). *Social media use in 2021*. Pew Research Center.
- Berri, P. A., y Góngora, V. C. (2021). Imagen corporal positiva y redes sociales en población adulta del área metropolitana de Buenos Aires. *Ciencias Psicológicas*, 15 (1), Artículo e-2398. <https://doi.org/10.22235/cp.v15i1.2398>
- Cash, T. F. (2004). Body image: past, present, and future. *Body Image*, 1(1), 1-5. [https://doi.org/10.1016/S1740-1445\(03\)00011-1](https://doi.org/10.1016/S1740-1445(03)00011-1)
- Castro Solano, A., y Lupano Perugini, M. L. (2019). Differential profiles of internet users, personality factors, positive traits, psychopathological symptoms and life satisfaction. *Revista Iberoamericana de Diagnóstico y Evaluación Psicológica*, 4(53), 79-90. <https://doi.org/10.21865/RIDEP53.4.06>
- Casullo, M. M., Castro Solano, A., y Góngora, V. C. (1996). El uso de la escala EDI-2 (Eating Disorders Inventory) con estudiantes secundarios argentinos. *Revista Iberoamericana de Evaluación Psicológica*, 2, 45-73.
- Casullo, M. M., Gonzalez Barron, R., y Sifre, S. (2000). Factores de riesgo asociados y comportamientos alimentarios. *Psicología Contemporánea*, 7(1), 66-73.
- Cohen, J. (1992). Statistical power analysis. *Current Directions in Psychological Science*, 1, 98-101. <https://doi.org/10.1111/1467-8721.ep10768783>
- De Valle, M. K., Gallego-García, M., Williamson, P., y Wade, T. D. (2021). Social media, body image, and the question of causation: Meta-analyses of experimental and longitudinal evidence. *Body Image*, 39, 276-292. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.10.001>
- Duan, C., Lian, S., Yu, L., Niu, G., y Sun, X. (2022). Photo activity on social networking sites and body dissatisfaction: The roles of thin-ideal internalization and body appreciation. *Behavioral Science*, 12(8), Artículo 280. <https://doi.org/10.3390/bs12080280>
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., y Halliwell, E. (2015). Social comparisons on social media: The impact of Facebook on young women's body image concerns and mood. *Body Image*, 13, 38-45. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.12.002>
- Fardouly, J., Willburger, B. K., y Vartanian, L. R. (2018). Instagram use and young women's body image concerns and self-objectification: Testing mediational pathways. *New Media & Society*, 20(4), 1380-1395. <https://doi.org/10.1177/1461444817694499>
- Field, A. (2017). *Discovering statistics using SPSS for Windows - Fifth edition*. Sage Publications Ltd.
- Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., y Casale, S. (2022). How the exposure to beauty ideals on social networking sites influences body image: A systematic review of experimental studies. *Adolescent Research Review*, 7(3), 419-458. <https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4>
- Garner, D. M. (1991). *Eating Disorder Inventory - 2*. Psychological Assessment Resources.
- Gerson, J., Plagnol, A. C., y Corr, P. J. (2017). Passive and active Facebook use measure (PAUM): Validation and relationship to the Reinforcement Sensitivity Theory. *Personality and Individual Differences*, 117, 81-90. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.paid.2017.05.034>
- Góngora, V. C., Cruz Licea, V., Mebarak Chams, M. R., y Thornborrow, T. (2020). Assessing the measurement invariance of a Latin-American Spanish translation of the Body Appreciation Scale-2 in Mexican, Argentinean, and Colombian adolescents. *Body Image*, 32, 180-189. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.01.004>
- Grippo, K. P., y Hill, M. S. (2008). Self-objectification, habitual body monitoring, and body dissatisfaction in older European American women: Exploring age and feminism as moderators. *Body Image*, 5(2), 173-182. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2007.11.003>
- Hayes, A. F. (2017). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach*. Guilford Publications.
- Holland, G., y Tiggemann, M. (2016). A systematic review of the impact of the use of social networking sites on body image and disordered eating outcomes. *Body Image*, 17, 100-110. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2016.02.008>
- Jankauskiene, R., y Baceviciene, M. (2022). Media pressures, internalization of appearance ideals and disordered eating among adolescent girls and boys: Testing the moderating role of body appreciation. *Nutrients*, 14(11), Artículo 2227. <https://doi.org/10.3390/nu14112227>
- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., y Paxton, S. J. (2021a). Motivations for social media use: Associations with social media engagement and body satisfaction and well-being among adolescents. *Journal of Youth and Adolescence*, 50(12), 2279-2293. <https://doi.org/10.1007/s10964-020-01390-z>
- Jarman, H. K., Marques, M. D., McLean, S. A., Slater, A., y Paxton, S. J. (2021b). Social media, body satisfaction and well-being among adolescents: A mediation model of appearance-ideal internalization and comparison. *Body Image*, 36, 139-148. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2020.11.005>
- Karazsia, B. T., y Berlin, K. S. (2018). Can a mediator moderate? Considering the role of time and change in the mediator-moderator distinction. *Behavior Therapy*, 49(1), 12-20. <https://doi.org/10.1016/j.beth.2017.10.001>
- McArthur, L., Holbert, D., y Pena, M. (2005). An exploration of the attitudinal and perceptual dimensions of body image among male and female adolescents from six Latin American cities. *Adolescence*, 40, 801-816.
- Meehan, O. L., y Katzman, M. A. (2001). Argentina: The social body at risk. En M. Nasser, M. A. Katzman y R. Gordon (Eds.), *Eating disorders and cultures in transition* (pp. 148-162). Routledge.
- Modica, C. (2019). Facebook, body esteem, and body surveillance in adult women: The moderating role of self-compassion and appearance-contingent self-worth. *Body Image*, 29, 17-30. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2019.02.002>
- Murawski, B., Elizathe, L., Custodio, J., y Rutzstein, G. (2015). Validación argentina del Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 6(2), 73-90. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.09.001>
- Paxton, S. J., McLean, S. A., y Rodgers, R. F. (2022). "My critical filter buffers your app filter": Social media literacy as a protective factor

- for body image. *Body Image*, 40, 158-164. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.12.009>
- Quittkat, H. L., Hartmann, A. S., Düsing, R., Buhlmann, U., y Vocks, S. (2019). Body dissatisfaction, importance of appearance, and body appreciation in men and women over the lifespan. *Frontiers in Psychiatry*, 10, Artículo 864. <https://doi.org/10.3389/fpsy.2019.00864>
- Ridgway, J. L., y Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: exploring associations of body image satisfaction, Instagram #selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(1), 2-7. <https://doi.org/10.1089/cyber.2015.0433>
- Roberts, S. R., Maheux, A. J., Hunt, R. A., Ladd, B. A., y Choukas-Bradley, S. (2022). Incorporating social media and muscular ideal internalization into the tripartite influence model of body image: Towards a modern understanding of adolescent girls' body dissatisfaction. *Body Image*, 41, 239-247. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.002>
- Rodgers, R. F., y Melioli, T. (2016). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, Part I: A review of empirical support. *Adolescent Research Review*, 1(2), 95-119. <https://doi.org/10.1007/s40894-015-0016-6>
- Rodgers, R. F., Paxton, S. J., y Wertheim, E. H. (2021). #Take idealized bodies out of the picture: A scoping review of social media content aiming to protect and promote positive body image. *Body Image*, 38, 10-36. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2021.03.009>
- Rodgers, R. F., y Rousseau, A. (2022). Social media and body image: Modulating effects of social identities and user characteristics. *Body Image*, 41, 284-291. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.02.009>
- Rodgers, R. F., Wertheim, E. H., Paxton, S. J., Tylka, T. L., y Harriger, J. A. (2022). #Bopo: Enhancing body image through body positive social media - evidence to date and research directions. *Body Image*, 41, 367-374. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.03.008>
- Saiphoo, A. N., y Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior*, 101, 259-275. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2019.07.028>
- Strubel, J., Petrie, T. A., y Pookulangara, S. (2018). "Like" me: Shopping, self-display, body image, and social networking sites. *Psychology of Popular Media Culture*, 7(3), 328-344. <https://doi.org/10.1037/ppm0000133>
- International Society of Aesthetic Plastic Surgery (2022). *ISAPS International Survey on Aesthetic/Cosmetic Procedures - 2021*. International Society of Aesthetic Plastic Surgery.
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., y Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. American Psychological Association.
- Thompson, J. K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. S., y Heinberg, L. J. (2004). The sociocultural attitudes towards appearance scale-3 (SATAQ-3): Development and validation. *International Journal of Eating Disorders*, 35(3), 293-304. <https://doi.org/10.1002/eat.10257>
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., y Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2018.07.002>
- Tylka, T. L., Rodgers, R. F., Calogero, R. M., Thompson, J. K., y Harriger, J. A. (2023). Integrating social media variables as predictors, mediators, and moderators within body image frameworks: Potential mechanisms of action to consider in future research. *Body Image*, 44, 197-221. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2023.01.004>
- Tylka, T. L., y Wood-Barcalow, N. L. (2015a). The Body Appreciation Scale-2: Item refinement and psychometric evaluation. *Body Image*, 12, 53-67. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.09.006>
- Tylka, T. L., y Wood-Barcalow, N. L. (2015b). What is and what is not positive body image? Conceptual foundations and construct definition. *Body Image*, 14, 118-129. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.04.001>
- Veldhuis, J., Alleva, J. M., Bij de Vaate, A. J., Keijer, M., y Konijn, E. A. (2020). Me, my selfie, and I: The relations between selfie behaviors, body image, self-objectification, and self-esteem in young women. *Psychology of Popular Media Culture*, 9(1), 3-13. <https://doi.org/10.1037/ppm0000206>
- Wagner, C. N., Aguirre Alfaro, E., y Bryant, E. M. (2016). The relationship between Instagram selfies and body image in young adult women. *First Monday*, 21(9). <https://doi.org/10.5210/fm.v21i9.6390>
- Wang, S. B., Haynos, A. F., Wall, M. M., Chen, C., Eisenberg, M. E., y Neumark-Sztainer, D. (2019). Fifteen-year prevalence, trajectories, and predictors of body dissatisfaction from adolescence to middle adulthood. *Clinical Psychology Science*, 7(6), 1403-1415. <https://doi.org/10.1177/2167702619859331>
- Wang, Y., Wang, X., Liu, H., Xie, X., Wang, P., y Lei, L. (2020). Selfie posting and self-esteem among young adult women: A mediation model of positive feedback and body satisfaction. *Journal of Health Psychology*, 25(2), 161-172. <https://doi.org/10.1177/1359105318787624>