



Universitat Rovira i Virgili

TREBALL DE FI DE GRAU

Autoacceptació, imatge
corporal i pressió estètica en
persones joves: una
aproximació psicosocial

Grau de Psicologia

Autora: Kara López Labrador

Dirigit per: Núria Voltas Moreso

Curs: 2025 - 2026

Tarragona

Resum

El present Treball de Fi de Grau té com a objectiu analitzar la relació entre l'autoacceptació, la pressió estètica percebuda i la percepció de la pròpia imatge corporal en persones joves d'entre 18 i 30 anys, considerant també el paper de l'autoestima i de l'ús de xarxes socials des d'una perspectiva psicosocial. Es va dur a terme un estudi quantitatiu, transversal, no experimental i correlacional, amb una mostra de 215 participants. Les dades es van recollir mitjançant un qüestionari en línia elaborat amb Microsoft Forms i es van analitzar amb IBM SPSS Statistics, versió 31. Es van calcular estadístics descriptius, la consistència interna dels blocs d'ítems mitjançant l'alfa de Cronbach, correlacions de Spearman, comparacions segons el gènere mitjançant la prova U de Mann-Whitney i comparacions segons grups d'edat mitjançant la prova de Kruskal-Wallis.

Els resultats van mostrar que l'autoestima percebuda, l'autoacceptació i l'acceptació incondicional s'associaven positivament amb l'apreciació corporal. En canvi, la pressió estètica percebuda i l'ús de xarxes socials es van relacionar amb una apreciació corporal més baixa. També es van observar associacions significatives amb l'edat i diferències entre dones i homes en autoestima, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal. En conjunt, els resultats suggereixen que la imatge corporal en persones joves es construeix a partir de la interacció entre variables personals i factors psicosocials, especialment en un context digital on la comparació social i els ideals corporals poden tenir un paper rellevant.

Paraules clau: autoacceptació, imatge corporal, pressió estètica, autoestima, xarxes socials, persones joves.

Abstract

This Bachelor's Degree Final Project aims to analyse the relationship between self-acceptance, perceived aesthetic pressure and body image perception among young people aged 18 to 30, also considering the role of self-esteem and social media use from a psychosocial perspective. A quantitative, cross-sectional, non-experimental and correlational study was conducted with a sample of 215 participants. Data were collected through an online questionnaire created with Microsoft Forms and analysed using IBM SPSS Statistics, version 31. Descriptive statistics, internal consistency through Cronbach's alpha, Spearman correlations, gender comparisons using the Mann-Whitney U test and age-group comparisons using the Kruskal-Wallis test were performed.

The results showed that perceived self-esteem, self-acceptance and unconditional self-acceptance were positively associated with body appreciation. In contrast, perceived aesthetic pressure and social media use were associated with lower body appreciation. Significant associations with age were also observed, as well as differences between women and men in perceived self-esteem, self-acceptance, unconditional self-acceptance and body appreciation. Overall, the findings suggest that body image among young people is shaped by the interaction between personal variables and psychosocial factors, particularly in a digital context where social comparison and body ideals may play an important role.

Keywords: self-acceptance, body image, aesthetic pressure, self-esteem, social media, young people.

Índex:

1.- Introducció teòrica	4
1.1. Imatge corporal i desenvolupament socioafectiu en persones joves	4
1.2. Autoacceptació, autoestima i percepció d'un mateix	5
1.3. Pressió estètica percebuda i internalització dels ideals corporals	7
1.4. Xarxes socials, comparació social i pressió sobre la imatge corporal	9
1.5. Imatge corporal positiva i apreciació corporal	11
2.- Objectius i hipòtesis	12
2.1 Objectiu general	13
2.2 Objectius específics	13
2.3 Hipòtesis	13
3.- Metodologia	14
3.1 Disseny de l'estudi	14
3.2 Participants	15
3.3 Instruments de recollida de dades	16
3.4 Procediment	18
3.5 Anàlisi de dades	19
3.6 Consideracions ètiques	21
4.- Resultats i aportacions	22
4.1 Preparació de les dades i comprovació dels supòsits	22
4.2 Fiabilitat interna i descriptius de les variables principals	23
4.3 Descriptius segons gènere i grups d'edat	24
4.4. Correlacions entre les variables d'estudi	25
4.5. Comparacions segons gènere i grups d'edat	26
4.6. Síntesi dels resultats en relació amb els objectius i les hipòtesis	27
5.- Discussió i conclusions	28
5.1. Discussió dels resultats principals i relació amb la literatura científica	28
5.2. Implicacions psicosocials	34
5.3. Limitacions de l'estudi	34
5.4. Futures línies de recerca	36
5.5. Conclusions finals	37
6.- Bibliografia	38
7.- Annexos	41

1.- Introducció teòrica

La imatge corporal és un constructe psicològic i psicosocial especialment rellevant en l'estudi del benestar de les persones joves. La manera com una persona percep, interpreta i valora el seu propi cos no depèn només de l'aparença física objectiva, sinó també de factors personals, relacionals i socioculturals. En l'actualitat, aquesta qüestió adquireix una importància especial per la presència constant d'ideals corporals en entorns digitals, per la comparació social i per la pressió estètica associada a l'aparença.

Aquest marc teòric revisa els principals constructes implicats en el present estudi: la imatge corporal, l'autoacceptació, l'autoestima, la pressió estètica percebuda i el paper de les xarxes socials. L'objectiu és situar el treball dins d'una perspectiva psicosocial, entenent que la relació amb el propi cos es construeix a partir de processos personals, però també dins d'un context social que pot influir en la manera com les persones joves es perceben i es valoren.

1.1. Imatge corporal i desenvolupament socioafectiu en persones joves

La imatge corporal es pot entendre com un constructe multidimensional que inclou percepcions, pensaments, emocions i comportaments relacionats amb el propi cos. Aquesta concepció permet anar més enllà d'una visió purament estètica, ja que la imatge corporal no fa referència només a com és el cos, sinó a com aquest és viscut, interpretat i valorat per la persona. Els models clàssics de Cash i Pruzinsky (2002) i Cash i Smolak (2011) continuen sent útils per definir aquest concepte, però la recerca recent insisteix en la necessitat d'entendre la imatge corporal com un fenomen influït per factors psicològics, socials i digitals. En aquesta línia, Merino et al. (2024) assenyalen que la percepció corporal s'ha d'analitzar en relació amb el benestar psicològic, l'autoestima, la salut mental i els contextos socioculturals on es construeixen els ideals d'aparença.

La imatge corporal inclou una dimensió perceptiva, relacionada amb la manera com la persona percep la mida, la forma o les característiques del seu cos. També incorpora una dimensió cognitiva, vinculada als pensaments i creences

sobre l'aparença física, una dimensió afectiva, relacionada amb les emocions que genera el propi cos, i una dimensió conductual, que pot expressar-se en conductes com la comparació, l'evitació o la modificació de la imatge personal. Aquesta estructura multidimensional és especialment important en persones joves, ja que la percepció del cos pot influir en la construcció de la identitat, l'autovaloració i la manera com la persona se situa davant els altres.

En aquest període vital, la imatge corporal no només afecta la relació amb un mateix, sinó també la relació amb l'entorn social. La satisfacció o insatisfacció amb el propi cos pot condicionar la seguretat interpersonal, la participació en situacions socials, la percepció d'acceptació o rebuig i la tendència a comparar-se amb altres persones. Per això, la imatge corporal també pot entendre's com un element vinculat al desenvolupament socioafectiu, ja que participa en la manera com la persona jove construeix la seva identitat i estableix vincles amb els altres.

La recerca actual mostra que les preocupacions relacionades amb el cos s'associen a diferents indicadors de malestar emocional i social. En una revisió sistemàtica sobre adolescents i adults joves, Vincente-Benito i Ramírez-Durán (2023) van analitzar 21 estudis i van observar que l'ús intensiu o problemàtic de xarxes socials es relacionava amb insatisfacció corporal, baixa autoestima, conductes de risc i simptomatologia vinculada als trastorns de la conducta alimentària. Aquesta evidència reforça la idea que la imatge corporal no pot entendre's com una qüestió superficial, sinó com una dimensió relacionada amb el benestar psicològic i amb el funcionament social de les persones joves.

Aquesta rellevància de la imatge corporal en l'autopercepció i en les relacions socials fa necessari considerar variables personals com l'autoacceptació i l'autoestima. Aquestes dimensions poden ajudar a comprendre per què algunes persones mantenen una relació més positiva amb el seu cos, mentre que altres poden veure's més afectades per la comparació o per la pressió estètica percebuda.

1.2. Autoacceptació, autoestima i percepció d'un mateix

L'autoacceptació és una dimensió important del benestar psicològic i fa referència a la capacitat d'acceptar la pròpia persona de manera global, incloent tant les fortaleeses com les limitacions personals. En el model de benestar psicològic de Ryff (1989), l'autoacceptació apareix com una actitud positiva cap a un mateix i com una valoració integrada de la pròpia trajectòria vital. Tot i que aquest model és clàssic, continua sent rellevant perquè permet entendre l'acceptació personal com una base del benestar i de la relació que la persona estableix amb ella mateixa.

Una distinció important per al present estudi és la diferència entre autoacceptació i autoestima. L'autoestima fa referència a la valoració afectiva que una persona fa del seu propi valor i pot veure's influïda per experiències d'èxit, fracàs, aprovació social o validació externa. L'autoacceptació, en canvi, implica una actitud més estable d'acceptació global de la pròpia persona. Aquesta acceptació no depèn exclusivament del rendiment, de l'aparença física o de l'ajust als estàndards socials. Dit d'una manera més clara, una persona pot tenir moments de baixa autoestima i, alhora, mantenir una certa acceptació de si mateixa com a persona.

Aquesta diferència és especialment rellevant quan s'estudia la imatge corporal. En un context on l'aparença física rep una forta càrrega social, l'autoestima pot veure's afectada per la comparació amb altres persones o per la percepció de no complir determinats ideals corporals. L'autoacceptació pot tenir un paper més estable, ja que permet separar el valor personal de l'adequació a aquests ideals. Per aquest motiu, estudiar conjuntament autoacceptació i autoestima pot aportar una comprensió més precisa de la relació entre la persona i la seva imatge corporal.

La recerca recent també ha situat l'autoacceptació dins del context digital. Lim et al. (2024) van estudiar 240 estudiants universitaris de Malàisia d'entre 18 i 25 anys per analitzar la relació entre alfabetització en nous mitjans, flexibilitat psicològica, autoacceptació incondicional i benestar psicològic. Els resultats van mostrar que l'autoacceptació incondicional tenia un paper rellevant en la relació entre flexibilitat psicològica i benestar, especialment en persones amb nivells baixos o moderats d'alfabetització mediàtica. Aquest estudi és útil perquè

connecta l'autoacceptació amb el context digital actual, on la comparació, la validació externa i l'exposició a ideals poden influir en la percepció d'un mateix.

En relació amb l'autoestima, Alfonso-Fuertes et al. (2023) van realitzar un estudi transversal a Espanya amb 585 participants d'entre 18 i 40 anys. L'objectiu era analitzar la relació entre el temps d'ús d'Instagram, l'autoestima, la comparació física i la satisfacció amb la imatge corporal. Els resultats van indicar que les persones que passaven més temps a Instagram presentaven més insatisfacció corporal, més comparació física i menor autoestima. També es va observar que la comparació física podia actuar com a mecanisme rellevant entre el temps d'ús d'Instagram i la satisfacció corporal.

Tot i que l'autoconcepte també està relacionat amb la percepció d'un mateix, en aquest treball no es planteja com a eix central del marc teòric. Es considera una dimensió complementària dins de la percepció personal, però el focus principal es manté en l'autoacceptació i l'autoestima, ja que aquestes variables connecten de manera més directa amb la dimensió emocional i valorativa de la relació amb el propi cos.

1.3. Pressió estètica percebuda i internalització dels ideals corporals

La pressió estètica percebuda fa referència a les expectatives socials i culturals sobre l'aparença física que poden influir en la manera com les persones interpreten, valoren i experimenten les característiques i els canvis del seu propi cos. Aquesta pressió pot aparèixer a través de missatges explícits sobre com hauria de ser un cos considerat atractiu, però també mitjançant normes implícites que indiquen quines aparences són més valorades socialment (Jung et al., 2022; Bonfanti et al., 2025).

Un aspecte central d'aquest procés és la internalització dels ideals corporals. La internalització implica que la persona no només reconeix l'existència d'un ideal social, sinó que l'assumeix com a criteri propi per valorar el seu cos. Quan això passa, la distància entre el cos percebut i el cos idealitzat pot generar insatisfacció corporal, malestar emocional i una valoració més negativa d'un mateix. Aquesta qüestió és especialment rellevant en persones joves, ja que

coincideix amb una etapa en què la identitat, l'acceptació social i l'autovaloració tenen un pes important.

La pressió estètica no actua de manera aïllada. Sovint es relaciona amb processos de comparació social, vigilància corporal i necessitat de validació externa. Bonfanti et al. (2025), en una revisió sistemàtica i metaanàlisi de 83 estudis amb 55.440 participants, van trobar una associació significativa entre una major comparació social en línia i més preocupacions relacionades amb la imatge corporal. També van observar una relació negativa entre comparació social i imatge corporal positiva. Aquesta evidència és especialment rellevant perquè mostra que la pressió estètica no depèn només de l'exposició a ideals corporals, sinó també dels processos de comparació que s'activen en entorns digitals.

Un altre estudi que ajuda a entendre aquest mecanisme és el de Jung et al. (2022), realitzat amb 579 dones joves adultes dels Estats Units. Els autors van analitzar si la intensitat d'ús de xarxes socials es relacionava amb resultats d'imatge corporal a través de la internalització dels ideals d'aparença i la comparació social. Els resultats van donar suport a aquest model, indicant que aquests dos processos actuaven com a mediadors rellevants. Aquesta aportació encaixa amb el present treball perquè situa la pressió estètica com un procés que es construeix socialment, però que pot acabar integrant-se en la manera com la persona s'avalua a si mateixa.

La pressió estètica percebuda també pot influir en l'autoestima i en l'autoacceptació. Quan l'aparença física es converteix en una condició per sentir-se acceptat o valorat, el cos pot passar a ocupar un lloc central en l'autovaloració. Això pot fer que el valor personal es percebi com més dependent de l'aparença, del judici extern o de la capacitat d'ajustar-se als ideals corporals dominants. Per aquest motiu, resulta pertinent estudiar la pressió estètica percebuda juntament amb variables personals com l'autoacceptació i l'autoestima.

En el context actual, aquesta pressió es veu amplificada per entorns digitals on la imatge personal pot ser editada, seleccionada i exposada de manera constant.

Les xarxes socials no només difonen ideals corporals, sinó que també faciliten la comparació contínua amb altres persones. Això fa necessari analitzar amb més detall el paper d'aquestes plataformes en la percepció de la imatge corporal.

1.4. Xarxes socials, comparació social i pressió sobre la imatge corporal

Les xarxes socials constitueixen un context central per entendre la pressió estètica actual. A diferència dels mitjans tradicionals, les plataformes digitals no només mostren ideals corporals a través de celebritats o figures públiques, sinó també mitjançant persones properes, amistats, influencers i altres usuaris percebuts com a més semblants. Aquest fet pot intensificar la comparació social, ja que els referents no sempre es perceben com llunyans o excepcionals, sinó com a persones amb qui la comparació sembla més directa.

La teoria de la comparació social de Festinger (1954) continua sent útil com a base conceptual, però avui s'ha d'entendre dins d'un entorn digital molt més visual i interactiu. Plataformes com Instagram o TikTok faciliten l'exposició a imatges seleccionades, editades i sovint orientades a rebre validació social. Per això, la recerca actual no se centra només en el temps d'ús de les xarxes, sinó també en el tipus d'activitat que s'hi realitza, com mirar contingut centrat en l'aparença, editar fotografies, publicar imatges, seguir comptes relacionats amb el físic o comparar-se amb altres usuaris.

L'estudi d'Alfonso-Fuertes et al. (2023) és especialment rellevant perquè es va dur a terme en població espanyola i va incloure variables molt properes a les del present TFG. Amb una mostra de 585 participants d'entre 18 i 40 anys, els autors van observar que un major temps d'ús d'Instagram s'associava amb menor autoestima, més comparació física i menor satisfacció corporal. També van concloure que la comparació física podia mediar la relació entre temps d'ús d'Instagram i satisfacció amb la imatge corporal. Aquest resultat dona suport a la idea que no és només l'ús de la xarxa social el que pot ser rellevant, sinó el procés de comparació que s'activa durant aquest ús.

La revisió sistemàtica de Fioravanti et al. (2022) aporta evidència experimental sobre aquesta qüestió. Els autors van revisar 43 estudis experimentals amb

8.637 participants i una edat mitjana aproximada de 21 anys. Els resultats van indicar que l'exposició a imatges idealitzades en xarxes socials incrementava la insatisfacció corporal, tant en dones com en homes joves. També van assenyalar que la comparació basada en l'aparença tenia un paper important en aquest efecte. Aquesta revisió és important perquè mostra que l'impacte de les xarxes socials no només s'ha observat en estudis correlacionals, sinó també en investigacions experimentals.

Jiotsa et al. (2021) també van aportar evidència rellevant sobre el paper específic de la comparació física en xarxes socials. En el seu estudi, els autors van observar que una major freqüència de comparació de la pròpia aparença amb la de persones seguides a xarxes socials s'associava amb més insatisfacció corporal i amb més impuls cap a la primesa. Aquest resultat ajuda a concretar millor el mecanisme pel qual les xarxes socials poden afectar la imatge corporal, ja que situa la comparació física com un procés central i no només com una conseqüència secundària de l'ús de xarxes.

Un tipus de contingut especialment rellevant és el contingut *fitspiration*, que promou imatges associades a la forma física, la tonificació corporal i l'autodisciplina. Tot i que sovint es presenta com a contingut saludable o motivacional, la revisió sistemàtica de Jerónimo et al. (2022) va mostrar que el contingut *fitspiration* s'associa amb una imatge corporal més negativa, sobretot en poblacions joves més exposades a aquest tipus de publicacions. Aquesta aportació permet matisar que la pressió estètica no sempre apareix com una exigència explícita de bellesa, ja que també pot presentar-se sota discursos de salut, esforç o millora personal.

Les xarxes socials poden actuar, per tant, com un espai de reforç de la pressió estètica percebuda, especialment quan l'ús està centrat en l'aparença física. Ara bé, els seus efectes no són iguals per a totes les persones. Variables com l'autoestima, l'autoacceptació, la tendència a comparar-se i la capacitat crítica davant els continguts digitals poden influir en la manera com aquests entorns afecten la percepció del propi cos.

1.5. Imatge corporal positiva i apreciació corporal

L'estudi de la imatge corporal no s'ha de limitar a la insatisfacció o al malestar. En els darrers anys ha guanyat importància la perspectiva de la imatge corporal positiva, que posa el focus en una relació més respectuosa, flexible i acceptadora amb el propi cos. Aquest enfocament no entén el benestar corporal només com l'absència d'insatisfacció, sinó com la presència d'actituds positives cap al cos, com l'acceptació, el respecte, la valoració de les seves funcionalitats i la resistència davant ideals estètics rígids.

Dins d'aquesta perspectiva, l'apreciació corporal és una dimensió especialment important. Fa referència a la capacitat de valorar el propi cos, reconèixer-ne les qualitats i mantenir una actitud de respecte cap a ell, més enllà de l'ajust als ideals de bellesa dominants (Linardon et al., 2022). Aquesta idea encaixa amb el present estudi perquè permet analitzar la imatge corporal no només com a possible font de malestar, sinó també com un espai on poden aparèixer factors protectors.

La revisió sistemàtica i metaanàlisi de Linardon et al. (2022) va incloure 240 estudis sobre apreciació corporal i variables psicològiques relacionades. Els resultats van mostrar que l'apreciació corporal s'associava positivament amb autoestima, autocompassió i altres indicadors adaptatius de benestar. També es va relacionar negativament amb la internalització dels ideals d'aparença, la vigilància corporal, les pressions socioculturals, la simptomatologia ansiosa i depressiva i la insatisfacció corporal. Aquesta evidència reforça la importància d'incloure una mirada positiva i protectora quan s'estudia la imatge corporal en persones joves.

En el context digital, aquesta mirada també s'ha relacionat amb el contingut *body-positive*, orientat a promoure la diversitat corporal i l'acceptació del cos. Jiménez-García et al. (2025) van realitzar una revisió sistemàtica i metaanàlisi sobre l'impacte del contingut corporal positiu a les xarxes socials. Els resultats van mostrar millores immediates en satisfacció corporal i benestar emocional, especialment quan els continguts incloïen representacions corporals diverses i missatges d'autoacceptació. Tot i això, els autors també indiquen que cal

continuar investigant els efectes a llarg termini i les condicions en què aquest tipus de contingut pot ser més beneficiós.

Aquesta perspectiva permet equilibrar l'estudi del fenomen. La pressió estètica i les xarxes socials poden actuar com a factors de risc per a la percepció corporal, però també és necessari considerar quines variables personals poden relacionar-se amb una vivència corporal més positiva. En aquest sentit, l'autoacceptació i l'autoestima poden ajudar a comprendre per què algunes persones mantenen una percepció més favorable del propi cos malgrat l'exposició a ideals corporals exigents.

La literatura revisada mostra que la imatge corporal en persones joves és un fenomen multidimensional, personal i social. La manera com una persona viu el seu cos es relaciona amb processos interns, com l'autoacceptació i l'autoestima, però també amb factors externs, com la pressió estètica percebuda i l'exposició a continguts digitals centrats en l'aparença. Les xarxes socials poden intensificar la comparació i la internalització d'ideals corporals, mentre que la imatge corporal positiva i l'apreciació corporal permeten incorporar una mirada més protectora i centrada en el benestar.

A partir d'aquest plantejament, el present estudi se centra en analitzar la relació entre l'autoacceptació, la imatge corporal i la pressió estètica percebuda en persones joves d'entre 18 i 30 anys, considerant també el paper de l'autoestima i de l'ús de xarxes socials com a variables rellevants dins del context psicosocial actual.

2.- Objectius i hipòtesis

A partir del marc teòric revisat, el present estudi planteja que la relació amb la pròpia imatge corporal en persones joves pot entendre's a partir de la interacció entre variables personals i factors psicosocials. D'una banda, l'autoacceptació i l'autoestima poden actuar com a dimensions vinculades a una percepció més favorable del propi cos. D'altra banda, la pressió estètica percebuda i l'ús de xarxes socials poden contribuir a intensificar la comparació social i la preocupació per l'aparença.

En aquest treball, la percepció positiva del propi cos s'operacionalitza a través de l'apreciació corporal, entesa com la capacitat de valorar, respectar i acceptar el cos més enllà de l'ajust als ideals estètics dominants. D'aquesta manera, els objectius i hipòtesis del treball s'orienten a analitzar la relació entre l'autoacceptació, l'autoestima, la pressió estètica percebuda, l'ús de xarxes socials i l'apreciació corporal en persones joves d'entre 18 i 30 anys.

2.1 Objectiu general

Analitzar la relació entre l'autoacceptació, la pressió estètica percebuda i la percepció positiva del propi cos en persones joves d'entre 18 i 30 anys, considerant el paper de l'autoestima i de l'ús de xarxes socials des d'una perspectiva psicosocial.

2.2 Objectius específics

1. Descriure els nivells d'autoacceptació, autoestima percebuda, pressió estètica percebuda, ús de xarxes socials i apreciació corporal en una mostra de persones joves d'entre 18 i 30 anys.
2. Analitzar l'associació entre l'autoacceptació, l'autoestima percebuda, la pressió estètica percebuda i l'apreciació corporal.

3. Examinar la relació entre l'ús de xarxes socials, la pressió estètica percebuda i l'apreciació corporal.
4. Explorar possibles diferències en les variables d'estudi en funció de l'edat i el gènere.

2.3 Hipòtesis

1. Es preveu que nivells més elevats d'autoacceptació i autoestima percebuda s'associïn amb una major apreciació corporal.
2. S'espera que una major pressió estètica percebuda s'associï amb una menor apreciació corporal.
3. Es preveu que un major ús de xarxes socials i una major exposició a continguts relacionats amb l'aparença s'associïn amb una major pressió estètica percebuda i amb una menor apreciació corporal.
4. Es preveu que existeixin diferències en les variables d'estudi en funció de l'edat i el gènere.

3.- Metodologia

3.1 Disseny de l'estudi

Aquest estudi es va plantejar a partir d'un disseny quantitatiu, transversal, no experimental i correlacional. Es considera quantitatiu perquè les variables principals es van recollir mitjançant ítems amb resposta tipus Likert i posteriorment es van analitzar a través de procediments estadístics.

El disseny va ser transversal, ja que les dades es van recollir en un únic moment temporal. També va ser no experimental, perquè no es van manipular variables ni es van assignar les persones participants a condicions específiques. L'objectiu no era establir relacions causals, sinó analitzar les associacions entre l'autoacceptació, l'autoestima, la pressió estètica percebuda, l'ús de xarxes socials i la percepció de la pròpia imatge corporal.

Aquest tipus de disseny resulta adequat per al present treball, ja que permet estudiar relacions entre variables psicològiques i psicosocials en una mostra de persones joves sense intervenir sobre les seves experiències ni modificar el seu context habitual.

3.2 Participants

La mostra final va estar formada per 215 participants d'entre 18 i 30 anys. L'edat mitjana de les persones participants va ser de 23,10 anys (DT = 3,74). L'edat mínima va ser de 18 anys i l'edat màxima de 30 anys.

Pel que fa al gènere, la mostra va estar formada per 124 dones (57,7%), 76 homes (35,3%), 5 persones no binàries (2,3%), 3 persones que es van identificar amb altres opcions (1,4%) i 7 persones que van preferir no indicar-ho (3,3%).

En relació amb el nivell d'estudis, 63 participants havien assolit estudis d'educació secundària obligatòria (29,3%), 56 participants batxillerat o formació

professional (26,0%), 51 participants estudis universitaris (23,7%) i 45 participants estudis de postgrau (20,9%).

Les persones participants es van reclutar mitjançant un mostreig no probabilístic de conveniència, complementat amb difusió per bola de neu. El qüestionari es va compartir principalment a través de canals digitals, com WhatsApp i xarxes socials, demanant també que pogués ser reenviat a altres persones que complissin els criteris de participació.

Els criteris d'inclusió van ser els següents:

1. Tenir entre 18 i 30 anys.
2. Comprendre els objectius generals del projecte i el contingut del qüestionari.
3. Acceptar voluntàriament el consentiment informat digital.
4. Completar el qüestionari de manera suficient per poder incloure les respostes en l'anàlisi.

Els criteris d'exclusió van ser els següents:

1. No complir el rang d'edat establert.
2. No acceptar el consentiment informat inicial.
3. Presentar un qüestionari incomplet o amb respostes que impedissin el tractament estadístic de les dades.

Després de revisar la base de dades, no es va excloure cap resposta, ja que totes les persones participants complien els criteris d'inclusió i havien completat el qüestionari. Per aquest motiu, la mostra final d'anàlisi va quedar formada per 215 respostes vàlides. Aquesta mida mostral es va considerar adequada per a una primera aproximació quantitativa i exploratòria a les relacions plantejades en els objectius del treball.

3.3 Instruments de recollida de dades

La recollida de dades es va dur a terme mitjançant un qüestionari estructurat en línia elaborat amb Microsoft Forms. Es tractava d'un qüestionari autoadministrat, anònim i de resposta voluntària, amb una durada aproximada de 10 a 12 minuts.

L'instrument es va construir a partir del marc teòric del treball i dels objectius específics de l'estudi. Es van utilitzar blocs d'ítems elaborats ad hoc per recollir informació sobre les variables principals, especialment l'autoacceptació, l'autoestima, la pressió estètica percebuda, l'ús de xarxes socials i la percepció de la pròpia imatge corporal. Aquests blocs es van inspirar en dimensions habituals descrites a la literatura científica sobre aquests constructes, però no corresponen a l'aplicació íntegra d'escala validades. Per aquest motiu, les puntuacions obtingudes es van interpretar com a indicadors exploratoris de les variables d'estudi.

El qüestionari es va organitzar en diversos blocs.

En primer lloc, es va incloure un bloc de dades sociodemogràfiques. Aquest bloc recollia l'edat, el gènere i el nivell d'estudis. Aquestes variables es van utilitzar per descriure la mostra i per explorar possibles diferències en les variables d'estudi segons l'edat i el gènere.

En segon lloc, es va incloure un bloc sobre ús de xarxes socials, format per 5 ítems. Aquest apartat recollia informació sobre la freqüència d'ús, l'exposició a contingut relacionat amb l'aparença física, la comparació amb altres persones, l'atenció a ideals corporals i la cura o edició de la pròpia imatge abans de publicar contingut. Les respostes es van registrar mitjançant una escala tipus Likert de 5 punts, des de "Mai" fins a "Molt sovint".

En tercer lloc, es va incloure un bloc sobre pressió estètica percebuda, format per 5 ítems. Aquest bloc avaluava fins a quin punt la persona percebia pressió social per tenir un cos determinat, preocupació per no ajustar-se als ideals de bellesa, importància atribuïda a l'aparença física, sensació de judici extern sobre el cos i comparació amb estàndards de bellesa presents als mitjans o a les

xarxes socials. Les respostes es van recollir mitjançant una escala tipus Likert de 7 punts, des de "Totalment en desacord" fins a "Totalment d'acord".

En quart lloc, es va incorporar un bloc de percepció d'un mateix, format per 6 ítems. Aquest apartat incloïa ítems vinculats principalment a l'autoestima i a la percepció general d'un mateix. En l'anàlisi de dades, aquest bloc es va utilitzar com a indicador d'autoestima percebuda, d'acord amb els objectius del treball. Les respostes es van recollir mitjançant una escala tipus Likert de 7 punts.

En cinquè lloc, es va incloure un bloc sobre relació i acceptació d'un mateix, format per 6 ítems. Aquest apartat avaluava aspectes relacionats amb l'autoacceptació general, com l'actitud cap a un mateix, l'acceptació de fortaleces i limitacions, la satisfacció amb la pròpia persona i la presència de dificultats d'acceptació personal. Les respostes es van recollir mitjançant una escala tipus Likert de 7 punts.

En sisè lloc, el qüestionari incorporava un bloc sobre acceptació incondicional d'un mateix, format per 10 ítems. Aquest apartat recollia fins a quin punt la persona percebia el seu valor personal com a estable i no dependent exclusivament de l'èxit, el fracàs, la perfecció o l'aprovació externa. Aquest bloc resultava rellevant per complementar la mesura de l'autoacceptació, ja que permetia diferenciar l'acceptació personal d'una valoració basada només en el rendiment o en la validació social. Les respostes es van recollir mitjançant una escala tipus Likert de 7 punts.

Finalment, es va incloure un bloc d'apreciació corporal, format per 9 ítems. Aquest apartat avaluava la relació amb el propi cos des d'una perspectiva positiva, incloent el respecte corporal, la satisfacció general amb el cos, la valoració de les seves funcionalitats, l'acceptació corporal i la resistència davant ideals estètics rígids. Les respostes es van recollir mitjançant una escala tipus Likert de 5 punts, des de "Mai" fins a "Sempre".

3.4 Procediment

En primer lloc, es va delimitar el tema del Treball de Fi de Grau i es van concretar els principals constructes d'interès: autoacceptació, imatge corporal i pressió estètica percebuda en persones joves. A partir d'aquesta primera delimitació, es va revisar la literatura científica i es van definir els objectius inicials de l'estudi.

Abans d'iniciar la recollida de dades, es va preparar la documentació ètica corresponent i es van seguir les recomanacions rebudes en relació amb la informació a proporcionar a les persones participants, el consentiment informat i el tractament anònim de les dades. També es va elaborar un full d'informació per a participants, on s'explicava la finalitat general de l'estudi, la durada aproximada, el caràcter voluntari de la participació, l'anonimat de les respostes i l'ús acadèmic de les dades.

Posteriorment, es va elaborar el consentiment informat digital i es va crear el qüestionari a la plataforma Microsoft Forms. Abans de difondre'l, es va revisar que el formulari no recollís dades identificatives, que no requerís iniciar sessió i que les preguntes estiguessin formulades de manera respectuosa i no invasiva.

La difusió del qüestionari es va dur a terme a través de canals digitals, principalment WhatsApp i xarxes socials. El missatge de difusió indicava que es tractava d'un estudi vinculat a un Treball de Fi de Grau de Psicologia, que la participació era anònima i que el qüestionari estava dirigit a persones d'entre 18 i 30 anys.

En accedir al formulari, les persones participants trobaven primer la informació de l'estudi i el consentiment informat. Només podien continuar si acceptaven participar voluntàriament. A continuació, es comprovava el criteri d'edat, de manera que només les persones que indicaven tenir entre 18 i 30 anys complien els requisits per formar part de la mostra.

Un cop finalitzada la recollida de dades, les respostes es van exportar des de Microsoft Forms en format Excel per procedir a la depuració de la base de dades i a l'anàlisi estadística.

3.5 Anàlisi de dades

Les dades es van exportar des de Microsoft Forms en format Excel i es van analitzar mitjançant el programa IBM SPSS Statistics, versió 31. En primer lloc, es va revisar la base de dades per detectar respostes incompletes, casos que no complissin els criteris d'inclusió i possibles valors inconsistents. També es va comprovar que cada participant hagués respost una sola vegada i que les observacions fossin independents, d'acord amb el procediment de recollida de dades.

No es va calcular una puntuació global única del qüestionari. En canvi, es van calcular puntuacions mitjanes per a cada bloc d'ítems, d'acord amb les variables d'estudi. Abans del càlcul d'aquestes puntuacions, els ítems redactats en sentit invers es van recodificar perquè les puntuacions més elevades indiquessin sempre nivells més alts del constructe corresponent.

Per respondre al primer objectiu, es van calcular estadístics descriptius de les variables principals. En concret, es van obtenir mitjanes, desviacions típiques, mínims i màxims per a les variables quantitatives, i freqüències i percentatges per a les variables sociodemogràfiques. Aquests descriptius es van utilitzar per caracteritzar la mostra i per descriure els nivells generals d'ús de xarxes socials, pressió estètica percebuda, autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal.

La consistència interna dels blocs d'ítems es va avaluar mitjançant l'alfa de Cronbach. Aquest càlcul es va aplicar als blocs d'ús de xarxes socials, pressió estètica percebuda, autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal, amb l'objectiu de valorar la fiabilitat interna dels indicadors elaborats ad hoc en la mostra obtinguda.

Abans de realitzar les anàlisis inferencials, es va comprovar la distribució de les variables principals mitjançant proves de normalitat. Com que les variables no seguien una distribució normal estricta, es van utilitzar proves no paramètriques quan era pertinent. Les associacions entre variables es van analitzar mitjançant correlacions de Spearman. Aquesta prova es va aplicar per estudiar la relació entre l'autoacceptació, l'autoestima percebuda, la pressió estètica percebuda, l'ús de xarxes socials, l'edat i l'apreciació corporal.

Per respondre al segon objectiu, es van analitzar les associacions entre autoacceptació, autoestima percebuda, pressió estètica percebuda i apreciació corporal. Per respondre al tercer objectiu, es va examinar la relació entre l'ús de xarxes socials, la pressió estètica percebuda i l'apreciació corporal. En tots dos casos, es van utilitzar correlacions de Spearman, ja que aquesta prova permet analitzar associacions monotòniques sense assumir normalitat estricta.

Per respondre al quart objectiu, es van explorar possibles diferències segons l'edat i el gènere. En el cas de l'edat, es va analitzar la seva relació amb les variables principals mitjançant correlacions de Spearman. En el cas del gènere, la comparació inferencial es va realitzar únicament entre dones i homes, ja que la resta de categories presentaven una mida mostral reduïda. Per aquesta comparació es va utilitzar la prova U de Mann-Whitney. Les categories no binari, altres opcions i prefereixo no indicar-ho es van mantenir en la descripció de la mostra, però no es van incloure en les comparacions inferencials per evitar interpretacions estadístiques poc robustes.

Els resultats es van interpretar tenint en compte el caràcter transversal, no experimental i correlacional de l'estudi. Per aquest motiu, les anàlisis permeten descriure associacions entre variables, però no establir relacions causals. Per complementar l'anàlisi de l'edat, aquesta variable també es va agrupar en tres franges: 18-21 anys, 22-25 anys i 26-30 anys. Les diferències entre aquests grups es van analitzar mitjançant la prova de Kruskal-Wallis, atès que les variables principals no seguien una distribució normal estricta.

3.6 Consideracions ètiques

L'estudi es va desenvolupar respectant els principis ètics bàsics de la recerca amb persones: voluntarietat, anonimat, confidencialitat i ús responsable de la informació recollida. Abans d'iniciar la recollida de dades, es va preparar la documentació ètica corresponent i es van tenir en compte les indicacions relatives al consentiment informat, la informació a les persones participants i el tractament anònim de les dades.

La participació va ser completament voluntària. Abans de respondre el qüestionari, les persones participants van rebre informació sobre la finalitat de l'estudi, el procediment de participació, la durada aproximada, el caràcter anònim de les respostes i l'ús exclusivament acadèmic de les dades. Només es podia continuar amb el qüestionari després d'acceptar el consentiment informat digital.

Les persones participants podien abandonar el qüestionari en qualsevol moment abans d'enviar les respostes. Un cop enviat el formulari, no era possible retirar una resposta concreta, ja que no es recollien dades identificatives que permetessin vincular una resposta amb una persona determinada. Aquesta decisió es va prendre per reforçar l'anonimat de la participació.

No es van recollir dades identificatives com el nom, el correu electrònic, el número de telèfon o qualsevol altra informació que permetés reconèixer directament les persones participants. L'accés al formulari no requeria iniciar sessió ni facilitar cap adreça electrònica. Les dades es van analitzar de manera agregada i els resultats es presentaran mitjançant mitjanes, percentatges o associacions estadístiques, sense fer referència a casos individuals.

Les dades obtingudes es van utilitzar únicament amb finalitats acadèmiques dins del marc del Treball de Fi de Grau i es van tractar de manera agregada, sense identificar cap participant de manera individual.

4.- Resultats i aportacions

En aquest apartat es presenten els resultats obtinguts a partir de l'anàlisi estadística de les dades. Primer es descriu la preparació de la base de dades i la comprovació dels supòsits. A continuació, es presenten els resultats de fiabilitat interna, els estadístics descriptius, les correlacions entre variables i les comparacions segons el gènere i els grups d'edat.

4.1 Preparació de les dades i comprovació dels supòsits

La mostra final va estar formada per 215 respostes vàlides. No es van detectar casos perduts en les variables sociodemogràfiques principals ni en les variables utilitzades per al càlcul de les puntuacions mitjanes dels blocs. Abans de realitzar les anàlisis principals, es van recodificar els ítems redactats en sentit invers i es van calcular les puntuacions mitjanes corresponents als blocs d'ús de xarxes socials, pressió estètica percebuda, autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal.

Les proves de normalitat aplicades a les variables principals van mostrar desviacions significatives respecte a la distribució normal ($p < .05$). Per aquest motiu, les associacions entre variables es van analitzar mitjançant correlacions de Spearman. Les comparacions entre dones i homes es van realitzar mitjançant la prova U de Mann-Whitney, i les comparacions entre grups d'edat mitjançant la prova H de Kruskal-Wallis.

4.2 Fiabilitat interna i descriptius de les variables principals

La consistència interna dels blocs d'ítems es va analitzar mitjançant l'alfa de Cronbach. Els resultats es presenten a la Taula 1, juntament amb els estadístics descriptius de les variables principals.

Taula 1. Fiabilitat interna i estadístics descriptius dels blocs d'ítems

Variable	Ítems	Rang teòric	M	DT	Mínim	Màxim	α
Ús de xarxes socials	5	1-5	3,66	0,93	1,00	5,00	0,858
Pressió estètica percebuda	5	1-7	4,76	1,46	1,00	7,00	0,930
Autoestima percebuda	6	1-7	3,79	1,40	1,00	6,83	0,936
Autoacceptació	6	1-7	3,69	1,45	1,00	7,00	0,944
Acceptació incondicional	10	1-7	3,72	1,38	1,20	6,90	0,962
Apreciació corporal	9	1-5	2,70	0,96	1,11	4,78	0,922

Nota. M = mitjana; DT = desviació típica; α = alfa de Cronbach.

Els valors d'alfa de Cronbach van oscil·lar entre $\alpha = 0,858$ i $\alpha = 0,962$. El bloc d'ús de xarxes socials va presentar una consistència interna adequada ($\alpha = 0,858$), mentre que la resta de blocs van presentar valors elevats. El valor més alt es va observar en el bloc d'acceptació incondicional ($\alpha = 0,962$).

Pel que fa als descriptius, l'ús de xarxes socials va obtenir una puntuació moderada-alta dins del rang teòric de 1 a 5 ($M = 3,66$; $DT = 0,93$). La pressió estètica percebuda va obtenir una puntuació per sobre del punt central de l'escala de 1 a 7 ($M = 4,76$; $DT = 1,46$). Les puntuacions d'autoestima percebuda ($M = 3,79$; $DT = 1,40$), autoacceptació ($M = 3,69$; $DT = 1,45$) i acceptació incondicional ($M = 3,72$; $DT = 1,38$) es van situar en valors intermedis. L'apreciació corporal va obtenir una mitjana de 2,70 dins del rang teòric de 1 a 5 ($DT = 0,96$).

4.3 Descriptius segons gènere i grups d'edat

A la Taula 2 es presenten les mitjanes i desviacions típiques de les variables principals segons el gènere i els grups d'edat. Per a la comparació segons el

gènere, es mostren les dades descriptives de dones i homes. Per a l'edat, es van establir tres grups: 18-21 anys, 22-25 anys i 26-30 anys.

Taula 2. Estadístics descriptius segons gènere i grups d'edat

Variable	Total M (DT)	Dones M (DT)	Homes M (DT)	18-21 anys M (DT)	22-25 anys M (DT)	26-30 anys M (DT)
Ús de xarxes socials	3,66 (0,93)	3,76 (0,83)	3,48 (1,08)	4,03 (0,74)	3,66 (0,95)	3,17 (0,91)
Pressió estètica percebuda	4,76 (1,46)	4,88 (1,38)	4,54 (1,53)	5,45 (1,02)	4,87 (1,50)	3,72 (1,31)
Autoestima percebuda	3,79 (1,40)	3,53 (1,39)	4,16 (1,31)	3,20 (1,07)	3,66 (1,46)	4,72 (1,25)
Autoacceptació	3,69 (1,45)	3,45 (1,46)	4,09 (1,35)	3,13 (1,06)	3,50 (1,52)	4,65 (1,35)
Acceptació incondicional	3,72 (1,38)	3,48 (1,38)	4,09 (1,30)	3,16 (1,02)	3,55 (1,42)	4,67 (1,26)
Apreciació corporal	2,70 (0,96)	2,56 (0,98)	2,95 (0,90)	2,29 (0,72)	2,60 (0,96)	3,38 (0,89)

Nota. Dones: n = 124. Homes: n = 76. Grup 18-21 anys: n = 83. Grup 22-25 anys: n = 70. Grup 26-30 anys: n = 62.

Les mitjanes descriptives mostren valors superiors en homes en autoestima percebuda (M = 4,16; DT = 1,31), autoacceptació (M = 4,09; DT = 1,35), acceptació incondicional (M = 4,09; DT = 1,30) i apreciació corporal (M = 2,95; DT = 0,90). En canvi, les dones van presentar mitjanes lleugerament superiors en ús de xarxes socials (M = 3,76; DT = 0,83) i pressió estètica percebuda (M = 4,88; DT = 1,38).

Pel que fa als grups d'edat, el grup de 18-21 anys va presentar les mitjanes més elevades en ús de xarxes socials (M = 4,03; DT = 0,74) i pressió estètica percebuda (M = 5,45; DT = 1,02). El grup de 26-30 anys va presentar les mitjanes més elevades en autoestima percebuda (M = 4,72; DT = 1,25), autoacceptació (M = 4,65; DT = 1,35), acceptació incondicional (M = 4,67; DT = 1,26) i apreciació corporal (M = 3,38; DT = 0,89).

4.4. Correlacions entre les variables d'estudi

Les associacions entre les variables principals es van analitzar mitjançant correlacions de Spearman. A la Taula 3 es presenten les correlacions rellevants per als objectius i les hipòtesis del treball.

Taula 3. Correlacions de Spearman entre les variables principals

Relació entre variables	ρ	p
Ús de xarxes socials - Pressió estètica percebuda	0,502	< .001
Ús de xarxes socials - Autoestima percebuda	-0,442	< .001
Ús de xarxes socials - Autoacceptació	-0,489	< .001
Ús de xarxes socials - Acceptació incondicional	-0,501	< .001
Ús de xarxes socials - Apreciació corporal	-0,488	< .001
Pressió estètica percebuda - Autoestima percebuda	-0,597	< .001
Pressió estètica percebuda - Autoacceptació	-0,597	< .001
Pressió estètica percebuda - Acceptació incondicional	-0,615	< .001
Pressió estètica percebuda - Apreciació corporal	-0,628	< .001
Autoestima percebuda - Autoacceptació	0,928	< .001
Autoestima percebuda - Acceptació incondicional	0,934	< .001
Autoestima percebuda - Apreciació corporal	0,911	< .001
Autoacceptació - Acceptació incondicional	0,937	< .001
Autoacceptació - Apreciació corporal	0,907	< .001
Acceptació incondicional - Apreciació corporal	0,926	< .001
Edat - Ús de xarxes socials	-0,390	< .001
Edat - Pressió estètica percebuda	-0,492	< .001
Edat - Autoestima percebuda	0,440	< .001
Edat - Autoacceptació	0,411	< .001
Edat - Acceptació incondicional	0,430	< .001
Edat - Apreciació corporal	0,429	< .001

Nota. ρ = rho de Spearman; p = significació estadística.

L'ús de xarxes socials va presentar una correlació positiva i estadísticament significativa amb la pressió estètica percebuda ($\rho = 0,502$; $p < .001$). També va presentar correlacions negatives i estadísticament significatives amb l'autoestima percebuda ($\rho = -0,442$; $p < .001$), l'autoacceptació ($\rho = -0,489$; p

< .001), l'acceptació incondicional ($p = -0,501$; $p < .001$) i l'apreciació corporal ($p = -0,488$; $p < .001$).

La pressió estètica percebuda va correlacionar negativament amb l'autoestima percebuda ($p = -0,597$; $p < .001$), l'autoacceptació ($p = -0,597$; $p < .001$), l'acceptació incondicional ($p = -0,615$; $p < .001$) i l'apreciació corporal ($p = -0,628$; $p < .001$).

Les variables d'autovaloració personal van presentar correlacions positives i estadísticament significatives amb l'apreciació corporal: autoestima percebuda ($p = 0,911$; $p < .001$), autoacceptació ($p = 0,907$; $p < .001$) i acceptació incondicional ($p = 0,926$; $p < .001$). També es van observar correlacions positives elevades entre autoestima percebuda, autoacceptació i acceptació incondicional (p entre 0,928 i 0,937; $p < .001$).

L'edat va correlacionar negativament amb l'ús de xarxes socials ($p = -0,390$; $p < .001$) i amb la pressió estètica percebuda ($p = -0,492$; $p < .001$). En canvi, va correlacionar positivament amb l'autoestima percebuda ($p = 0,440$; $p < .001$), l'autoacceptació ($p = 0,411$; $p < .001$), l'acceptació incondicional ($p = 0,430$; $p < .001$) i l'apreciació corporal ($p = 0,429$; $p < .001$).

4.5. Comparacions segons gènere i grups d'edat

Les diferències segons el gènere es van analitzar mitjançant la prova U de Mann-Whitney. La comparació inferencial es va realitzar únicament entre dones i homes, ja que la resta de categories de gènere presentaven una mida mostral reduïda. Les diferències segons grups d'edat es van analitzar mitjançant la prova H de Kruskal-Wallis.

Taula 4. Comparacions inferencials segons gènere i grups d'edat

Variable	U	p gènere	H	p edat
Ús de xarxes socials	4070,50	.106	31,43	< .001
Pressió estètica percebuda	4129,00	.142	50,49	< .001
Autoestima percebuda	3387,00	< .001	41,03	< .001
Autoacceptació	3422,00	.001	38,25	< .001
Acceptació incondicional	3362,50	< .001	42,61	< .001
Apreciació corporal	3411,50	.001	43,24	< .001

Nota. U = estadístic de la prova U de Mann-Whitney; H = estadístic de la prova de Kruskal-Wallis; p = significació estadística. La comparació segons el gènere inclou únicament dones i homes.

La prova U de Mann-Whitney no va mostrar diferències estadísticament significatives entre dones i homes en l'ús de xarxes socials ($U = 4070,50$; $p = .106$) ni en la pressió estètica percebuda ($U = 4129,00$; $p = .142$). En canvi, es van observar diferències estadísticament significatives en autoestima percebuda ($U = 3387,00$; $p < .001$), autoacceptació ($U = 3422,00$; $p = .001$), acceptació incondicional ($U = 3362,50$; $p < .001$) i apreciació corporal ($U = 3411,50$; $p = .001$).

La prova H de Kruskal-Wallis va mostrar diferències estadísticament significatives entre els tres grups d'edat en totes les variables principals: ús de xarxes socials ($H = 31,43$; $p < .001$), pressió estètica percebuda ($H = 50,49$; $p < .001$), autoestima percebuda ($H = 41,03$; $p < .001$), autoacceptació ($H = 38,25$; $p < .001$), acceptació incondicional ($H = 42,61$; $p < .001$) i apreciació corporal ($H = 43,24$; $p < .001$).

4.6. Síntesi dels resultats en relació amb els objectius i les hipòtesis

Els resultats obtinguts permeten respondre als objectius plantejats en el present estudi. En relació amb el primer objectiu, es van obtenir els estadístics descriptius de les variables principals i es van presentar les mitjanes totals, així com les mitjanes segons gènere i grups d'edat. En relació amb el segon objectiu,

les correlacions de Spearman van mostrar associacions significatives entre autoacceptació, autoestima percebuda, pressió estètica percebuda i apreciació corporal. En relació amb el tercer objectiu, es van observar associacions significatives entre ús de xarxes socials, pressió estètica percebuda i apreciació corporal. Finalment, en relació amb el quart objectiu, es van observar diferències significatives segons el gènere en algunes variables i diferències significatives segons els grups d'edat en totes les variables principals.

Pel que fa a les hipòtesis, la primera hipòtesi va rebre suport empíric, ja que l'autoacceptació ($\rho = 0,907$; $p < .001$) i l'autoestima percebuda ($\rho = 0,911$; $p < .001$) es van associar positivament amb l'apreciació corporal. La segona hipòtesi també va rebre suport, ja que la pressió estètica percebuda es va associar negativament amb l'apreciació corporal ($\rho = -0,628$; $p < .001$). La tercera hipòtesi va rebre suport, ja que l'ús de xarxes socials es va associar positivament amb la pressió estètica percebuda ($\rho = 0,502$; $p < .001$) i negativament amb l'apreciació corporal ($\rho = -0,488$; $p < .001$).

La quarta hipòtesi va rebre suport parcial, ja que es van observar diferències segons l'edat i el gènere, però les diferències entre dones i homes no van ser significatives en totes les variables analitzades.

5.- Discussió i conclusions

5.1. Discussió dels resultats principals i relació amb la literatura científica

El present estudi tenia com a objectiu analitzar la relació entre l'autoacceptació, la pressió estètica percebuda i la percepció positiva del propi cos en persones joves d'entre 18 i 30 anys, considerant també el paper de l'autoestima percebuda i de l'ús de xarxes socials des d'una perspectiva psicosocial. Els resultats obtinguts permeten afirmar que les variables personals vinculades a l'autovaloració mantenen una relació estreta amb l'apreciació corporal, mentre que la pressió estètica percebuda i l'ús de xarxes socials s'associen amb una percepció menys favorable del propi cos.

En relació amb el primer objectiu, els resultats descriptius mostren una mostra amb un ús moderadament elevat de xarxes socials i amb una pressió estètica percebuda situada per sobre del punt central de l'escala. Aquest resultat és rellevant perquè indica que la pressió vinculada a l'aparença no apareix com un element residual, sinó com una experiència present en la mostra analitzada. Alhora, les puntuacions d'autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal es van situar en nivells intermedis, fet que suggereix que la relació amb un mateix i amb el propi cos no es pot entendre únicament en termes de malestar o satisfacció plena, sinó com una realitat complexa i ambivalenta.

Aquesta lectura és coherent amb la perspectiva psicosocial del treball, ja que la imatge corporal no depèn exclusivament de característiques individuals, sinó també del context social i cultural en què es construeixen els ideals d'aparença. En aquest sentit, el fet que la pressió estètica percebuda presenti una mitjana elevada reforça la necessitat d'analitzar la imatge corporal com un fenomen influït per normes socials, comparació interpersonal i exposició a models corporals idealitzats.

Pel que fa al segon objectiu, els resultats van mostrar associacions positives entre autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal. Aquest patró dona suport a la primera hipòtesi del treball,

segons la qual nivells més elevats d'autoacceptació i autoestima percebuda s'associarien amb una major apreciació corporal. Aquest resultat és coherent amb la idea que una valoració més positiva d'un mateix pot facilitar una relació més respectuosa i acceptadora amb el propi cos.

Aquests resultats es poden entendre a partir de la distinció entre autoestima i autoacceptació. L'autoestima implica una valoració afectiva del propi valor, mentre que l'autoacceptació fa referència a una actitud més global d'acceptació personal, incloent fortaleeses i limitacions. En el context de la imatge corporal, aquesta diferència és especialment important, ja que una persona pot sentir-se més o menys satisfeta amb determinats aspectes del seu cos, però mantenir una actitud d'acceptació més estable cap a ella mateixa. Els resultats del present estudi indiquen que aquestes dimensions es relacionen de manera significativa amb l'apreciació corporal, cosa que reforça la importància d'incloure variables d'autovaloració personal en l'estudi de la imatge corporal.

La relació positiva entre aquestes variables també és coherent amb la literatura prèvia. Ryff (1989) ja situava l'autoacceptació com una dimensió central del benestar psicològic, vinculada a una actitud positiva cap a un mateix i a una valoració integrada de la pròpia trajectòria vital. En una línia similar, Linardon et al. (2022) van observar que l'apreciació corporal s'associava positivament amb autoestima, autocompassió i altres indicadors adaptatius de benestar. Per tant, els resultats del present treball encaixen amb la idea que una relació més positiva amb un mateix pot actuar com un factor vinculat a una vivència corporal més favorable.

Ara bé, també cal interpretar amb prudència la magnitud elevada de les correlacions observades entre autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal. Aquestes associacions poden indicar una relació conceptual molt estreta entre els constructes, però també poden estar influïdes pel fet que els blocs d'ítems van ser elaborats ad hoc i que algunes formulacions poden compartir contingut valoratiu. Per aquest motiu, els resultats no s'han d'entendre com una prova de diferenciació psicomètrica completa entre les variables, sinó com una evidència exploratòria de la seva relació dins de la mostra estudiada.

En relació amb la segona hipòtesi, els resultats van mostrar que una major pressió estètica percebuda s'associava amb una menor apreciació corporal. Aquest resultat reforça la idea que la pressió social vinculada a l'aparença pot tenir un paper rellevant en la manera com les persones joves valoren i experimenten el seu propi cos. Quan els ideals estètics es perceben com a exigències socials importants, el cos pot passar a ser avaluat en funció de criteris externs i normatius, fet que pot dificultar una relació més acceptadora amb la pròpia imatge corporal.

Aquest resultat és coherent amb els models que situen la internalització dels ideals corporals i la comparació social com a processos centrals en la insatisfacció corporal. Bonfanti et al. (2025) van observar que una major comparació social en línia s'associava amb més preocupacions relacionades amb la imatge corporal i amb una menor imatge corporal positiva. De manera semblant, Jung et al. (2022) van destacar el paper de la internalització dels ideals d'aparença i de la comparació social en la relació entre ús de xarxes socials i resultats d'imatge corporal. Els resultats del present estudi són coherents amb aquesta literatura, ja que mostren que la pressió estètica percebuda es relaciona negativament amb l'apreciació corporal i amb les variables d'autovaloració personal.

Pel que fa al tercer objectiu, els resultats van mostrar que l'ús de xarxes socials s'associava positivament amb la pressió estètica percebuda i negativament amb l'apreciació corporal. Aquest patró dona suport a la tercera hipòtesi del treball. Tot i que el disseny transversal i correlacional no permet establir causalitat, els resultats indiquen que una major implicació amb xarxes socials i continguts relacionats amb l'aparença es relaciona amb una major percepció de pressió estètica i amb una apreciació corporal més baixa.

Aquest resultat encaixa amb la literatura que ha destacat el paper de les xarxes socials com a espais de comparació social i exposició a ideals corporals. Alfonso-Fuertes et al. (2023), en un estudi realitzat en població espanyola, van observar que un major ús d'Instagram s'associava amb més comparació física, menor autoestima i menor satisfacció corporal. Fioravanti et al. (2022) també

van trobar, en una revisió sistemàtica d'estudis experimentals, que l'exposició a imatges idealitzades en xarxes socials incrementava la insatisfacció corporal en persones joves. En la mateixa línia, Jiotsa et al. (2021) van observar que la comparació de la pròpia aparença amb persones seguides a xarxes socials s'associava amb més insatisfacció corporal.

Aquests resultats permeten entendre que el problema no és necessàriament l'ús de xarxes socials en si mateix, sinó el tipus de contingut consumit i els processos psicològics que aquest pot activar. L'exposició a continguts centrats en l'aparença, la comparació amb altres persones, la cura o edició de la pròpia imatge i la presència d'ideals corporals rígids poden contribuir a augmentar la pressió estètica percebuda. Per això, la relació entre xarxes socials i imatge corporal s'ha d'analitzar des d'una perspectiva crítica, tenint en compte tant les característiques de les plataformes com la manera en què les persones joves interactuen amb els continguts digitals.

També és important remarcar que les xarxes socials no tenen un efecte uniforme ni necessàriament negatiu en tots els casos. Alguns continguts poden contribuir a ampliar la representació de la diversitat corporal i a promoure missatges d'acceptació. En aquest sentit, Jiménez-García et al. (2025) van assenyalar que el contingut *body-positive* pot tenir efectes immediats favorables en la satisfacció corporal i el benestar emocional, especialment quan inclou representacions corporals diverses i missatges d'autoacceptació. Per tant, els resultats del present estudi no impliquen que les xarxes socials siguin perjudicials per si mateixes, sinó que determinades formes d'ús i determinats continguts relacionats amb l'aparença poden associar-se amb una percepció corporal menys favorable.

Pel que fa al quart objectiu, els resultats van mostrar associacions significatives amb l'edat i diferències segons el gènere. En relació amb l'edat, es va observar que les persones de més edat dins del rang estudiat tendien a informar de menys ús de xarxes socials, menor pressió estètica percebuda i puntuacions més elevades en autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal. A més, les comparacions per grups d'edat van mostrar diferències significatives en totes les variables principals.

Aquest patró pot interpretar-se des d'una perspectiva evolutiva i psicosocial. Tot i que el rang d'edat del present estudi és limitat, entre els 18 i els 30 anys poden produir-se canvis importants en la construcció de la identitat, l'estabilitat personal, la relació amb l'entorn social i la manera d'utilitzar les xarxes socials. Les persones més joves poden trobar-se en etapes amb més exposició a la validació externa, a la comparació social i a la pressió per ajustar-se a ideals corporals, mentre que les persones de més edat podrien mostrar una relació més estable amb elles mateixes i amb el propi cos. Tot i això, aquesta interpretació s'ha de considerar amb prudència, ja que l'estudi no és longitudinal i no permet afirmar que l'edat produeixi aquests canvis.

En relació amb el gènere, les comparacions entre dones i homes van mostrar diferències significatives en autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i apreciació corporal, amb puntuacions més elevades en homes. En canvi, no es van observar diferències significatives en ús de xarxes socials ni en pressió estètica percebuda. Aquest resultat indica que, dins de la mostra analitzada, dones i homes no diferien significativament en el nivell general d'ús de xarxes socials ni en la pressió estètica percebuda, però sí en variables vinculades a l'autovaloració i a la relació positiva amb el propi cos.

Aquest patró pot relacionar-se amb la literatura que ha mostrat que les dones solen estar exposades a una pressió estètica més intensa i a una major vigilància social del cos. Tanmateix, el fet que en aquest estudi no apareguin diferències significatives en pressió estètica percebuda entre dones i homes pot indicar que aquesta pressió també afecta els homes joves, encara que possiblement es manifesti de formes diferents. Els ideals corporals masculins vinculats a la musculatura, la definició física o el rendiment també poden generar comparació i malestar. Per tant, els resultats no s'han d'interpretar de manera simplista, sinó com una evidència que la pressió estètica és un fenomen ampli, tot i que pot tenir expressions diferenciades segons el gènere.

Cal destacar que la comparació inferencial segons el gènere només es va realitzar entre dones i homes, ja que la resta de categories presentaven una mida mostral reduïda. Aquesta decisió va ser metodològicament prudent, però

limita la possibilitat d'extreure conclusions sobre persones no binàries, persones que es van identificar amb altres opcions o persones que van preferir no indicar el gènere. Per aquest motiu, els resultats sobre gènere s'han d'entendre com una aproximació parcial i exploratòria.

5.2. Implicacions psicosocials

Els resultats del present estudi tenen diverses implicacions psicosocials. En primer lloc, reforcen la idea que la imatge corporal en persones joves no pot entendre's únicament com una qüestió individual o estètica. La manera com una persona viu el seu cos es relaciona amb variables personals, com l'autoestima i l'autoacceptació, però també amb factors socials, com la pressió estètica percebuda i l'exposició a continguts digitals centrats en l'aparença.

En segon lloc, els resultats posen de manifest la importància de treballar l'autoacceptació i l'acceptació incondicional com a dimensions vinculades al benestar corporal. Les intervencions centrades només en modificar la satisfacció amb l'aparença poden resultar insuficients si no aborden també la manera com la persona construeix el seu valor personal. Promoure una autoacceptació més estable podria ajudar a reduir la dependència de la validació externa i dels ideals estètics dominants.

En tercer lloc, els resultats assenyalen la necessitat de fomentar una alfabetització digital crítica. Les persones joves no només necessiten utilitzar les xarxes socials de manera segura, sinó també desenvolupar eines per identificar continguts idealitzats, editats o orientats a generar comparació. Aquesta alfabetització hauria d'incloure una reflexió sobre els algoritmes, la selecció de continguts, els filtres, l'edició d'imatges, els ideals corporals i la pressió associada a la visibilitat digital.

Finalment, els resultats també tenen implicacions per a la prevenció i la promoció del benestar. En contextos educatius, comunitaris i de salut, seria útil incorporar programes que treballin la imatge corporal positiva, l'autoacceptació, la diversitat corporal i la relació crítica amb les xarxes socials. Aquest

enfocament permetria anar més enllà de la prevenció del malestar i promoure una relació més respectuosa i funcional amb el propi cos.

5.3. Limitacions de l'estudi

Aquest estudi presenta diverses limitacions que cal tenir en compte a l'hora d'interpretar els resultats. En primer lloc, es tracta d'un estudi transversal i correlacional. Per aquest motiu, les associacions observades entre variables no permeten establir relacions causals ni determinar la direcció dels efectes. Per exemple, no es pot afirmar que l'ús de xarxes socials provoqui una menor apreciació corporal, sinó només que ambdues variables apareixen associades en la mostra analitzada.

En segon lloc, la mostra es va obtenir mitjançant un mostreig no probabilístic de conveniència, complementat amb difusió per bola de neu. Aquest procediment va permetre accedir a un nombre adequat de participants, però limita la generalització dels resultats a la població jove en general. La mostra pot estar influïda per les xarxes de difusió utilitzades i per les característiques de les persones que van decidir participar voluntàriament.

En tercer lloc, les dades es van recollir mitjançant autoinforme. Aquest tipus de recollida pot estar afectat per biaixos de desitjabilitat social, interpretació subjectiva dels ítems o estat emocional del moment en què es respon el qüestionari. Tot i que l'anonimat pot reduir parcialment aquests biaixos, no els elimina completament.

En quart lloc, els blocs d'ítems utilitzats van ser elaborats ad hoc a partir del marc teòric i dels objectius de l'estudi. Tot i que es va analitzar la consistència interna dels blocs i es van obtenir valors adequats o elevats, aquests resultats no equivalen a una validació psicomètrica completa de l'instrument. Per tant, les puntuacions s'han d'interpretar com a indicadors exploratoris de les variables estudiades.

En cinquè lloc, algunes variables presentaven una elevada proximitat conceptual, especialment autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i

apreciació corporal. Aquesta proximitat pot haver contribuït a les correlacions elevades observades entre aquests blocs. Per aquest motiu, els resultats s'han d'interpretar amb prudència i no com una demostració definitiva de la independència entre constructes.

Finalment, la comparació segons el gènere presenta limitacions. Tot i que es van recollir diverses categories de resposta, la comparació inferencial només es va realitzar entre dones i homes a causa de la mida reduïda de la resta de grups. Aquesta decisió va evitar interpretacions estadísticament poc robustes, però també limita la capacitat del treball per analitzar la diversitat de gènere amb profunditat.

5.4. Futures línies de recerca

A partir de les limitacions assenyalades, futures investigacions podrien ampliar la mostra i utilitzar procediments de mostreig més sistemàtics, amb l'objectiu d'obtenir resultats més generalitzables. També seria convenient incorporar mostres més equilibrades pel que fa al gènere i incloure un nombre suficient de participants amb identitats no binàries o altres identitats de gènere, per poder analitzar aquestes experiències de manera més rigorosa i respectuosa.

Una altra línia futura seria utilitzar instruments validats per mesurar autoestima, autoacceptació, apreciació corporal, internalització dels ideals corporals i comparació social. Això permetria comparar els resultats amb altres estudis i millorar la solidesa psicomètrica de les conclusions. Alhora, es podrien mantenir alguns ítems específics sobre xarxes socials per captar millor les característiques del context digital actual.

També seria interessant desenvolupar estudis longitudinals que permetessin analitzar l'evolució de la imatge corporal i l'autoacceptació al llarg del temps. Aquest tipus de disseny permetria explorar si els canvis en l'ús de xarxes socials, en la pressió estètica percebuda o en l'autoacceptació precedeixen canvis en l'apreciació corporal, cosa que no es pot determinar amb un disseny transversal.

Futures recerques també podrien aprofundir en el tipus de contingut consumit a les xarxes socials. No tots els continguts tenen el mateix significat ni el mateix impacte potencial. Seria rellevant diferenciar entre contingut centrat en l'aparença, contingut *fitspiration*, contingut *body-positive*, contingut relacionat amb salut, contingut d'entreteniment i contingut generat per persones properes. Aquesta distinció permetria entendre millor quins usos digitals s'associen amb més risc i quins podrien tenir un efecte protector.

Finalment, seria útil desenvolupar i avaluar intervencions psicosocials dirigides a persones joves, centrades en l'autoacceptació, la diversitat corporal, la reducció de la comparació social i l'ús crític de les xarxes socials. Aquestes intervencions podrien aplicar-se en contextos educatius, universitaris, comunitaris o de promoció de la salut.

5.5. Conclusions finals

Els resultats del present estudi mostren que la percepció positiva del propi cos en persones joves es relaciona amb variables personals i psicosocials. L'autoestima percebuda, l'autoacceptació i l'acceptació incondicional es van associar positivament amb l'apreciació corporal, mentre que la pressió estètica percebuda i l'ús de xarxes socials es van associar negativament amb aquesta variable.

Aquests resultats reforcen la importància d'entendre la imatge corporal des d'una perspectiva psicosocial. La relació amb el propi cos no es construeix només a partir de l'aparença física, sinó també a partir del valor personal percebut, l'acceptació d'un mateix, la pressió social, la comparació i els ideals corporals presents en l'entorn digital. En aquest sentit, la imatge corporal és un fenomen personal, però també social i cultural.

El treball també mostra que l'edat i el gènere poden relacionar-se amb diferències en les variables estudiades. Les persones de més edat dins de la mostra van presentar puntuacions més favorables en autovaloració i apreciació corporal, mentre que les comparacions entre dones i homes van mostrar diferències en autoestima percebuda, autoacceptació, acceptació incondicional i

apreciació corporal. Tot i això, aquests resultats s'han d'interpretar de manera exploratòria i tenint en compte les limitacions de la mostra.

En conjunt, el present estudi posa de manifest la necessitat de continuar investigant la relació entre autoacceptació, imatge corporal i pressió estètica en persones joves. També destaca la importància de promoure intervencions orientades a reforçar l'autoacceptació, fomentar una relació més respectuosa amb el cos i desenvolupar una mirada crítica davant els ideals corporals presents a les xarxes socials.

6.- Bibliografía

- Alfonso-Fuertes, I., Alvarez-Mon, M. A., Sanchez del Hoyo, R., Ortega, M. A., Alvarez-Mon, M., & Molina-Ruiz, R. M. (2023). Time spent on Instagram and body image, self-esteem, and physical comparison among young adults in Spain: Observational study. *JMIR Formative Research*, 7, Article e42207. <https://doi.org/10.2196/42207>
- Bonfanti, R. C., Melchiori, F., Teti, A., Albano, G., Raffard, S., Rodgers, R. F., & Lo Coco, G. (2025). The association between social comparison in social media, body image concerns and eating disorder symptoms: A systematic review and meta-analysis. *Body Image*, 52, Article 101841. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2024.101841>
- Cash, T. F., & Pruzinsky, T. (Eds.). (2002). *Body image: A handbook of theory, research, and clinical practice*. Guilford Press.
- Cash, T. F., & Smolak, L. (Eds.). (2011). *Body image: A handbook of science, practice, and prevention* (2nd ed.). Guilford Press.
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fioravanti, G., Bocci Benucci, S., Ceragioli, G., & 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, 419–458. <https://doi.org/10.1007/s40894-022-00179-4>
- Jerónimo, F., Carraça, E. V., Markland, D., Silva, M. N., & Teixeira, P. J. (2022). Effects of fitspiration content on body image: A systematic review. *Eating and Weight Disorders - Studies on Anorexia, Bulimia and Obesity*, 27, 3017–3035. <https://doi.org/10.1007/s40519-022-01505-4>
- Jiménez-García, A. M., Arias, N., Picazo Hontanaya, E., Sanz, A., & García-Velasco, O. (2025). Impact of body-positive social media content on body image perception. *Journal of Eating Disorders*, 13, Article 153. <https://doi.org/10.1186/s40337-025-01286-y>

- 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), Article 2880. <https://doi.org/10.3390/ijerph18062880>
- Jung, J., Barron, D., Lee, Y.-A., & Swami, V. (2022). Social media usage and body image: Examining the mediating roles of internalization of appearance ideals and social comparisons in young women. *Computers in Human Behavior*, 135, Article 107357. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107357>
- Lim, J. H., Ahmad, M. B., & Prihadi, K. D. (2024). New media literacy, self-acceptance, and psychological flexibility in enhancing Gen Z wellbeing. *Psychology, Society & Education*, 16(3), 10–19. <https://doi.org/10.21071/pse.v16i3.17235>
- Linardon, J., McClure, Z., Tylka, T. L., & Fuller-Tyszkiewicz, M. (2022). Body appreciation and its psychological correlates: A systematic review and meta-analysis. *Body Image*, 42, 287–296. <https://doi.org/10.1016/j.bodyim.2022.07.003>
- Merino, M., Tornero-Aguilera, J. F., Rubio-Zarapuz, A., Villanueva-Tobaldo, C. V., Martín-Rodríguez, A., & Clemente-Suárez, V. J. (2024). Body perceptions and psychological well-being: A review of the impact of social media and physical measurements on self-esteem and mental health with a focus on body image satisfaction and its relationship with cultural and gender factors. *Healthcare*, 12(14), Article 1396. <https://doi.org/10.3390/healthcare12141396>
- Ryff, C. D. (1989). Happiness is everything, or is it? Explorations on the meaning of psychological well-being. *Journal of Personality and Social Psychology*, 57(6), 1069–1081. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.57.6.1069>
- Vincente-Benito, I., & Ramírez-Durán, M. D. V. (2023). Influence of social media use on body image and well-being among adolescents and young adults: A

systematic review. *Journal of Psychosocial Nursing and Mental Health Services*, 61(12), 11–18. <https://doi.org/10.3928/02793695-20230524-02>

7.- Annexos

Annex 1. Qüestionari administrat

En aquest annex es presenta la transcripció del qüestionari utilitzat per a la recollida de dades del present estudi. El qüestionari es va administrar en línia mitjançant Microsoft Forms, de manera anònima, voluntària i autoadministrada. El formulari incloïa informació inicial sobre l'estudi, consentiment informat, criteris de participació, dades sociodemogràfiques i blocs d'ítems relacionats amb l'ús de xarxes socials, la pressió estètica percebuda, l'autoestima percebuda, l'autoacceptació, l'acceptació incondicional i l'apreciació corporal. Les preguntes marcades com a obligatòries al formulari original s'indiquen amb un asterisc.

Informació sobre l'estudi i consentiment

Títol del qüestionari:

Autoacceptació, imatge corporal i pressió estètica en persones joves

Descripció inicial:

Qüestionari anònim i voluntari per a un Treball de Fi de Grau de la Universitat Rovira i Virgili. Durada aproximada: 10-12 minuts.

Aquest estudi forma part d'un Treball de Fi de Grau de la Universitat Rovira i Virgili i té com a finalitat analitzar la relació entre l'autoacceptació, la imatge corporal i la pressió estètica en persones joves d'entre 18 i 30 anys. La participació és totalment voluntària i anònima. No es recolliran dades identificatives i la informació obtinguda s'utilitzarà exclusivament amb finalitats acadèmiques. En continuar, la persona participant declara que ha llegit aquesta informació, que té entre 18 i 30 anys i que accepta participar voluntàriament en l'estudi.

1. He llegit la informació anterior i accepto participar en l'estudi: *

Opcions de resposta: Sí / No

Criteris de participació

2. Tens entre 18 i 30 anys? *

Opcions de resposta: Sí / No

3. Quants anys tens? (18-30) *

Resposta numèrica.

Dades generals

4. Amb quin gènere t'identifiques? *

Opcions de resposta: Dona / Home / No binari / Altres / Prefereixo no dir-ho

5. Nivell d'estudis actual o més alt assolit: *

Opcions de resposta: Educació secundària obligatòria / Batxillerat o Formació professional / Estudis universitaris / Estudis de postgrau / Altres

Ús de xarxes socials

Escala de resposta: Mai / Poques vegades / Algunes vegades / Sovint / Molt sovint

6. Amb quina freqüència utilitzes xarxes socials? *

7. Amb quina freqüència observes contingut relacionat amb l'aparença física? *

8. Amb quina freqüència et compares amb altres persones a través de les xarxes socials? *

9. Amb quina freqüència et fixes en cossos o aparences que consideres ideals? *

10. Amb quina freqüència cuides o edites la teva imatge abans de publicar contingut? *

Pressió estètica percebuda

Escala de resposta: Totalment en desacord / Molt en desacord / En desacord / Ni d'acord ni en desacord / D'acord / Molt d'acord / Totalment d'acord

11. Sento que existeix pressió social per tenir un cos determinat. *

12. Em preocupa no complir amb els ideals de bellesa actuals. *

13. Crec que l'aspecte físic és important per ser acceptat/da socialment. *

14. Sento que el meu cos és jutjat pels altres. *

15. Em comparo amb els estàndards de bellesa que veig als mitjans o a les xarxes socials. *

Percepció d'un mateix: autoestima i autoconcepte

Escala de resposta: Totalment en desacord / Molt en desacord / En desacord / Ni d'acord ni en desacord / D'acord / Molt d'acord / Totalment d'acord

16. En general, em sento satisfet/a amb mi mateix/a. *

17. Em considero una persona amb qualitats positives. *

18. De vegades penso que no tinc gaire valor com a persona. *

19. Tinc una idea clara de com soc com a persona. *

20. Em considero una persona competent en diferents àmbits de la meva vida. *

21. Em costa definir-me o saber com soc realment. *

Relació amb un/a mateix/a

Escala de resposta: Totalment en desacord / Molt en desacord / En desacord / Ni d'acord ni en desacord / D'acord / Molt d'acord / Totalment d'acord

22. En general, tinc una actitud positiva cap a mi mateix/a. *

23. Accepto tant els meus punts forts com les meves limitacions. *

24. Em sento satisfet/a amb la persona que soc. *

25. Hi ha aspectes de mi mateix/a que em costa acceptar. *

26. Amb el temps, he arribat a acceptar la majoria de parts de mi mateix/a. *

27. Sovint em sento insatisfet/a amb mi mateix/a. *

Acceptació incondicional d'un mateix

Escala de resposta: Totalment en desacord / Molt en desacord / En desacord / Ni d'acord ni en desacord / D'acord / Molt d'acord / Totalment d'acord

28. Em puc acceptar com a persona independentment dels meus errors. *

29. El meu valor com a persona no depèn del que aconsegueixo. *

30. Em considero una persona valuosa encara que no faci les coses perfectament. *

31. Quan fracasso, sento que valc menys com a persona. *

32. Puc respectar-me a mi mateix/a encara que els altres no ho facin. *

33. El que pensen els altres sobre mi determina el meu valor personal. *

34. Accepto qui soc, encara que tingui aspectes que no m'agradin. *

35. Necessito complir certes expectatives per sentir-me bé amb mi mateix/a. *

36. El meu valor com a persona és estable, independentment de les circumstàncies. *

37. Em jutjo amb duresa quan no estic a l'alçada del que espero de mi. *

Apreciació corporal

Escala de resposta: Mai / Rarament / De vegades / Sovint / Sempre

38. Respecto el meu cos tal com és. *

39. Valoro les coses que el meu cos és capaç de fer. *

40. Em sento còmode amb el meu cos en el meu dia a dia. *

41. Tinc una actitud positiva cap al meu cos. *

42. Accepto el meu cos independentment del seu aspecte físic. *

43. Em sento satisfet/a amb el meu cos en general. *

44. Em costa acceptar el meu cos tal com és. *

45. Em sento bé amb el meu cos, més enllà dels ideals estètics. *

46. La meva percepció del meu cos depèn molt del que veig en altres persones.*

Final del qüestionari

Gràcies per la teva participació. La teva col·laboració és molt valuosa per al desenvolupament d'aquest estudi. Si tens qualsevol dubte, pots contactar a través del correu següent: kara.lopez@estudiants.urv.cat

—

Per a l'anàlisi estadística, els ítems redactats en sentit invers es van recodificar abans de calcular les puntuacions mitjanes dels blocs corresponents. Els ítems recodificats van ser: 18, 21, 25, 27, 31, 33, 35, 37, 44 i 46. Aquesta

recodificació es va dur a terme perquè les puntuacions més elevades indiquessin sempre nivells més alts del constructe corresponent.