

VERSIÓN EN ESPAÑOL DEL “SOCIOCULTURAL ATTITUDES TOWARDS APPEARANCE QUESTIONNAIRE- 3” MODIFICADO AL USO DE LAS REDES SOCIALES: TRADUCCIÓN Y PROPIEDADES PSICOMÉTRICAS EN UNA MUESTRA PUERTORRIQUEÑA

SPANISH VERSION OF THE SOCIOCULTURAL ATTITUDES TOWARDS APPEARANCE QUESTIONNAIRE – 3 MODIFIED FOR THE USE OF SOCIAL MEDIA: TRANSLATION AND PSYCHOMETRIC PROPERTIES IN A PUERTO RICAN SAMPLE

Recibido: 31 de octubre de 2022 | Aceptado: 15 de julio de 2023

DOI: <https://doi.org/10.55611/rep.3402.07>

Glorymar **Rosario-Vicente** ¹, Lymaries **Padilla-Cotto** ¹, José **Rodríguez-Gómez** ¹

¹. Universidad Albizu, San Juan, Puerto Rico

RESUMEN

En este estudio llevamos a cabo la traducción, adaptación y validación del “*Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3-Modified*” (SATAQ-3-M). El SATAQ-3-M es un cuestionario de autoinforme con 18 ítems que mide el impacto de las redes sociales en la interiorización de la belleza y la satisfacción corporal. El SATAQ-3-M se tradujo utilizando el método de traducción revertida y se adaptó culturalmente incluyendo un grupo de nueve jueces que consideraron las características culturales y lingüísticas puertorriqueñas; como resultado se obtuvo el Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3-Modified-Spanish (SATAQ-3-M-Spanish). La validación del SATAQ-3-M-Spanish se realizó con una muestra de 185 personas puertorriqueñas entre las edades de 21 a 60 años a través de la plataforma Survey Monkey. Realizamos un análisis de discriminación biserial, análisis factorial exploratorio con rotación oblicua (oblicua) y calculamos el alfa de Cronbach. El SATAQ-3-M-Spanish resultó siendo un cuestionario de 17 ítems, con una consistencia interna excelente ($\alpha = .96$) y dos factores que juntos explicaron el 62.67% de la varianza. El SATAQ-3-M-Spanish permite que profesionales de la salud y la investigación cuenten con un cuestionario en español y adaptado para la comunidad puertorriqueña para medir la interiorización de los ideales de belleza y satisfacción corporal a través de las redes sociales.

PALABRAS CLAVE: Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire, Redes sociales, Propiedades psicométricas, Satisfacción corporal, Imagen corporal.

ABSTRACT

In this study, we carried out the translation, adaption, and validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3-Modified (SATAQ-3-M). The SATAQ-3-M is a self-report questionnaire with 18 items that measure the impact of social media on the internalization of beauty and body satisfaction. The SATAQ-3-M was translated using the reverse translation method. We included a group of nine judges to adapt the SATAQ-3-M to Puerto Rican cultural and linguistic characteristics; as a result, the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3-Modified-Spanish (SATAQ-3-M-Spanish) was obtained. The validation of the SATAQ-3-M-Spanish was carried out with a sample of 185 Puerto Rican participants between the ages of 21 to 60 years through Survey Monkey platform. We conducted a biserial discrimination analysis, exploratory factor analysis with oblique (oblique) rotation, and Cronbach's alpha. The SATAQ-3-M-Spanish questionnaire ended as a 17 items questionnaire with excellent internal consistency ($\alpha = .96$) and two factors that explain 62.67% of the variance. The SATAQ-3-M-Spanish allows Puerto Rican health professionals and researchers to have a questionnaire in Spanish and adapted to the Puerto Rican population to measure the internalization of the ideals of beauty and body satisfaction through social media.

KEYWORDS: Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire, Social media, Psychometric properties, Body satisfaction, Body image.

Correspondencia de este artículo debe ser dirigida a Glorymar Rosario-Vicente. E-mail: grosario049@sju.albizu.edu

Los medios de comunicación tienen el poder de impactar en gran medida la interiorización de los ideales de belleza. Thompson et al. (1999) propusieron la teoría sociocultural que establece que la interiorización de los ideales de belleza está influenciada por lo que se presentaba en los medios de comunicación y la sociedad; resultando en la insatisfacción corporal si no se cumple con los ideales de belleza. Sin embargo, esta teoría no considera la influencia de los nuevos medios de comunicación, en este caso las redes sociales en los ideales de belleza (Mabe et al., 2014; Mingoia et al., 2017). Las redes sociales se caracterizan por presentar la información en un tiempo real y personalizado (Mingoia et al., 2017); permitiéndole a las personas ver, crear, editar, comentar, reaccionar, compartir inmediatamente cada momento de su día, controlar lo que otras personas ven y crear conexiones con otras personas (Choukas-Bradley et al., 2019; Fardouly et al., 2015; Mingoia et al., 2017; Santarossa & Woodruff, 2017; Thai, 2023). Como consecuencia, se pueden dar otras dinámicas de comparación que no se limitan al cuerpo (Santarossa & Woodruff, 2017). Por ejemplo, las personas pueden subir fotos donde únicamente se ve su cara; provocando que la comparación no sea sólo del cuerpo, sino de la cara, piel, pelo, entre otras características físicas (Fardouly et al., 2015). Actualmente, las redes sociales se basan más en imágenes lo que puede provocar una mayor influencia en los ideales de belleza (Santarossa & Woodruff, 2017).

Por su parte, la imagen corporal se define como "la autopercepción, pensamientos y emociones" sobre la apariencia física del cuerpo; la misma puede estar influenciada de forma negativa por los ideales de belleza presentados en las redes sociales (Jiotsa, 2021; National Eating Disorders Association, s.f.). Es decir, el querer alcanzar los ideales de belleza puede afectar la autopercepción y satisfacción corporal a nivel cognitivo-afectivo y conductual (Cruz & Maganto, 2003; Mabe et al., 2014; Mingoia et al., 2017). A nivel cognitivo-afectivo la valoración y expectativa irrealista que se tiene sobre el cuerpo puede

relacionarse con la presencia de trastornos de la conducta alimentaria, depresión, baja autoestima, problemas fisiológicos (p.ej. sistema inmune débil y pobre calidad del sueño), poca satisfacción con la vida, soledad y tristeza (Fleps, 2021; Mabe et al., 2014; Mingoia et al. 2017; National Eating Disorders Association, s.f.; Perloff, 2014; Santarossa & Woodruff, 2017). En cambio, a nivel conductual se puede observar la presencia de vómitos autoinducidos, atracones, laxantes, diuréticos, píldoras para perder peso, dietas estrictas y el uso de suplementos para aumentar la masa muscular (Castillo-Muñoz, 2014; Toro-Alfonso et al., 2012).

Sin embargo, no se puede concluir que las redes sociales tienen una influencia en la insatisfacción corporal, ya que algunas investigaciones sugieren que la insatisfacción corporal se relaciona a la forma en la que cada persona se identifica con los ideales de belleza, percibe lo que se presenta y el contenido que accede en las redes sociales (Bell, 2016; Fleps, 2021; Jiotsa et al., 2021). Mientras, otras investigaciones, han encontrado que el uso de las redes sociales y el tiempo que se está en ellas está relacionado con una mayor insatisfacción corporal (Fleps, 2021; Holland & Tiggermann, 2016; Thai et al., 2023).

Actualmente, existen instrumentos de autoinforme en español que miden la satisfacción corporal, algunos de los que se utilizan con mayor frecuencia en investigaciones con hispanos son el Cuestionario de la Forma del Cuerpo (Cooper et al., 1987), Cuestionario de Imagen Corporal (Jenaro et al., 2011) y el Test de las Siluetas (Thompson & Gray, 1995). Por otro lado, el "Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3" (SATAQ-3) desarrollado por Thompson et al. en el 2004 (Murawski et al., 2015), no mide el impacto sociocultural de los medios de comunicación en la satisfacción corporal. Tampoco el SATAQ-3 considera la influencia de los nuevos medios de comunicación en la interiorización de la belleza y la satisfacción corporal. Por esta razón, Wallis en el 2015 desarrolló el

Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3-Modified (SATAQ-3-M), una versión del SATAQ-3 modificada a la influencia sociocultural de las redes sociales en la satisfacción corporal y la interiorización de los ideales de belleza. Wallis seleccionó 18 ítems del SATAQ-3 y los modificó reemplazando la palabra “media” por “social media”.

Actualmente el 81.6% de las personas puertorriqueñas utilizan diariamente redes sociales (Alvino Thomas, 2021) como: Facebook (63%), WhatsApp (59%), YouTube (51%) e Instagram (51%; Pedreira, 2021). Considerando el alto porcentaje de usuarios y usuarias y cómo la interacción constante con las redes sociales se ha relacionado con un impacto en la percepción corporal (National Eating Disorders Association, 2012); es pertinente la traducción al español del SATAQ-3-M. La traducción del cuestionario tiene como utilidad proveer una medida adicional para que profesionales de la salud mental puedan auscultar la influencia de las redes sociales en la interiorización de la belleza y la satisfacción corporal de las personas (p.ej. personas en la profesión de modelaje, personas populares en las redes sociales, las personas que frecuentan las redes sociales, entre otros). Además, la validación del SATAQ-3-M en español permitirá conocer el comportamiento y consistencia interna de los ítems en una muestra de personas puertorriqueñas. Finalmente, permitirá comparar la distribución factorial del SATAQ-3-M en español con la del SATAQ-3 (Thompson et al., 2004) a través de un análisis factorial exploratorio, lo cual no fue explorado en el estudio realizado por Wallis (2015).

MÉTODO

Participantes

La muestra final para este estudio, siguiendo los criterios de inclusión, fue de 185 personas puertorriqueñas entre las edades de 21 a 60 años con acceso al internet. Las personas participantes fueron reclutadas con el método de muestro intencional ya que la investigación fue promocionada a través de diferentes

plataformas electrónicas (p.ej. Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter) con un mensaje que incluía el propósito de la investigación y el enlace a la plataforma Survey Monkey y solicitud a que compartieran la promoción con sus seguidores. Entre los criterios de inclusión se encontraron; residir en Puerto Rico, ser persona puertorriqueña, entre las edades de 21 a 60 años y tener acceso a Internet. Las personas participantes debían autorizar su participación a través de la hoja de consentimiento informado y completar los datos sociodemográficos y el Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3-Modified-Spanish (SATAQ-3-M-Spanish) en su totalidad. No hubo respuesta forzada en completar los cuestionarios. No hubo compensación monetaria por participar en el estudio.

Instrumentos

En la hoja de datos sociodemográficos se recopiló información sobre la edad, sexo, género, orientación sexual, pueblo de residencia, grado académico, ingreso anual, estado civil, religión, proceso de menopausia o andropausia, peso, altura y satisfacción corporal del 1 al 10.

SATAQ-3-M- Spanish. El SATAQ-3-M es un cuestionario de autoinforme en inglés conformado por 18 ítems; dirigido a medir la influencia sociocultural de las redes sociales en la satisfacción corporal (Wallis, 2015). La autora retuvo los ítems del SATAQ-3 (Thompson et al., 2004) que fueran relevantes para el estudio y que no se repitieran luego de sustituir “media” por “social media” (Wallis, 2015). El SATAQ-3-M presentó una consistencia interna excelentes con un alfa de Cronbach de .96 (Wallis, 2015). El SATAQ-3 es un cuestionario de autoinforme que mide la influencia de los medios de comunicación (p.ej. revistas, televisión, películas, videos musicales y las personas famosas) y la sociedad en la interiorización de la belleza y la satisfacción corporal (Murawski et al., 2015; Thompson et al., 2004). El mismo está compuesto de 30 ítems que se organizan en cuatro subescalas: información, presión, interiorización-general e interiorización-atlético.

Procedimiento

Se obtuvo la autorización de Kevin Thompson, Ph.D. y Julia Wallis, M.S. para utilizar el instrumento SATAQ-3-M en esta investigación. El SATAQ-3-M se tradujo utilizando el método de traducción revertida (Harkness & Schoua-Glusberg, 1998). Para este procedimiento, contratamos a dos traductoras independientes. Además, incluimos un grupo de nueve jueces y juezas para determinar la equivalencia entre el SATAQ-3-M y el SATAQ-3-M-Spanish y adaptar los ítems a las características culturales y lingüísticas de las personas puertorriqueñas.

Luego obtuvimos la aprobación del Comité para la Ética en la Investigación de la Universidad Albizu, Recinto de San Juan (# protocolo: Summer 19-21) y construimos la base de datos en la plataforma Survey Monkey con la versión final en español del SATAQ-3-M-Spanish. El reclutamiento de las personas participantes fue a través de diferentes plataformas electrónicas con un mensaje que incluía el propósito de la investigación, información de contacto de la investigadora principal y el enlace a la plataforma Survey Monkey. En esta investigación se siguieron los estándares éticos de la investigación ofreciendo un consentimiento informado previo a su participación.

Análisis de Datos

Para la creación de la base de datos y análisis estadísticos, utilizamos el programa estadístico IBM SPSS versión 26.0. Previo al análisis de los datos, se eliminaron 25 casos que no completaron el SATAQ-3-Spanish en su totalidad o no cumplieron con los criterios de inclusión. Luego de realizar la limpieza de los datos, realizamos un análisis de discriminación para modificar o retener los ítems con un índice de discriminación mayor o igual a .30, según propuesto por Ebel y Frisbie (1991).

Para el análisis factorial exploratorio (AEF) utilizamos la prueba Kaiser-Meyer-Olkin para evaluar la adecuación de la muestra para realizar el AFE. Luego, realizamos el análisis

factorial exploratorio de eje principal con rotación oblimin (oblicua), según realizado por Thompson et al. (2004, según citado en Warren, Gleaves, & Rakhkivskaya, 2013). La estructura factorial del SATAQ-3-M-Spanish se exploró a través de un AFE, en donde evaluamos los "eigenvalues", la carga factorial de los ítems y relación de los factores. Primero, se retuvieron aquellos factores que cumplieran con un "eigenvalue" mayor o igual a 1.0 (Field, 2013). Segundo, se conservaron los ítems con una carga factorial mayor o igual a .30 (Field, 2013). Tercero, para conocer la relación de los factores realizamos una rotación oblimin (oblicua), ya que al igual que en el SATAQ-3 (Thompson et al., 2004), se espera que los factores se relacionen teórica y empíricamente (Murawski et al., 2015). Finalmente, calculamos la consistencia interna del cuestionario y los factores usando el estadístico alfa de Cronbach.

RESULTADOS

Proceso de Adaptación

El proceso de traducción y adaptación cultural consistió en cuatro pasos. En el primer paso, la primera traductora fue contratada a través de servicios profesionales y recibió una remuneración económica por los servicios ofrecidos. El objetivo de este paso fue prestar atención a la equivalencia de la traducción literal, por lo tanto, no se le prestó atención a las expresiones coloquiales y naturales de las personas puertorriqueñas. En el segundo paso, el comité de jueces y juezas realizó comentarios o sugerencias en varios reactivos con el fin de que se consideraran las características culturales y lingüísticas puertorriqueñas y la equivalencia conceptual con la versión original. Algunas de las sugerencias ofrecidas por el comité fueron: (1) no traducir el reactivo literalmente del inglés al español, ya que impactaba su equivalencia; (2) reorganizar el orden de las palabras en el reactivo y (3) eliminar o sustituir conceptos (p.ej. medios sociales por redes sociales). Luego, en el tercer paso la segunda traductora fue contratada a través de servicios profesionales y recibió una remuneración

económica por los servicios ofrecidos. El objetivo de este paso fue traducir la versión en español del SATAQ-3-M-Spanish al inglés. Finalmente, en el paso número cuatro la investigadora principal junto con la Dra. Lymaries Padilla-Cotto, analizaron la equivalencia de las dos versiones en inglés. Se concluyó que, a pesar de las diferencias identificadas entre las dos versiones en inglés, el contenido es equivalente.

Datos Demográficos y Satisfacción Corporal

Por otro lado, las características sociodemográficas de las personas participantes en la fase de validación se observan en la Tabla 1. La muestra estuvo compuesta por 148

mujeres (80%) y 37 hombres (20%) y la edad media fue 31.85 años. El 83.2% de las personas participantes tenían un grado académico universitario (40.5 % bachillerato, 28.6% maestría, 7.6% doctorado y 6.5% grado asociado), mientras un 10.3% poseían un diploma de escuela superior, el 6% otro grado académico y el .5% omitió la pregunta. Utilizamos una escala Likert para medir la satisfacción corporal de las personas participantes al compararse con otras personas en sus redes sociales en donde una puntuación del 1-3 representaba insatisfecho/a, 4-7 ni muy satisfecho/a ni insatisfecho/a y 8-10 satisfecho/a. Las personas participantes se presentaron como ni muy satisfechos ni insatisfechos con su cuerpo ($M = 6.7$).

TABLA 1.
Características de la Muestra.

Características N (%)	Hombres 37 (20)	Mujeres 148 (80)	Total 185 (100)
Edad, <i>M</i> (SD)	32.2 (9.1)	31.8 (10.1)	31.8 (9.9)
Puertorriqueño(a), <i>N</i> (%)	37 (100)	148 (100)	185 (100)
Viven en Puerto Rico	33 (89.2)	136 (91.8)	169 (91.6)
No viven en Puerto Rico	2 (5.4)	4 (2.8)	6 (3)
Género, <i>N</i> (%)	37 (100)	148 (100)	185 (100)
Femenino	0 (0)	148 (100)	148 (80.0)
Masculino	36 (97.3)	-	36 (19.5)
Transgénero	1 (2.7)	-	1 (0.5)
Orientación Sexual, <i>N</i> (%)	37 (100)	146 (98.6)	183 (98.9)
Heterosexual	29 (78.4)	134 (90.6)	163 (88.1)
Homosexual	7 (18.9)	5 (3.4)	12 (6.5)
Bisexual	1 (2.7)	6 (4.1)	7 (3.8)
Indeciso(a)	0 (0)	1 (0.7)	1 (.5)
Grado Académico, <i>N</i> (%)	37 (100)	147 (99.4)	184 (99.5)
Diploma Escuela Superior (Diploma de Secundaria)	5 (13.5)	14 (9.5)	19 (10.3)
Grado Asociado (Certificado de 2 años)	4 (10.8)	8 (5.4)	12 (6.5)
Bachillerato	11 (29.7)	64 (43.2)	74 (40.5)
Maestría	10 (27.0)	43 (29.1)	53 (28.6)
Doctorado	4 (10.8)	10 (6.8)	14 (7.6)
Otro	3 (8.1)	8 (5.4)	11 (5.9)
Ingreso Anual, <i>N</i> (%)	37 (100)	147 (99.4)	184 (99.5)
Menos de \$9,999	8 (21.6)	50 (33.8)	58 (31.4)
De \$10,000 a \$19,999	10 (27.0)	28 (18.9)	38 (20.5)
De \$20,000 a \$29,999	9 (24.3)	29 (19.6)	38 (20.5)
De \$30,000 a \$39,999	4 (10.8)	17 (11.5)	21 (11.4)
De \$40,000 a \$49,999	2 (5.4)	6 (4.1)	8 (4.3)
De \$50,000 o más	2 (5.4)	10 (6.8)	12 (6.5)
Otro	2 (5.4)	7 (4.7)	9 (4.9)
Estado Civil, <i>N</i> (%)	37 (100)	148 (100)	185 (100)
Soltero/a	23 (62.2)	55 (37.2)	78 (42.2)

Características N (%)	Hombres 37 (20)	Mujeres 148 (80)	Total 185 (100)
Casado/a	6 (16.2)	32 (21.6)	38 (20.5)
Convivo con mi pareja	2 (5.4)	28 (18.9)	30 (16.2)
Tengo pareja, pero no vivió con él o ella	6 (16.2)	24 (16.2)	30 (16.2)
Divorciado/a	0 (0)	8 (5.4)	8 (4.3)
Otro	0 (0)	1 (.7)	1 (.5)
Religión, N (%)			
Sí	21 (56.8)	103 (69.6)	124 (67.0)
NO, agnóstico o ateo	10 (27.0)	23 (25.5)	33 (17.8)
Católica	12 (32.4)	72 (48.6)	84 (45.4)
Protestante	1 (2.7)	3 (2.0)	4 (2.2)
Evangélico	4 (10.8)	20 (13.5)	24 (13.0)
Santería	1 (2.7)	1 (.7)	2 (1.1)
Adventista	1 (2.7)	3 (2.0)	4 (2.2)
Agnóstico	6 (16.2)	19 (12.8)	25 (13.5)
Ateo	4 (10.8)	4 (2.7)	8 (4.3)
Otro	2 (5.4)	4 (2.7)	6 (3.2)
Andropausia, N (%)	35 (94.6)	-	35 (18.9)
Sí	1 (2.7)	-	1 (.5)
No	34 (91.9)	-	34 (18.4)
Menopausia, N (%)	-	147 (99.3)	147 (80.9)
Sí	-	15 (10.1)	15 (10.1)
No	-	132 (89.2)	132 (70.8)
Satisfacción Corporal	7.3 (1.9)	6.6 (2.3)	6.7 (2.2)
Peso (lbs.)	191.4 (55.7)	155.1 (39.1)	162.2 (45.1)

Nota. La categoría "otro" representa una información diferente a las opciones ofrecidas. Esta puede representar una mayor o menor cantidad de ingreso anual o un estado civil, académico o religioso diferente.

Índice de Discriminación

Realizamos un índice de discriminación con el propósito de conocer si los ítems del SATAQ-3-M-Spanish miden adecuadamente la influencia sociocultural de las redes sociales en la interiorización de los ideales de belleza y la satisfacción corporal. Aquellos ítems con un índice de discriminación mayor a .30 fueron retenidos, mientras que aquellos con un índice de discriminación menor a .30 fueron eliminados. El ítem número uno "Las redes sociales son una fuente de información importante sobre la moda y el ser atractivo" presentó un índice de discriminación igual a .272, lo que sugiere una discriminación muy baja por lo que fue eliminado. Una vez eliminado el ítem número uno, se realizó nuevamente el análisis de discriminación biserial y se obtuvo que el ítem número dos "He sentido la presión a través de las redes sociales para perder peso" presentó índice de discriminación igual a .665 y el catorce "Las imágenes en las redes sociales son fuente de información importante sobre la moda y cómo ser atractivo/a" un índice de discriminación

igual a .487, lo que sugiere una discriminación alta. Mientras, el resto de los ítems presentaron un índice de discriminación mayor a .711 que sugiere una discriminación muy alta. Se concluye que el SATAQ-3-M-Spanish es un cuestionario de 17 ítems, ya que el ítem número uno no discriminó adecuadamente (Ver Tabla 2).

Análisis Factorial Exploratorio

El análisis de adecuación de la muestra de Kaiser-Meyer-Olkin resultó excelente ($KMO = .956$), lo que permite continuar el AFE. Realizamos un AFE de eje principal con rotación oblimin (oblicua), y con una estructura factorial del SATAQ-3-Spanish con 17 ítems es de dos factores. Los dos factores fueron nombrados interiorización-general y presión. El factor de interiorización-general presentó una organización de 13 ítems con una varianza explicada de 62.67% y el factor de presión presentó una organización de 5 ítems con una varianza explicada de 6.21% para un total en conjunto de 68.88% de varianza explicada.

Al analizar los reactivos y compararlos con el SATAQ-3; la mayoría (13 ítems) se organizaron de forma similar con la excepción de cuatro ítems. El ítem número nueve “He sentido la presión a través de las redes sociales para tener un cuerpo perfecto”, originalmente pertenecía al factor de presión en el SATAQ-3, sin embargo, este se organizó con el factor de interiorización-general; lo que puede sugerir que las personas participantes han interiorizado la presión de tener un cuerpo perfecto. A su vez, el ítem número 14 “Las imágenes en las redes sociales son fuente de información importante sobre la moda y cómo ser atractivo/a” era parte del factor de información, sin embargo, en la organización del SATAQ-3-Spanish se ubicó en interiorización-general, lo que sugiere que la muestra ha interiorizado que

las redes sociales presentan información sobre la moda y ser atractivo/a. Por otro lado, el ítem número 13 “Comparo mi cuerpo con el de las personas que están en “buena forma” en las redes sociales” pertenecía originalmente al factor de interiorización-atlética en el SATAQ-3, sin embargo, se ubicó en el factor de interiorización-general; esto debido a que Wallis (2015) no consideró la subescala de interiorización-atlética al construir el SATAQ-3-M con excepción de este ítem. Finalmente, el ítem 17 “Comparo mi cuerpo con el de otras personas que están delgadas en las redes sociales” no es parte del SATAQ-3, no obstante, se ubicó en el factor de interiorización-general, ya que represente la interiorización de lo que es estar delgado. Detalles son presentados en la Tabla 2.

TABLA 2.

Discriminación Biserial, AFE y Consistencia Interna del SATAQ-3-M-Spanish.

No. de ítem	Factor 1	Factor 2	Eigenvalues	% de varianza	D	α
SATAQ-3-M-Spanish						.96
Internalización-General						.95
3	.941				.711	
4	.776				.781	
6	.923				.755	
7	.897				.820	
9	.559				.833	
10	.938				.816	
11	.667				.798	
13	.669				.849	
14	.412				.487	
16	.660				.767	
17	.653				.777	
18	.675				.786	
Presión						.91
2		.918	1.06	6.21%	.665	
5		.518			.749	
8		.833			.785	
12		.797			.764	
15		.553			.740	
% varianza total				68.88%		

Nota. D= discriminación biserial. α =Alfa de Cronbach

Consistencia Interna

Se calculó la consistencia interna de los 17 ítems y dos factores del SATAQ-3-M-Spanish con el alfa de Cronbach. Se obtuvo un alfa de Cronbach de .96 en la escala total, lo que

significa que el SATAQ-3-M-Spanish tiene una consistencia interna excelente. De igual forma en los factores se obtuvo una consistencia interna excelente (Interiorización-General α =.95 y Presión α =.91).

DISCUSIÓN

El objetivo de este estudio fue traducir, adaptar y validar la versión en español del SATAQ-3-M en una muestra de personas puertorriqueñas entre las edades de 21 a 60 años. La traducción y adaptación del SATAQ-3-M al español permite que las personas profesionales de la salud puedan auscultar el impacto de las redes sociales en la interiorización de la belleza y la satisfacción corporal a través de un cuestionario que considera las características culturales y lingüísticas de las personas puertorriqueñas. A su vez, este estudio incluyó un análisis factorial exploratorio de eje principal con rotación oblicua (oblicua) con la finalidad de conocer la estructura factorial del SATAQ-3-M-Spanish y compararla con la versión original de Thompson et al. en el 2004 (SATAQ-3). Por otro lado, la validación del SATAQ-3-M-Spanish permitió conocer sus propiedades psicométricas en una muestra de personas puertorriqueñas.

Por otro lado, al explorarse el índice de discriminación de los ítems encontramos que el ítem número uno "Las redes sociales son una fuente de información importante sobre la moda y el ser atractivo/a" discriminó muy bajo, por lo que fue eliminado. Es por esta razón, que el SATAQ-3-M-Spanish terminó siendo un cuestionario de 17 ítems con dos factores, una discriminación entre alta y muy alta ($>.49$) y una consistencia interna excelente ($\alpha=.96$) cónsona con la obtenida por Wallis (2015) en el SATAQ-3-M. El primer factor nombrado interiorización-general, presentó una organización factorial de 12 ítems con una consistencia interna excelente ($\alpha=.95$). Mientras, el segundo factor nombrado presión, presentó una organización de 5 ítems con una consistencia interna excelente ($\alpha=.91$).

Por su parte, al igual que en el estudio de Murawski et al. (2015) podemos identificar como una limitación de este estudio el haber utilizado una muestra no probabilística que limita la generalización de los resultados en la población puertorriqueña. A pesar de que la escala está dirigida a usuarios de redes

sociales, los cuales necesitan acceso a Internet y uso y dominio de aparatos electrónicos, se puede considerar como una limitación el no haber podido alcanzar a otras personas participantes que no tenían acceso al momento a estos medios. Por esta razón, es necesario que se continúe haciendo investigaciones sobre las propiedades psicométricas del SATAQ-3-M-Spanish en una muestra generalizable. Otra limitación que se puede considerar en este estudio son las características de la muestra; siendo necesario investigar el comportamiento del SATAQ-3-M-Spanish en una muestra más grande de hombres y profundizar en el impacto de las redes sociales en la satisfacción corporal considerando características como la edad, estado civil, género, religión, entre otras. Finalmente, sería pertinente un análisis confirmatorio que permita tener un análisis más robusto del ajuste de los dos factores con la versión original de Thompson et al. (2005; SATAQ-3).

Conclusión

Contar con la traducción y propiedades psicométricas del SATAQ-3-M-Spanish permite que el personal de profesionales de la salud e investigadores puertorriqueños cuenten con una medida confiable y que considera las características culturales de la población puertorriqueña para medir la interiorización de los ideales de belleza y satisfacción corporal a través de las redes sociales.

Estándares Éticos de Investigación

Financiamiento: El trabajo no fue financiado.

Conflicto de intereses: Las personas autoras expresan que no hubo conflictos de intereses al redactar el manuscrito.

Aprobación de la Junta Institucional Para la Protección de Seres Humanos en la Investigación: Se gestionó la aprobación y autorización del Comité para la Ética en la Investigación de la Universidad Albizu, Recinto de San Juan en Puerto Rico (# protocolo: Summer 19-21).

Consentimiento informado: Las personas completaron el consentimiento informado en línea previo a su participación.

REFERENCIAS

- Alvino Thomas, C. (2021, 11 mayo). *Estadísticas de la situación digital de Puerto Rico en el 2020-2021*. Branch. <https://branch.com.co/marketing-digital/estadisticas-de-la-situacion-digital-de-puerto-rico-en-el-2020-2021/#:~:text=El%20estado%20del%20uso%20de,representa%2099.3%25%20de%20los%20usuarios>.
- Bell, K. (2016). *Social media and female body image* [BSU Honor Program Thesis, Bridgewater State University]. Virtual Commons-Bridgewater State University. https://vc.bridgew.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1137&context=honors_proj
- Castillo-Muñoz, J. (2014). Metáforas del cuerpo en jóvenes puertorriqueños/as. *Revista Psicología*, 33(2), 159-179.
- Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Higgins, M. K. (2019). Camera-ready: Young women's appearance-related social media consciousness. *Psychology of Popular Media Culture*, 8(4), 473-481. <https://doi.org/10.1037/ppm0000196>
- Cooper, P. J., Taylor, M. J., Cooper, Z., & Fairburn, C. G. (1987). The development and validation of the Body Shape Questionnaire. *International Journal of Eating Disorders*, 6(4), 485-494. [https://doi.org/10.1002/1098-108X\(198707\)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O](https://doi.org/10.1002/1098-108X(198707)6:4<485::AID-EAT2260060405>3.0.CO;2-O)
- Cruz, S., & Maganto, C. (2003). El test de las siluetas: Un estudio exploratorio de la distorsión e insatisfacción corporal con la imagen corporal en adolescentes. *Revista de Investigación en Psicología*, 8(1), 79-99.
- Ebel, R., & Frisbie, D. (1991). Evaluating test and item characteristics. In R. L. Ebel & D. A. Frisbie (Eds.), *Essentials of educational measurement* (5th ed., p. 232). Prentice-Hall, Inc.
- Fardouly, J., Diedrichs, P. C., Vartanian, L. R., & 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>
- Field, A. (2013). Exploratory factor analysis. In M. Carmichael (Ed.), *Discovering statistics using IBM SPSS Statistics* (4th ed, pp. 778-834). Sage Publications.
- Fleps, B. (2021). Social media effects on body image and eating disorders. *News: Illinois State University*. <https://news.illinoisstate.edu/2021/04/social-media-effects-on-body-image-and-eating-disorders/>
- Harkness, J., & Schoua-Glusberg, A. (1998). Questionnaires in translation. In J. Harkness (Ed.), *Cross-cultural Survey Equivalence* (pp. 87-126). Zuma-Nachrichten Spezial. <https://nbnresolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-49733-1>
- Holland, G., & Tiggermann, 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>
- Jenaro, C., Flores, N., Bermejo, B. G., & Cruz, M. (2011). Cuestionario de imagen corporal para la detección temprana de trastornos de la conducta alimentaria. *Acción Psicológica*, 8(1), 7-20. <http://dx.doi.org/10.5944/ap.8.1.193>
- Jiotsa, B., Naccache, B., Duval, M., Rocher, B., & Grall-Bronnec, M. (2021). Social media use and body image disorders: Association between frequency of comparing one's own physical appearance to that of people being followed on social media and body dissatisfaction and drive for thinness. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(6), 2880. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Mabe, A. G., Forney, K. J., & Keel, P. K. (2014). Do you "like" my photo? Facebook use maintains eating disorder

- risk. *International Journal of Eating Disorders*, 47(5), 516-523.
<https://doi.org/10.1002/eat.22254>
- Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Wilson, C., & Gleaves, D. H. (2017). The relationship between social networking site use and the internalization of a thin ideal in females: A meta-analytic review. *Frontiers in Psychology*, 8, 1-10.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.01351>
- Murawski, B., Elizathe, L., Custodio, J., & Rutzstein, G. (2015). Argentine validation of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3. *Revista Mexicana de Trastornos Alimentarios*, 6, 73-90.
<https://doi.org/10.1016/j.rmta.2015.09.001>
- National Eating Disorders Association. (s.f.) *Body image & eating disorders*.
<https://www.nationaleatingdisorders.org/body-image-eating-disorders>
- National Eating Disorders Association. (2012). *How does social media affect your body image?*
<https://www.nationaleatingdisorders.org/blog/how-does-social-media-affect-your-body-image>
- Pedreira, J.C. (2021). Conoce cómo se comportan los boricuas digitalmente. *Popular Blog*.
www.blog.popular.como/conoce-com-se-comportan-los-boricuas-digitalmente/9280
- Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women's body image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles*, 71, 363-377.
<https://doi.org/10.1007/s11199-014-0384-6>
- Santarossa, S., & Woodruff, S. (2017). #SocialMedia: Exploring the relationship of social networking sites on body image, self-esteem, and eating disorders. *Social Media+ Society*, 3(2), 1-10.
<https://doi.org/10.1177/2056305117704407>
- Thai, H., Davis, C. D., Mahboob, W., Perry, S., Adams, A., & Godfield, G. S. (2023). Reducing social media use improves appearance and weight esteem in youth with emotional distress. *Psychology of Popular Media*, 1-8.
<https://doi.org/10.1037/ppm0000460>
- Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M., & Tantleff-Dunn, S. (1999). Sociocultural theory: The media and society. En J. K. Thompson, L. J. Heinberg, M. Altabe & S. Tantleff-Dunn (Eds.), *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*, (pp. 85- 124). American Psychological Association.
<https://doi.org/10.1037/10312-003>
- Thompson, J. K., van den Berg, P., Roehrig, M., Guarda, A. S., & 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>
- Thompson, M. A., & Gray, J. J. (1995). Development and validation of a new body-image assessment scale. *Journal of Personality Assessment*, 64(2), 258-269.
https://doi.org/10.1207/s15327752jpa6402_6
- Toro-Alfonso, J., Walters-Pacheco, K. Z., & Sánchez-Cardona, I. (2012). El cuerpo en forma: Masculinidad, imagen corporal y trastornos alimentarios de atletas varones universitarios. *Acta de Investigación Psicológica*, 2(3), 842-857.
- Wallis, J. (2015). *The effects of social media on the body satisfaction of adolescent and Young adult females* [Master's Thesis, Kansas State University]. K-Rex Kansas State University. <https://krex.k-state.edu/handle/2097/18945>
- Warren, C. S., Gleaves, D. H., & Rakhkovskaya, L. M. (2013). Score reliability and factor similarity of the Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire-3 (SATAQ-3) among four ethnic groups. *Journal of Eating Disorders*, 14, 1-8.
<https://doi.org/10.1186/2050-2974-1-14>