

XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 2024.

Estudio observacional del uso de redes sociales y la percepción de belleza en adultos del AMBA.

Ferraro, María Sol.

Cita:

Ferraro, María Sol (2024). *Estudio observacional del uso de redes sociales y la percepción de belleza en adultos del AMBA*. XVI Congreso Internacional de Investigación y Práctica Profesional en Psicología. XXXI Jornadas de Investigación. XX Encuentro de Investigadores en Psicología del MERCOSUR. VI Encuentro de Investigación de Terapia Ocupacional. VI Encuentro de Musicoterapia. Facultad de Psicología - Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-048/855>

ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/evo3/X6h>

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

ESTUDIO OBSERVACIONAL DEL USO DE REDES SOCIALES Y LA PERCEPCIÓN DE BELLEZA EN ADULTOS DEL AMBA

Ferraro, María Sol
Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

RESUMEN

El objetivo de este estudio es analizar cómo el uso de redes sociales influye en la internalización de los ideales de belleza socialmente aceptados y la consciencia sobre los mismos en adultos del AMBA. La muestra se constituyó por 343 argentinos de 18 a 67 años ($M = 29.6$, $DE = 10.7$). Se utilizó una encuesta sobre uso de redes sociales y el Cuestionario SATAQ-3. Se empleó un diseño no experimental transversal. Se calcularon correlaciones de Spearman. Hallándose una asociación significativa entre la frecuencia de uso de redes sociales y la internalización de los ideales de delgadez y atletismo, la presión que sienten los individuos por adoptar dichos estándares, y el estima que tienen por los medios de comunicación como fuente valiosa sobre los mismos. Varias actividades se vincularon con la internalización de los ideales de belleza, como chequear para ver qué están haciendo los contactos. Se emplearon pruebas de Mann-Whitney para comparar entre géneros. Los resultados indicaron que si bien los hombres pueden internalizar el ideal de delgadez, son las mujeres quienes son más susceptibles y su uso de redes sociales se encuentra asociado a dicha vulnerabilidad. La internalización del ideal de atletismo no mostró diferencia significativa entre géneros.

Palabras clave

Redes sociales - Ideal de belleza - Género - Presión social

ABSTRACT

OBSERVATIONAL STUDY OF THE USE OF SOCIAL MEDIA AND THE PERCEPTION OF BEAUTY IN ADULTS IN THE AMBA

The aim of this study is to analyze how the use of social media influences the internalization of socially accepted ideals of beauty and the awareness of these ideals in adults from the AMBA. The sample consisted of 343 Argentines aged 18 to 67 years ($M = 29.6$, $SD = 10.7$). A survey on social media use and the SATAQ-3 questionnaire were used. A non-experimental cross-sectional design was used. Spearman correlations were calculated. A significant association was found between the frequency of social media use and the internalization of the ideals of thinness and athleticism, the pressure individuals feel to adopt these standards, and the esteem they have for the communication media as a valuable source of these ideals. Several activities were linked to the internalization of beauty ideals, such as checking to see what contacts are doing. Mann-Whitney tests were used to

compare between genders. The results indicated that while men may internalize the thin ideal, it is women who are more susceptible and their use of social media is associated with such vulnerability. The internalization of the athleticism ideal showed no significant difference between genders.

Keywords

Social media - Beauty ideal - Gender - Social pressure

BIBLIOGRAFÍA

- Góngora, V. C., Cruz Licea, V., Mebarak Chams, M. R., & 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>
- Henriques, M., & Patnaik, D. (2021). Social media and its effects on beauty. En M. P. Levine & J. S. Santos (Eds.), *Beauty - Cosmetic Science, Cultural Issues and Creative Developments*. IntechOpen.
- Kemp, S. (2024, febrero 23). *Digital 2024: Argentina*. DataReportal - Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-argentina>
- Murawski, B., Elizathe, L., Custodio, J., & Rutzstein, G. (2015). Argentine validation of the sociocultural attitudes towards appearance questionnaire-3. *Revista Mexicana de trastornos alimentarios [Mexican journal of eating disorders]*, 6(2), 73-90. <https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.09.001>
- The jamovi project (2022). *jamovi*. (Versión 2.3) [Computer Software]. Obtenido de <https://www.jamovi.org>.