



Comparación social en redes sociales virtuales, ¿asunto de género?

Andrés Felipe Otálvaro Muñoz

Artículo de investigación para optar al título de Psicólogo

Tutor

Johny Andrey Villada Zapata, Magíster (MSc) en Psicología

Universidad de Antioquia
Facultad de Ciencias Sociales y Humanas
Psicología
Medellín, Antioquia, Colombia
2022

Cita	(Otálvaro Muñoz, 2022)
Referencia	Otálvaro Muñoz, A. F. (2018). <i>Comparación social en redes sociales virtuales, ¿asunto de género?</i> [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia, Medellín, Colombia.
Estilo APA 7 (2020)	



Grupo de Investigación Psicología Cognitiva.

Centro de Investigaciones Sociales y Humanas (CISH).



CRAI Maria Teresa Uribe (Factual de Ciencias Sociales y Humanas)

Repositorio Institucional: <http://bibliotecadigital.udea.edu.co>

Universidad de Antioquia - www.udea.edu.co

Rector: John Jairo Arboleda Céspedes.

Decano/Director: Alba Nelly Gómez.

Jefe departamento: Alberto Ferrer Botero.

El contenido de esta obra corresponde al derecho de expresión de los autores y no compromete el pensamiento institucional de la Universidad de Antioquia ni desata su responsabilidad frente a terceros. Los autores asumen la responsabilidad por los derechos de autor y conexos.

Dedicatoria

A la memoria de Maria Esneda Muñoz y Bertulfo Otálvaro

Agradecimientos

A Mayury, mi madre y a Hilda, mi abuela, por ocuparse del mantenimiento y quehaceres del hogar, lo que permitió que pudiese invertir el tiempo necesario en el desarrollo de la presente investigación. A Johny Villada, mi asesor, quien en este trabajo de grado culminó un proceso de acompañamiento en mi formación como psicólogo, que empezó hace algunos años en la primera clase que me dictó. Agradezco también al profesor Renato Zambrano, quien me ofreció perspectivas pertinentes durante los encuentros de los jueves donde discutimos el proceso investigativo; al igual, agradecer al estudiante de maestría Diego Guachetá, por darme cabida dentro de su equipo de investigación, base del artículo aquí presentado. Por último, a todas las personas empleadas de la universidad: vigilantes, aseadoras, técnicos, administrativos y docentes, quienes mantienen en pie la posibilidad de que nuestra Alma Máter dé frutos como el que aquí se presenta.

Tabla de contenidos

Resumen	8
Introducción	10
1 Metodología	16
1.1 Diseño.....	16
1.2 Población y muestra	17
1.3 Criterios de exclusión.....	17
1.4 Escala PANAS	17
1.5 Procedimiento experimental.....	18
1.5.1 Grupo 1, comparación social ascendente.....	18
1.5.2 Grupo 2, comparación social descendente.....	24
1.5.3 Grupo 3, ausencia de comparación social.....	25
1.6 Pilotaje.....	28
1.7 Consideraciones éticas	28
2 Resultados	30
2.1 Comparación social ascendente, género masculino	30
2.2 Comparación social ascendente, género femenino.....	31
2.3 Comparación social descendente, género masculino	32
2.4 Comparación social descendente, género femenino	33
2.5 Estímulo sin comparación social, género masculino	34
2.6 Estímulo sin comparación social, género femenino.....	35
3 Discusión	37
4 Conclusiones	40
5 Recomendaciones.....	41
6 Referencias	42

Lista de tablas

Tabla 1 Comparación social ascendente, género masculino	30
Tabla 2 Comparación social ascendente, género masculino	31
Tabla 3 Comparación social ascendente, género femenino	32
Tabla 4 Comparación social descendente, género masculino	32
Tabla 5 Comparación social descendente, género masculino	33
Tabla 6 Comparación social descendente, género femenino	33
Tabla 7 Comparación social descendente, género femenino	34
Tabla 8 Estímulo sin comparación social, género masculino	34
Tabla 9 Estímulo sin comparación social, género masculino	35
Tabla 10 Estímulo sin comparación social, género femenino	35
Tabla 11 Estímulo sin comparación social, género femenino	36

Lista de figuras

Figura 1 Diagrama del diseño experimental	17
Figura 2 Registro en el experimento, PANAS, inicio de sesión en INTIME	19
Figura 3 Pantalla de registro en la red social INTIME	20
Figura 4 Barra con opciones “inicio, “perfil” y “cerrar sesión”	21
Figura 5 Pantalla que muestra el perfil creado por el participante.....	21
Figura 6 Muestra de perfil artificial presentado en la tarea de comparación social ascendente ...	22
Figura 7 Ejemplo de una de las publicaciones ficticias referenciando un lugar frecuentado, comparación social ascendente	23
Figura 8 Escala PANAS, pantalla de finalización	24
Figura 9 Ejemplo de uno de los perfiles presentados en la comparación social descendente	25
Figura 10 Instrucciones y presentación de la primera noticia.....	26
Figura 11 Segunda noticia y botón “siguiente”	27
Figura 12 Preguntas presentadas luego de que los usuarios leyeran ambas noticias	28

Siglas, acrónimos y abreviaturas

APA	American Psychological Association
Cms.	Centímetros
ERIC	Education Resources Information Center
Esp.	Especialista
MP	Magistrado Ponente
MSc	Magister Scientiae
Párr.	Párrafo
PhD	Philosophiae Doctor
PBQ-SF	Personality Belief Questionnaire Short Form
PostDoc	PostDoctor
UdeA	Universidad de Antioquia

Resumen

Las redes sociales virtuales hacen parte relevante de nuestra vida cotidiana, ganando cada vez más atención y creciendo cada vez más. Así, no es de extrañar que procesos psicológicos que antes se daban en contextos análogos, como la comparación social, se desarrollen dentro de estos nichos virtuales. Este trabajo parte de una investigación de maestría que se pregunta cómo dicha comparación social en redes sociales virtuales interviene sobre el afecto. En el presente artículo se discuten los resultados desde la identificación de género de los y las participantes. Se usaron tres grupos experimentales: uno para inducir comparación social ascendente, otro para inducir comparación social descendente y un último grupo en el cual no se presentó comparación social. La muestra fue de 97 participantes, de los cuales sólo una persona se identificó como “no binaria” y otra prefirió no declarar su identificación de género. El resto de participantes se identificaron dentro de los géneros femenino y masculino. Se encontró que el género no influye de manera significativa en la comparación social, aunque resultados del grupo sin comparación social sugieren que puede deberse a los niveles de expresividad emocional que las personas pueden llegar a tener según su identificación de género.

Palabras clave: comparación social, redes sociales virtuales, afecto, género masculino, género femenino, PANAS

Abstract

Virtual social networks take a relevant role in our day to day basis, keeping up on taking more of our attention and growing more as time passes by. Therefore, it's expected to see psychological processes undergoing within these virtual niches, such as social comparison. This work takes part on a master's investigation searching for a casual relation in between social comparison and affect. The present article presents and discusses these results based on the gender identifications of the participants. The experiment used three different groups: one inducing upwards social comparison, another inducing downwards social comparison and a third one inducing no social comparison. The sample was composed by 97 participants, from which one person identified themselves as "non binary", while another one preferred not to mention their gender identity. Besides these two people, the rest of the sample participants identified either as female gender or male gender. It was found that gender does not play a relevant role in social comparison, although results in the group with no social comparison suggest that this might be due to the emotional expression levels that people might take because of their gender identity.

Keywords: social comparison, virtual social networks, affect, male gender, female gender, PANAS

Introducción

Durante nuestra vida solemos encontrarnos con personas que nos pueden hacer reaccionar de cierta manera al momento de contrastar sus características con las nuestras. Podríamos ver a una profesora y admirarla por la calidad de su conocimiento y la dedicación a su labor, motivándonos a esforzarnos para ser como ella o ver a alguien que se esfuerza poco en lo que hace y sentirnos bien con los productos de nuestra responsabilidad y disciplina. De igual manera, ver a alguien más hábil que nosotros a nivel académico podría hacernos sentir insuficientes.

Éste fenómeno es un proceso natural y espontáneo que Festinger (1954) llamó “comparación social”. Basado en el análisis y comparación de múltiples estudios, Festinger expresó que en el ser humano existe una tendencia a comparar sus opiniones y habilidades con otras personas que se consideran pares y con criterios similares, dentro de un rango que se expresa entre los polos ascendente-descendente, siendo ascendente cuando el sujeto se compara con individuos que evalúa como mejores que él/ella (en cuanto al desarrollo de alguna habilidad u opinión) y descendente cuando se compara con individuos que considera con desarrollos menores en estos mismos ámbitos. Mares (2015) explica que la teoría de comparación social se ha expandido bajo diversos horizontes, como la respuesta emocional a dichas comparaciones; también añadió que la función autoevaluativa de la comparación social (Festinger, 1954) se da con mayor intensidad cuando los aspectos a comparar son valiosos para la persona que hace la comparación, especialmente si es ascendente.

A su vez, Urzúa et al. (2012) ilustran que la orientación a la comparación social disminuye según un individuo avanza en edad y es predominantemente mayor en hombres que en mujeres, siendo la edad de 10 a 19 años en la que se dan tales resultados con mayor diferencia. Esta orientación a la comparación social disminuye progresivamente para los hombres a medida que avanzan en edad: hasta los 40 años, momento en el cual empieza ascender hasta incluso luego de los 60 años. Mientras que para las mujeres la orientación a la comparación social disminuye a los 39, donde vuelve a ascender hasta los 49, para descender una vez más hasta los 59 años y ascender una última vez, hasta luego de los 60 años. Cabe aclarar que los autores apuntan que tal comparación se hizo descartando diferencias entre nivel socioeconómico, estado civil y escolaridad.

La comparación social puede expresarse en muchas maneras: la opinión sobre temas de cultura general, el nivel académico, el poder adquisitivo, la habilidad deportiva o la elocuencia, entre muchas otras. Ahora bien, una de las más notorias, directas y fáciles de hacer será la comparación de la imagen corporal, para la gran mayoría de personas. Fisher et al. (2002) dan cuenta de que las mujeres prestan mayor atención a comparar su cuerpo con el de otras mujeres en cuanto se refiere a su peso y los hombres tienden a compararse con otros hombres cuando se trata de masa muscular. Las mujeres prefieren ser más delgadas, mientras que los hombres prefieren ser más grandes. Esta postura está parcialmente respaldada por conclusiones de una investigación realizada por Muñoz et al. (2014), quienes encontraron un alto índice de comparación social en mujeres adolescentes de México sobre sus pares varones. Sin embargo, cabe acotar que en esta investigación se compararon ambos géneros en términos de un semblante delgado-gordo, en vez de fuerte; es importante tener esto en cuenta.

La comparación social no es un fenómeno que se dé de una manera aislada. Se ha encontrado diferentes correlaciones con otros procesos de orden psicológico; Urzúa (2012) ilustra que hasta esa fecha se habían hecho publicaciones que relacionaban la comparación social con variables como: el interés por la comparación social, incertidumbre del self y estrés, burnout, depresión, afrontamiento, neuroticismo, situaciones competitivas con énfasis en los resultados, clima social de cooperación en el trabajo, justicia y conductas antisociales, salud y conductas de riesgo, satisfacción en las relaciones de pareja y afectos positivos y negativos, siendo esta última variable de especial interés para la investigación en la cual está enmarcada este artículo.

El afecto también parece estar mediado por el género. Solar (2004) dice que existe una aparente contradicción entre las conclusiones de diferentes investigaciones con respecto al afecto cuando se mide en relación al género. Declara que en estudios como los de Caro (2001) y Nolen-Hoeksema y Rusting (1999) se expone a las mujeres como personas con una mayor tendencia a afectos de valencia negativa, mientras que en conclusiones como la de Diener et al. (1999) no se registraron diferencias entre hombres y mujeres al medir su grado de bienestar subjetivo. Los análisis de este último estudio se hicieron basados en lo que Alvaro & Páez (1996) denominan la balanza de afectos, siendo ésta una estimación (promedio) entre emociones positivas y negativas que cada individuo experimenta.

La explicación que Solar ofrece es que si bien a primera vista estas conclusiones parecen ser contradictorias se puede deber a dos razones: la primera es una falta de análisis profundo a la

manera en la que se han cuantificado los resultados de las pruebas. Es decir, si bien es cierto que en la investigación de Diener et al. (1999) la estimación de la balanza de afectos no muestra diferencias entre ambos géneros, se debe a que al promediar altos puntajes de valencia negativa en las mujeres versus altos puntajes de valencia positiva en éstas mismas, ambos puntajes se contrarrestan, dando como resultado un promedio indiferente al de los hombres, quienes tienden a expresar una menor intensidad afectiva, tanto en valencias negativas como positivas (Fujita, Diener Sandvik, 1991; Diener et al. 1985). La otra razón por la cual se pueden presentar éstas aparentes contradicciones se deben a la metodología usada para obtener la información que se pretende analizar. Así, Solar expone que se debe tener en cuenta la diferencia que hay entre hombres y mujeres al momento de expresar sus emociones, la forma en que las recuerdan, cómo las valoran y la forma en la cual se vivieron las experiencias. A esto agrega el argumento de Brody (2000), quien sostiene que es pertinente notar que siendo las entrevistas y cuestionarios autoinformes, usualmente retrospectivos, son fuentes potenciales de sesgo relevante.

Alcalá et al. (2006) expresan que hallaron pocas diferencias entre géneros al haber aplicado la escala PANAS-X a 120 voluntarios entre los 18 y 50 años:

[...] tan sólo nueve, de los 60 ítems que componen la PANAS-X, arrojaban diferencias significativas a lo largo de la vida, siendo los ítems referidos a alegre, contento, encantado y feliz los que mostraron unos valores más elevados en las mujeres que en los hombres, con nivel de significación estadística. Por el contrario, los hombres presentaban valores significativamente más elevados que las mujeres en los siguientes ítems: aislado, asqueado de sí mismo, orgulloso, seguro y solitario.

Los investigadores también argumentan algo importante a tener en cuenta: la escala PANAS-X sólo da luces para encontrar diferencias en el afecto entre ambos géneros si se pone atención a un análisis detallado de cada uno de los ítems de la escala. Como ejemplo, proponen el análisis de la subescala de tristeza; en esta escala, compuesta por los ítems aislado, desanimado, nostálgico, solitario y triste, los resultados arrojaron puntajes relevantes en los ítems solitario y aislado para los hombres. Sin embargo, aunque haya una predominancia estadística en estos dos ítems, no es suficiente para exponer que los hombres se expresen más tristes que las mujeres.

Otro punto importante a tener en cuenta es la diferencia entre la expresión del afecto y la experiencia afectiva. Gartzia et al. (2012) ilustra que las mujeres tienden a identificarse más que los hombres con rasgos de manejo de emociones propias, manejo de emociones ajenas y

expresividad. A esto, García et al. (2017) añade que las mujeres tienden a ser más expresivas cuando se presentan emociones relacionadas a lo social, lo sentimental y la empatía, mientras que los hombres viven las emociones a mayor intensidad en contextos competitivos.

Hasta este punto las investigaciones mencionadas fueron realizadas en contextos fuera del mundo virtual, donde en cualquier lugar compartido con otras personas se es susceptible de vivenciar la comparación social y sus efectos. Sin embargo, teniendo en cuenta el mundo extenso y progresivamente virtualizado que habitamos es importante mencionar los estudios que han llevado sus preguntas de investigación dentro de las márgenes de la virtualidad, sin mencionar la relevancia especial que tienen para la naturaleza de esta misma investigación.

En general se han encontrado relaciones entre el abuso en el uso de redes sociales, efectos de orden psicológico en sus usuarios y problemas de salud mental. Esto incluye, sin estar limitado a, la calidad del sueño, la imagen corporal, el ciberacoso y la sensación de estar perdiéndose algo (BBC News Mundo, 2017). Apuntando a la comparación social, es relevante mencionar que los contenidos que los adolescentes consumen en Internet llevan a que se comparen con otras personas y/o busquen aprobación respecto a sus acciones (Beltrán, 2020).

Pérez y Guiroga-Garza (2019) indican que a un mayor uso compulsivo de redes sociales se da una mayor comparación social de tipo ascendente y que a su vez, un mayor uso compulsivo de redes sociales provoca una mayor sensación de soledad; sin embargo, también aclaran que no hallaron una relación entre la comparación social de tipo ascendente y la sensación de soledad. Van Vonderen y Kinnally (2012) sostienen que la comparación social en redes sociales cumple un rol importante en la insatisfacción con la imagen corporal y la autoestima; hallazgos concordantes con los de Haferkamp y Krämer (2011), quienes ya habían conducido un estudio que además de correlacionar la imagen personal con la comparación social en redes sociales, también lo hizo con la percepción de hombres con respecto a su carrera en comparación con individuos “más exitosos”. Ahora bien, Fox y Vendemia (2016) sugieren que si bien existen datos que parecen diferenciar los motivos para la comparación social en función del sexo (mujeres se preocupan más por la imagen corporal que los hombres), parece ser que a medida del tiempo tal preocupación por la imagen corporal está involucrando a más hombres y ésta brecha entre sexos y motivaciones se está reduciendo.

La propuesta de Bautista Romero (2021) pretende entender la respuesta emocional, enmarcada en la comparación social, como respuesta al contenido visto en redes sociales. Los

resultados de su estudio sugieren que la respuesta emocional de los individuos que se comparan socialmente con los perfiles virtuales depende de su grado de identificación, algo que concuerda con la postura original de Festinger (1954). Verduyn, et. al. (2020), afirman que las personas con una alta tendencia a compararse socialmente suelen verse afectadas negativamente, y en gran medida, por el uso de redes sociales; algo que se acopla a los hallazgos de Wang, et. al. (2017) cuando compararon el uso de redes sociales y el bienestar subjetivo de los individuos implicados en su estudio; a esto, Vogel et al. (2015) agregan que los individuos con mayor tendencia a la comparación social y más afectados por ésta, también son los individuos que usan en mayor medida las redes sociales. Este estudio previo, junto con el de Van Vonderen y Kinnally (2012), reciben apoyo en sus conclusiones por parte de las investigaciones del grupo de Vogel et al. (2014) y del grupo de Schmuck et al. (2019), quienes ilustran un impacto negativo tanto en el bienestar subjetivo como en la autoestima de los individuos expuestos por largos periodos de tiempo a Facebook e Instagram, gracias a la comparación social ascendente. Song et al. (2019) hace énfasis en que las diferencias culturales cumplen un rol en la comparación social en Facebook, pues las motivaciones para la comparación social cambian acorde a estas diferencias.

En el 2018, un estudio realizado por Zhang y Centola (2018) arroja datos suficientemente relevantes para concluir que el efecto de comparación social en redes sociales se dio sin diferencias significativas entre casos individuales y casos grupales; es decir, las condiciones de comparación social tanto de un individuo versus otro individuo como de un grupo versus otro grupo mostraron resultados considerablemente similares en comparación con los individuos control y los grupos control, respectivamente. La postura de Appel et al. (2016) propone una correlación entre la envidia (“benigna” o “maligna”) y el acercamiento entre los individuos con los cuales alguien se compara, concluyendo que a mayor acercamiento entre los individuos hay menor probabilidad de que se presenten sentimientos de envidia “maligna”.

En general, la mayoría de autores han encontrado resultados similares frente al autoestima, la autopercepción, el estado subjetivo de bienestar relacionados con la comparación social en redes sociales, específicamente en Facebook. Los hallazgos de Stapleton et al. (2017) no difieren en gran medida a los resultados de trabajos previos o posteriores. En lo que sí se diferencian es en los aspectos metodológicos, pues se enfocan específicamente en Instagram, en contraste con la tendencia investigativa a preferir Facebook y además sugieren que en próximos estudios puede considerarse la creación de perfiles falsos de Instagram para replicar experimentos relacionados.

Hwnag (2019), también usa Instagram como la red social propia de su estudio para la comparación social y sus efectos respecto a la depresión, hallando que, si bien el uso de Instagram no incrementa de manera directa algún índice de depresión, sí puede encaminar a ésta cuando la comparación social en Instagram desencadena síntomas depresivos. A su vez, Jiang y Ngien (2020) encontraron que Instagram cumple una función similar con respecto a la ansiedad social: la red social no tiene una relación directa con el aumento de ésta, pero sí es una plataforma en la cual la comparación social que se da gracias a ella está correlacionada a la ansiedad social y la autoestima. También cabe anotar que los hombres tienden a usar las redes sociales como una herramienta para hacer nuevos amigos, a la vez que las mujeres suelen ver las redes sociales como un nicho virtual mediante el cual mantienen y nutren relaciones ya establecidas (Goswami & Duta, 2015).

Esta última tanda de estudios presentados en la presente introducción cuenta con poblaciones de diversas naciones, regiones y culturas: Alemania, Estados Unidos, España, México, Malasia, y una fue realizada en Bogotá, entre otras. Ahora bien, en esta investigación realizamos una mirada hacia nuestro contexto próximo: El Valle de Aburrá. La población de este contexto es de alrededor de unas 3.817.740 de personas (Instituto Popular de Capacitación, 2021). En el departamento de Antioquia, al cual pertenece el Valle de Aburrá, se estima que el 91.4% de la población usa Whatsapp, 90.1% usa Facebook, seguidos de Youtube, con un 41.5% e Instagram con un 34% (Ardila, 2018). A su vez, para el 2020, el número de usuarios de redes sociales en Colombia aumentó un 11.4%, superando los 39 millones de usuarios (Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas, 2020). Además, el número de dispositivos móviles en el país es de alrededor de 60.830.000, excediendo no solamente la cantidad de usuarios registrados en redes sociales, sino también la población misma en un 119% (Alvino, 2021). Estos datos no son sorprendentes al tener en cuenta que Colombia ocupa el segundo lugar en el mundo entre los países que más tiempo pasan en redes sociales (Montes, 2020), siendo que los colombianos pasan, en promedio, cuatro horas diarias usando el celular (Tecnósfera, 2017) y que en el 2021 se registraron 273.668 nuevos puntos fijos de Internet (Meneses, 2021). Las mujeres son las que más tiempo pasan en redes sociales, especialmente Facebook, mientras que Whatsapp es ampliamente usado por todos (Editorial La República, 2019).

1 Metodología

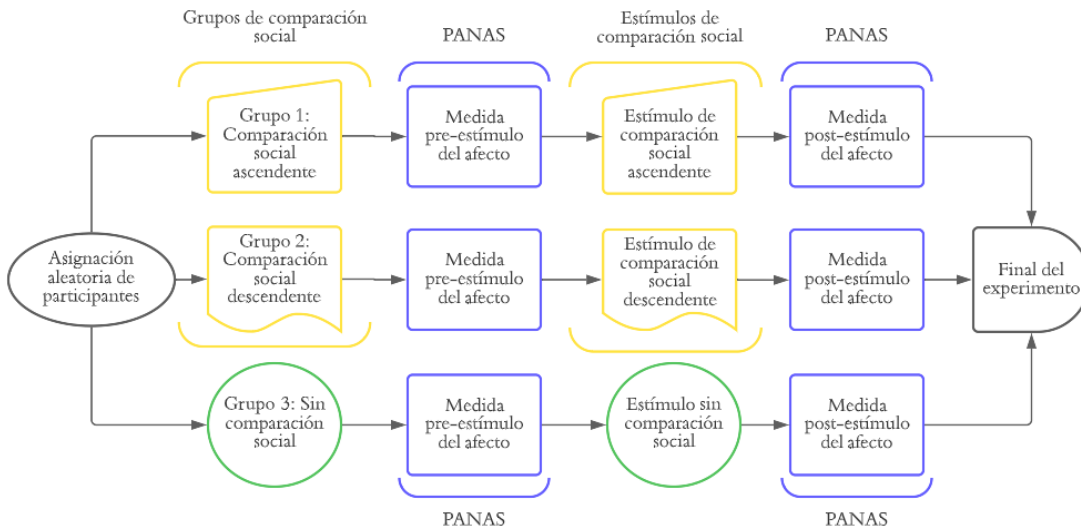
1.1 Diseño

Tomando como base la comparación social ascendente y descendente (Festinger, 1954), se realizó una aproximación experimental en la cual se manipularon variables de estudio relacionadas a la teoría y se controlaron variables extrañas que no incidieran en los resultados del experimento.

Se buscó analizar las variables de comparación social virtual y afecto, dentro de los alcances de la causalidad y enmarcada en el género de los participantes (femenino-masculino). La asignación de los participantes fue completamente aleatoria. A esto se le añade que, de 97 participantes, sólo una persona se declaró “no binaria” y otra prefirió no especificar su género: el resto de participantes se declararon dentro de uno de los dos géneros entre femenino y masculino.

La variable independiente fue “comparación social”, mientras que “afecto” fue la variable dependiente. La variable independiente presenta dos variaciones: “comparación social ascendente” y “comparación social descendente”. Otra variación del experimento fue el de control experimental: “sin comparación social”.

Según Ato et al. (2013) este experimento califica como un “experimento de diseño multinivel (DMN), pues posibilita realizar análisis con varios tamaños de unidad. La variable dependiente se mide en dos momentos, permitiendo medir el cambio según la inducción de la variable independiente (comparación social). Además, se distinguen grupos de comparación social ascendente, comparación social descendente y el estímulo neutro (ausencia de comparación social).

Figura 1*Diagrama del diseño experimental*

1.2 Población y muestra

La investigación tuvo la participación de 97 voluntarios, sin ningún tipo de discriminación socioeconómica, psicológica o médica. 31 participantes para la comparación social ascendente, 31 para la comparación social descendente y 35 para la condición sin comparación social. Todos los participantes fueron colombianos, estudiantes de la Universidad de Antioquia, sede Medellín y sede Andes, con acceso a Internet y al menos un perfil en redes sociales como Instagram, Facebook o Twitter. Se tomaron datos sobre su sexo, edad y estado civil.

1.3 Criterios de exclusión

Se excluyeron participantes menores de 18 años; quienes no tuviesen perfiles en al menos una de las redes sociales mencionadas y quienes no consintieran su participación voluntaria.

1.4 Escala PANAS

Para medir la variable dependiente (afecto) se usó la escala PANAS, originalmente *The positive and negative affect schedule* (Tellegen et al. 1999). Ésta se aplicó al inicio y al final de cada secuencia de los tres grupos experimentales (comparación social ascendente, comparación social descendente y estímulo sin comparación social).

La escala PANAS es una encuesta de 20 preguntas que permite dimensionar medidas generales de afecto positivo y afecto negativo. A su vez, desglosa estas medidas en 19 ítems específicos: interesado, tenso, estimulado, disgustado, enérgico, culpable, hostil, entusiasmado, orgulloso, irritable, alerta, avergonzado, inspirado, nervioso, decidido, atento, miedoso, activo, atemorizado.

1.5 Procedimiento experimental

Se usó la red social virtual falsa INTIME para presentar dos tareas experimentales diferentes. En uno se presentaban estímulos que buscaban inducir una comparación social ascendente mientras que en el otro se presentaban estímulos que buscaban inducir una comparación social descendente. Una tercera tarea experimental presentaría un escenario sin estímulos que indujeran a la comparación social. Tanto los elementos que conforman el registro a la red social como el contenido de las publicaciones y perfiles en la red social para los escenarios que buscaban inducir comparación social fueron basados en estudios previos (Parra Cuartas, 2021).

A los participantes se les pidió registrarse en la red social INTIME como usuarios nuevos quienes interactuarían a profundidad con la red social, viendo todos los perfiles presentados de manera detallada, en pro de conocer su opinión sobre el diseño y contenido de la red. Los voluntarios no tenían límite de tiempo para realizar la tarea experimental que les correspondía y podían “cerrar sesión” en la red social cuando quisieran. Se les instruyó que completaran la escala PANAS tanto al inicio como al final de la tarea que les correspondía. Cada participante fue asignado de forma aleatoria a una de las tres condiciones experimentales posibles, detalladas a continuación.

1.5.1 Grupo 1, comparación social ascendente

Antes de empezar con la tarea experimental la pantalla pedía a los participantes completar información básica a la vez que presentaba un consentimiento informado y la posibilidad de aceptar o rechazar su participación en el experimento. Una vez completado este requisito realizaban el PANAS. Luego de haberlo realizado se presentaba una interfaz parecida al inicio de sesión de una red social virtual convencional en la cual el usuario se registraría a la red social INTIME. Este registro preguntaba al voluntario por su nombre, edad, oficio, un vínculo con una red social en la

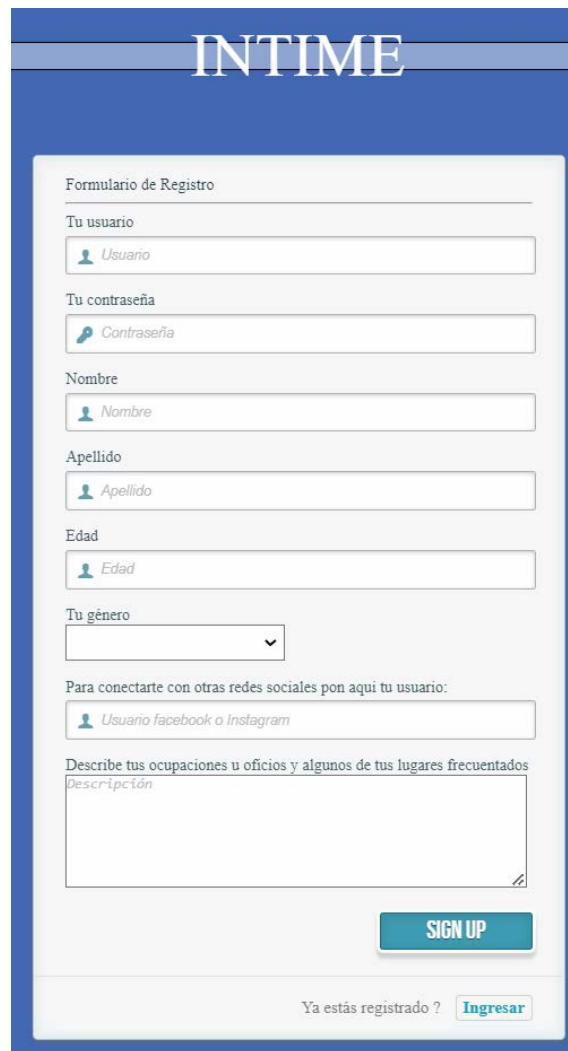
que tenga un perfil (como Instagram o Facebook) y descripción breve de lugares frecuentados y actividades realizadas habitualmente (ver figura 2 y figura 3).

Figura 2

Registro en el experimento, PANAS, inicio de sesión en INTIME

The screenshot displays the INTIME experiment interface, which is divided into three main sections:

- Registration Form (Left):** Contains fields for 'Nombre Completo', 'Documento', 'Sexo' (with radio buttons for 'Masculino' and 'Femenino'), 'Edad', and 'Fecha de hoy' (set to 08/29/2022).
- PANAS Scale (Center):** A table with 20 rows of adjectives and 5 columns of rating options (0, 1, 2, 3, 4). The adjectives are: 1. Interesada, 2. Tímida, 3. Estimulada, 4. Desagradada, 5. Evérgica, 6. Culpable, 7. Asustada, 8. Hostil, 9. Entusiasmada, 10. Orgullosa, 11. Inhibida, 12. Abierta, 13. Anergizada, 14. Insegura, 15. Nerviosa, 16. Decidida, 17. Alerta, 18. Medrosa, 19. Activa, 20. Aterrorizada. A 'Enviar Respuestas' button is located at the bottom.
- Login Form (Right):** Features the 'INTIME' logo at the top, followed by 'Ingresar' and fields for 'Tu usuario' and 'Tu contraseña'. An 'INGRESAR' button is at the bottom, along with a link for '¿Aún no eres miembro? Regístrate'.

Figura 3*Pantalla de registro en la red social INTIME*

The image shows a registration form for the social network INTIME. The form is titled "Formulario de Registro" and is set against a blue background with the INTIME logo at the top. The form fields are as follows:

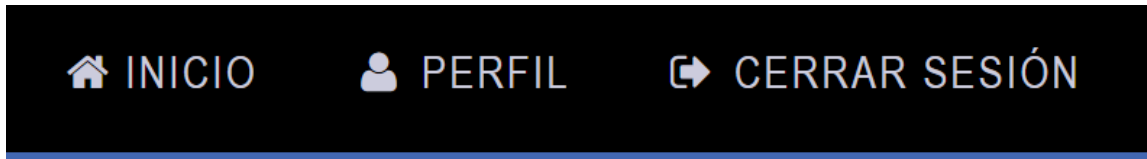
- Tu usuario:** A text input field with a user icon and the placeholder text "Usuario".
- Tu contraseña:** A text input field with a key icon and the placeholder text "Contraseña".
- Nombre:** A text input field with a user icon and the placeholder text "Nombre".
- Apellido:** A text input field with a user icon and the placeholder text "Apellido".
- Edad:** A text input field with a user icon and the placeholder text "Edad".
- Tu género:** A dropdown menu with a downward arrow.
- Para conectarte con otras redes sociales pon aquí tu usuario:** A text input field with a user icon and the placeholder text "Usuario facebook o Instagram".
- Describe tus ocupaciones u oficios y algunos de tus lugares frecuentados:** A large text area with the placeholder text "Descripción".

At the bottom of the form, there is a blue "SIGN UP" button and a link that says "Ya estás registrado? [Ingresar](#)".

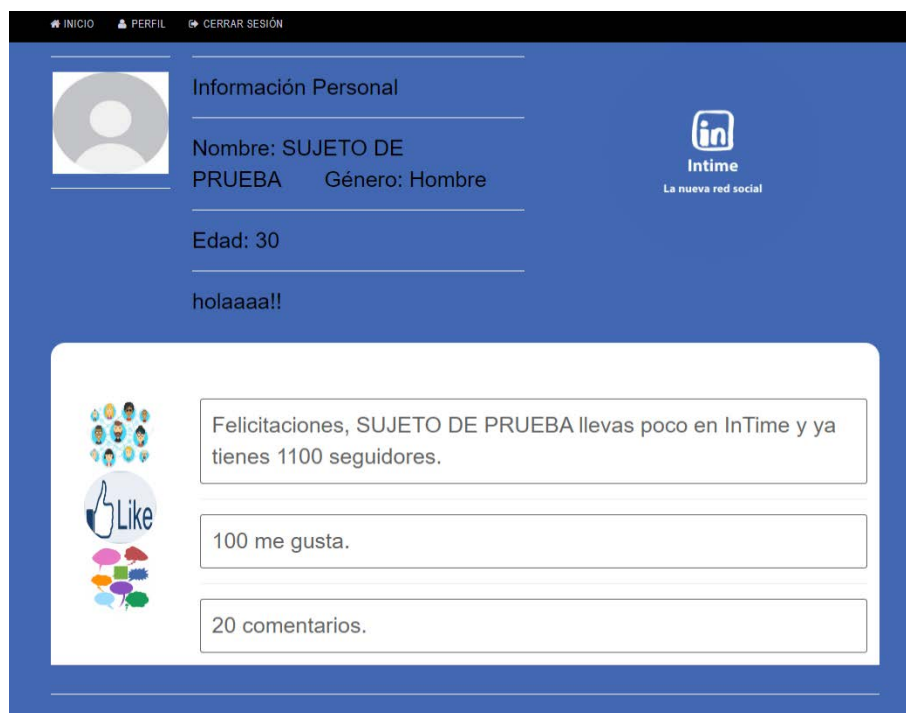
Una vez los participantes estaban registrados como usuarios de INTIME, la red social les mostraría perfiles sugeridos según la información que ingresaron en el registro. En la parte superior de la red social se ubicó una barra con las opciones “inicio”, “perfil” y “cerrar sesión” (ver figura 4). “Inicio” llevaba a los usuarios a la pantalla que les mostraba los perfiles con contenido que buscaba inducir una comparación social ascendente. “Perfil” mostraba a los usuarios el perfil propio, con la información que introdujo y con interacciones de su perfil con otros supuestos usuarios de INTIME: 100 “me gusta”, 20 “comentarios” y 1100 “seguidores” (ver figura 5).

Figura 4

Barra con opciones “inicio”, “perfil” y “cerrar sesión”

**Figura 5**

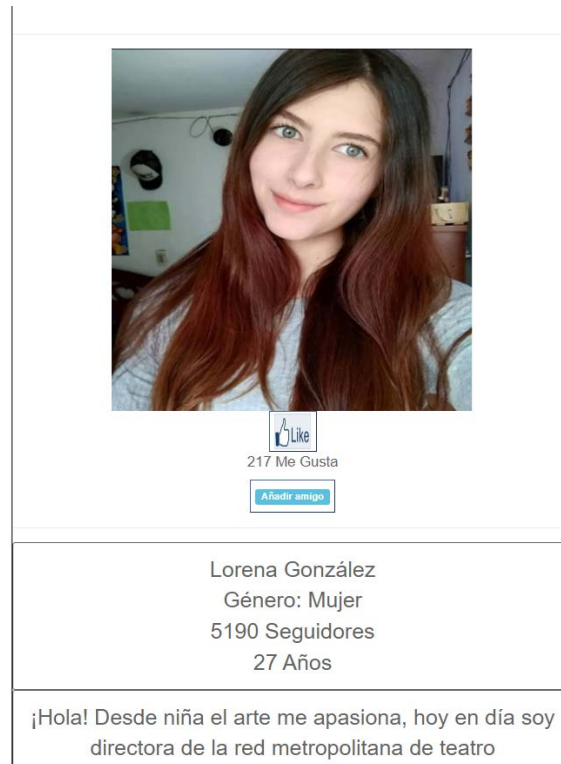
Pantalla que muestra el perfil creado por el participante



Para esta condición (comparación social ascendente) se mostraron cuatro perfiles: 2 de hombres y 2 de mujeres. Los cuatro perfiles mostraban valores relativos muy altos en cuanto al atractivo físico (fotografía), ocupación e interacciones sociales digitales. Estos valores correspondían a valores extremos hallados en el estudio preliminar (Parra Cuartas, 2021). Así, los valores asignados fueron aproximados de 217 “me gusta”, 107 “comentarios” y 5190 “seguidores” (ver figura 6).

Figura 6

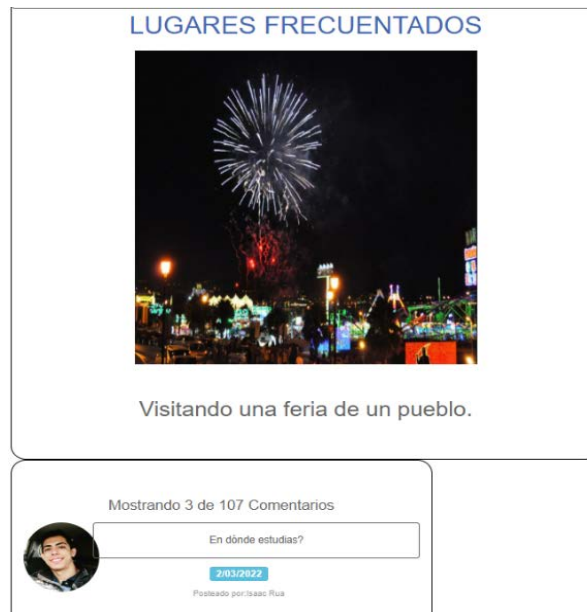
Muestra de perfil artificial presentado en la tarea de comparación social ascendente



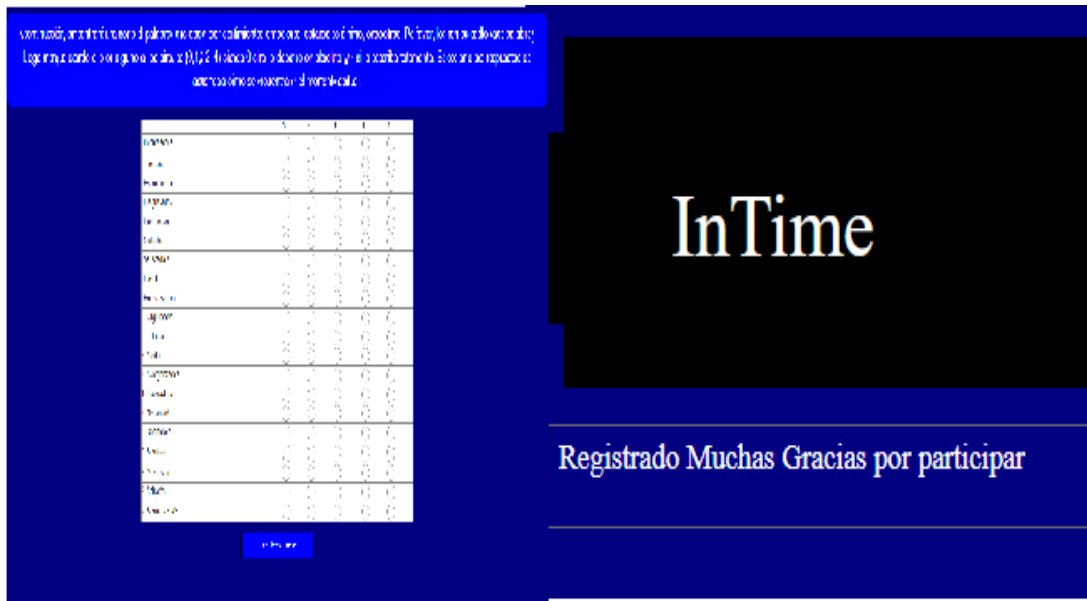
Debajo de cada uno de los cuatro perfiles se presenta información publicada por los supuestos usuarios que aparecen en pantalla: lugares frecuentados, actividades habituales, ocupaciones y cantidad de interacciones en INTIME (me gusta, comentarios y seguidores). En el lado superior derecho se resalta un recuadro que muestra las interacciones alcanzadas (me gusta, comentarios y seguidores), buscando que cuando el participante contraste dicha información con la que se ve en pantalla se dé la comparación social ascendente (ver figura 7).

Figura 7

Ejemplo de una de las publicaciones ficticias referenciando un lugar frecuentado, comparación social ascendente






Una vez el participante observó toda la información presentada puede “cerrar sesión” cuando desee. Una vez haga esto se mostrará en pantalla una nueva aplicación de la escala PANAS, bajo el pretexto de dar cuenta de su experiencia en INTIME. Una vez finaliza esta encuesta, la pantalla agradece la participación del voluntario y anuncia el final del experimento (ver figura 8).

Figura 8*Escala PANAS, pantalla de finalización***1.5.2 Grupo 2, comparación social descendente**

Este grupo experimental pasó por las mismas fases que el grupo 1, con diferencia en el contenido de los perfiles y publicaciones presentadas. Así, los atributos que se mostraron en los perfiles de este escenario tenían valores considerados menos deseables (Parra Cuartas, 2021). La cantidad de “me gusta” eran de 263, los “comentarios” de 59 y los “seguidores” de 866; de igual manera las fotografías presentadas solían tener una valoración negativa, como la ocupación e interacción en INTIME (ver figura 9).

Figura 9

Ejemplo de uno de los perfiles presentados en la comparación social descendente


 50 Me Gusta 
David Rojas Género: Hombre 658 Seguidores 21 Años
Soy coterero en la minorista desde ase 2 años, De ves en cuando me tomó una pola con los parceros y juego futbol Los fines de semana voy donde mis papas

1.5.3 Grupo 3, ausencia de comparación social

Al igual que en las dos tareas de comparación social anteriormente presentadas, los voluntarios pasarían por un registro al experimento seguido de un consentimiento informado y su aceptación o rechazo a la participación en dicho experimento. Una vez pasan por este registro y consentimiento realizan la escala PANAS. Luego de completarla la pantalla muestra un cuadro de texto que informa una intención aparente sobre leer y determinar la veracidad de dos noticias que se presentarán más adelante (ver figura 10).

Figura 10*Instrucciones y presentación de la primera noticia*

A continuación, usted encontrará dos noticias cortas que han circulado en las redes sociales recientemente. Léalas con atención y trate de identificar cuál o cuáles de ellas son falsas.



Multan al ministro. El primer ministro de Tailandia, Prayut Chan-ocha, tendrá que afrontar una multa de 6.000 bat (190 dólares o 158 euros) por no llevar mascarilla durante una reunión de trabajo celebrada este lunes 26 de abril. El gobernador de Bangkok, Aswin Kwanmuang, informó en un mensaje en las redes sociales que el primer ministro vulneró la norma, que entró en vigor hoy y hace obligatorio el uso de la mascarilla facial en todo momento fuera de la residencia habitual. Durante una reunión oficial en la mañana del lunes en la Casa del Gobierno, Prayut se dirigió al resto de participantes sin llevar mascarilla, una imagen que hizo que muchos tailandeses criticaran al mandatario en las redes sociales.

Los participantes no tenían límite de tiempo para leer las noticias. Podían avanzar y retroceder para leerlas cuanto quisieran. Luego de la segunda noticia se presentaba el botón “siguiente”. Una vez apretaban el botón “siguiente” se mostraban tres preguntas que buscaban dar cuenta de que los voluntarios habían leído las noticias (ver figura 11).

Figura 11
Segunda noticia y botón “siguiente”



Una vez los participantes completaron estas preguntas y daban en el botón “siguiente” (ver figura 12) se ofrecía una nueva aplicación de la escala PANAS. Luego de haberla terminado se presentaba un texto de finalización de la tarea experimental y de agradecimiento por la participación voluntaria. Ambas noticias fueron modificadas de manera sutil, siendo tomadas de publicaciones de diarios asiáticos, con fecha de publicación del año 2021. Cabe anotar que para los tres grupos experimentales se diseñó la herramienta INTIME de manera que los usuarios no pudiesen pasar a una fase sin haber completado la anterior: esto aseguró que cada voluntario que había llegado al final de cada tarea experimental había completado ambas escalas PANAS y pasado por todos los estímulos que se pretendían mostrar.

Figura 12

Preguntas presentadas luego de que los usuarios leyeran ambas noticias

Respecto a las noticias leídas, usted considera que:
<input type="radio"/> a) Ambas noticias son falsas
<input type="radio"/> b) solo la noticia 2 “Pérdida de vacunas”
<input type="radio"/> c) solo la noticia 1 “Multan al ministro” es falsa
<input type="radio"/> d) ambas noticias son verdicas
¿Por qué razones multaron al Ministro de Tailandia?:
<input type="radio"/> a. Por utilizar mal el tapabocas
<input type="radio"/> b. Por vestir con ropa poco adecuada
<input type="radio"/> c) Por no llevar puesto el tapabocas
<input type="radio"/> d) Por no realizar la prueba COVID-19
¿Por qué se perdieron las vacunas en Kirguistán?:
<input type="radio"/> a. Porque alguien las transportó mal
<input type="radio"/> b. Porque alguien desenchufó la nevera en que se almacenaban
<input type="radio"/> c) Porque alcanzaron la fecha de caducidad
<input type="radio"/> d) Porque la población era masivamente antivacunas.

➡ Siguiente

1.6 Pilotaje

Se aplicó el instrumento INTIME a 37 voluntarios en total, repartidos en las tres tareas experimentales. Esto permitió optimizar la apariencia y funcionamiento del instrumento. A su vez, se aplicó un cuestionario sobre la facilidad de acceso y manejo de INTIME mediante preguntas tipo Likert.

1.7 Consideraciones éticas

Esta investigación se llevó a cabo con la participación exclusiva de mayores de edad, quienes dieron su consentimiento informado con respecto a su participación en las tareas experimentales y el uso de su información de manera anónima y con fines explícitamente académicos. No se discriminó a ningún participante por sus condiciones sociales, económicas, de etnia, de credo o de género, garantizándoles además la libertad de revocar su consentimiento y de

retirarse del experimento en cualquier momento. Siendo así, la investigación se realizó bajo la normatividad estipulada en la ley 1090 de 2006, publicada por el Congreso de la República de Colombia.

2 Resultados

Los siguientes son los resultados de la investigación, presentados con base en el género de los participantes. Es pertinente mencionar que de la muestra total una persona se identificó como género “no binario” y otra prefirió no especificar su género. El resto de participantes se identificaron como género masculino o femenino.

2.1 Comparación social ascendente, género masculino

Se observó una disminución significativa del afecto positivo en los participantes que se identificaron como género masculino. No ocurrió lo mismo para el afecto negativo (ver tabla 1).

Tabla 1

Comparación social ascendente, género masculino

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Afecto positivo PRE	20,41	7,142	Afecto positivo POS	17,65	8,426	-2,419*	0,016
Afecto negativo PRE	6,47	5,970	Afecto negativo POS	5,71	5,265	-,712*	0,476

Respecto a los ítems particulares, se presentó una disminución significativa de los ítems “interesado”, “decidido” y “atento” (Ver tabla 2).

Tabla 2*Comparación social ascendente, género masculino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Interesado	2,76	0,903	Interesadop	2,41	1,278	-1,261 ^e	0,207
Tenso	1,47	1,231	Tensop	1,06	1,029	-1,347 ^c	0,178
Estimulado	1,18	1,237	Estimuladop	1,35	1,272	-1,000 ^d	0,317
Disgustado	0,47	0,800	Disgustadop	0,59	0,939	-,412 ^d	0,680
Energico	1,65	1,169	Energicop	1,82	1,131	-1,342 ^d	0,180
Culpable	0,59	0,939	Culpablep	0,53	0,800	-,577 ^e	0,564
Hostil	0,18	0,393	Hostilp	0,41	0,795	-1,342 ^d	0,180
Entusiasmado	2,06	1,088	Entusiasmadop	1,59	1,278	-1,469 ^e	0,142
Orgullosos	1,24	1,348	Orgullosop	1,00	1,225	-,962 ^c	0,336
Irritable	0,53	0,800	Irritablep	0,59	0,795	-,276 ^d	0,783
Alerta	2,18	1,185	Alertap	1,94	1,144	-,700 ^c	0,484
Avergonzado	0,41	0,795	Avergonzadop	0,59	0,795	-1,000 ^d	0,317
Inspirado	1,65	1,222	Inspiradop	1,29	1,404	-1,511 ^e	0,131
Nervioso	1,12	1,054	Nerviosop	0,71	0,772	-1,732 ^e	0,083
Decidido	2,47	1,179	Decididop	1,76	1,437	-2,326 ^e	0,020
Atento	2,88	0,781	Atentop	2,29	1,047	-2,232 ^e	0,026
Miedoso	0,47	0,717	Miedosop	0,29	0,686	-,828 ^e	0,408
Activo	2,35	1,272	Activop	2,18	0,956	-,905 ^e	0,366
Atemorizado	0,35	0,493	Atemorizadop	0,35	0,606	,000 ^e	1,000

2.2 Comparación social ascendente, género femenino

Se observó una disminución significativa del afecto positivo en las participantes que se identificaron como género femenino. No ocurrió lo mismo para el afecto negativo. En los ítems particulares hubo una disminución en “interesado” y “tenso” (ver tabla 3).

Tabla 3*Comparación social ascendente, género femenino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Afecto positivo PRE	26,14	5,067	Afecto positivo POS	23,21	8,050	-2,084 ^e	0,037
Afecto negativo PRE	8,86	9,029	Afecto negativo POS	6,93	7,671	-1,232 ^e	0,218
Interesado	3,43	0,938	Interesadop	2,86	1,027	-1,807 ^e	0,071
Tenso	1,64	1,151	Tensop	0,79	1,122	-2,360 ^e	0,018
Estimulado	2,07	1,269	Estimuladop	2,36	1,393	-1,414 ^d	0,157
Disgustado	0,50	1,160	Disgustadop	0,36	1,082	-1,000 ^e	0,317
Energico	2,93	0,730	Energicop	2,64	1,008	-1,633 ^e	0,102
Culpable	0,50	1,092	Culpablep	0,43	1,089	-1,000 ^e	0,317
Hostil	0,07	0,267	Hostilp	0,14	0,535	-1,000 ^d	0,317
Entusiasmad o	2,64	0,745	Entusiasmadop	2,36	1,216	-,431 ^e	0,667
Orgullosop	1,57	1,284	Orgullosop	1,36	1,151	-,905 ^e	0,366
Irritable	0,86	1,292	Irritablep	0,64	1,277	-1,134 ^e	0,257
Alerta	2,36	1,008	Alertap	1,93	1,207	-1,473 ^e	0,141
Avergonzado	0,86	1,292	Avergonzadop	0,86	1,167	-,087 ^d	0,931
Inspirado	2,36	0,929	Inspiradop	2,07	1,328	-,933 ^e	0,351
Nervioso	1,36	1,216	Nerviosop	1,29	0,994	,000 ^e	1,000
Decidido	2,64	0,929	Decididop	2,36	1,447	-,857 ^e	0,391
Atento	3,21	0,893	Atentop	2,86	1,231	-1,318 ^e	0,187
Miedoso	1,14	1,292	Miedosop	0,79	1,122	-1,667 ^e	0,096
Activo	2,93	0,730	Activop	2,43	1,222	-1,897 ^e	0,058
Atemorizado	1,00	1,177	Atemorizadop	0,79	0,975	-1,134 ^e	0,257

2.3 Comparación social descendente, género masculino

Se muestra una disminución significativa en el afecto negativo (ver tabla 4).

Tabla 4*Comparación social descendente, género masculino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Afecto positivo PRE	20,73	9,177	Afecto positivo POS	20,60	7,827	-,158 ^e	0,875
Afecto negativo PRE	8,07	7,787	Afecto negativo POS	5,40	7,376	-2,171 ^e	0,030

No se hallaron diferencias significativas en ninguno de los ítems específicos (ver tabla 5).

Tabla 5
Comparación social descendente, género masculino

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Interesado	2,73	0,799	Interesadop	2,60	0,986	-,513 ^c	0,608
Tenso	1,13	0,834	Tensop	0,80	0,941	-1,311 ^c	0,190
Estimulado	1,20	1,265	Estimuladop	1,47	1,407	-1,265 ^d	0,206
Disgustado	1,07	1,280	Disgustadop	0,40	0,828	-1,913 ^c	0,056
Energico	1,93	1,335	Energicop	2,33	1,175	-1,613 ^d	0,107
Culpable	0,73	1,335	Culpablep	0,47	0,915	-,966 ^c	0,334
Hostil	0,73	1,223	Hostilp	0,47	0,915	-1,633 ^c	0,102
Entusiasmado	2,00	1,195	Entusiasmadop	2,20	1,014	-,812 ^d	0,417
Orgullosa	1,27	1,280	Orgullosop	1,07	1,223	-,604 ^c	0,546
Irritable	1,00	1,134	Irritablep	0,53	1,125	-1,933 ^c	0,053
Alerta	2,00	1,254	Alertap	1,93	1,033	-,378 ^c	0,705
Avergonzado	0,67	0,724	Avergonzadop	0,40	0,737	-1,265 ^c	0,206
Inspirado	1,87	1,356	Inspiradop	1,80	1,082	-,086 ^c	0,931
Nervioso	1,27	1,163	Nerviosop	0,93	1,033	-1,667 ^c	0,096
Decidido	2,27	1,163	Decididop	2,20	1,082	-,431 ^c	0,666
Atento	2,80	0,941	Atentop	2,60	0,910	-,905 ^c	0,366
Miedoso	0,47	0,834	Miedosop	0,47	0,640	,000 ^e	1,000
Activo	2,67	1,291	Activop	2,40	1,056	-1,265 ^c	0,206
Atemorizado	0,40	0,828	Atemorizadop	0,33	0,617	-,577 ^c	0,564

2.4 Comparación social descendente, género femenino

Se da una diferencia significativa en el afecto negativo (ver tabla 6).

Tabla 6
Comparación social descendente, género femenino

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Afecto positivo PRE	25,54	5,897	Afecto positivo POS	22,92	9,215	-1,495 ^c	0,135
Afecto negativo PRE	6,15	5,161	Afecto negativo POS	3,77	5,833	-2,191 ^c	0,028

Se presenta una diferencia significativa en el ítem “inspirado” (ver tabla 7).

Tabla 7*Comparación social descendente, género femenino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Interesado	3,23	0,725	Interesadop	2,77	1,235	-1,403 ^e	0,161
Tenso	1,31	1,251	Tensop	0,54	0,776	-1,930 ^e	0,054
Estimulado	1,92	1,320	Estimuladop	1,85	1,405	-,289 ^e	0,773
Disgustado	0,38	1,121	Disgustadop	0,23	0,439	-,378 ^e	0,705
Energico	2,77	0,725	Energicop	2,31	1,251	-1,222 ^e	0,222
Culpable	0,15	0,376	Culpablep	0,15	0,555	,000 ^d	1,000
Hostil	0,69	1,032	Hostilp	0,38	0,768	-,962 ^e	0,336
Entusiasmado	2,69	1,251	Entusiasmadop	2,54	1,330	-,312 ^e	0,755
Orgullosop	1,54	1,198	Orgullosop	1,54	1,330	,000 ^d	1,000
Irritable	0,46	0,660	Irritablep	0,46	0,877	,000 ^d	1,000
Alerta	2,69	0,751	Alertap	2,46	1,127	-,756 ^e	0,450
Avergonzado	0,62	0,768	Avergonzadop	0,23	0,439	-1,667 ^e	0,096
Inspirado	2,23	1,166	Inspiradop	1,46	1,330	-2,157 ^e	0,031
Nervioso	1,08	1,038	Nerviosop	0,54	0,967	-1,611 ^e	0,107
Decidido	2,62	0,768	Decididop	2,31	1,251	-,877 ^e	0,380
Atento	2,92	0,862	Atentop	2,92	0,954	,000 ^d	1,000
Miedoso	0,46	0,660	Miedosop	0,31	0,630	-1,000 ^e	0,317
Activo	2,92	0,494	Activop	2,77	0,832	-,707 ^e	0,480
Atemorizado	0,38	0,650	Atemorizadop	0,38	0,650	,000 ^d	1,000

2.5 Estímulo sin comparación social, género masculino

No se presentan diferencias significativas en las valencias del afecto (ver tabla 8).

Tabla 8*Estímulo sin comparación social, género masculino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Afecto positivo PRE	28,00	4,000	Afecto positivo POS	27,27	5,106	-1,440 ^e	0,150
Afecto negativo PRE	5,00	5,632	Afecto negativo POS	3,93	4,574	-1,442 ^e	0,149

Se da una diferencia significativa en el ítem “tenso” y “activo” (ver tabla 9).

Tabla 9*Estímulo sin comparación social, género masculino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Interesado	3,20	0,775	Interesadop	3,20	0,561	,000 ^d	1,000
Tenso	1,00	0,845	Tensop	0,60	0,632	-2,121 ^e	0,034
Estimulado	1,27	1,223	Estimuladop	1,33	1,234	-,447 ^e	0,655
Disgustado	0,20	0,775	Disgustadop	0,13	0,352	-,447 ^e	0,655
Energico	2,87	0,834	Energicop	3,20	0,775	-1,667 ^e	0,096
Culpable	0,67	0,900	Culpablep	0,33	0,488	-1,633 ^e	0,102
Hostil	0,33	1,047	Hostilp	0,47	1,125	-1,414 ^e	0,157
Entusiasmado	3,33	0,724	Entusiasmadop	2,93	0,884	-2,121 ^e	0,034
Orgullosop	2,53	1,060	Orgullosop	2,47	1,060	-,577 ^e	0,564
Irritable	0,40	0,828	Irritablep	0,33	0,617	-,577 ^e	0,564
Alerta	2,27	1,033	Alertap	2,27	0,884	,000 ^d	1,000
Avergonzado	0,53	0,743	Avergonzadop	0,33	0,617	-1,732 ^e	0,083
Inspirado	2,33	1,234	Inspiradop	2,20	1,373	-,707 ^e	0,480
Nervioso	0,87	1,302	Nerviosop	1,00	1,309	-,816 ^e	0,414
Decidido	3,33	0,488	Decididop	3,47	0,640	-1,000 ^e	0,317
Atento	3,40	0,507	Atentop	3,20	0,676	-1,732 ^e	0,083
Miedoso	0,47	0,743	Miedosop	0,40	0,632	-,577 ^e	0,564
Activo	3,47	0,640	Activop	3,00	0,926	-2,111 ^e	0,035
Atemorizado	0,13	0,352	Atemorizadop	0,13	0,352	,000 ^d	1,000

2.6 Estímulo sin comparación social, género femenino

Se presenta una disminución significativa tanto en el afecto positivo como negativo (ver tabla 10).

Tabla 10*Estímulo sin comparación social, género femenino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Afecto positivo PRE	22,70	6,921	Afecto positivo POS	20,70	6,514	-2,397 ^e	0,017
Afecto negativo PRE	9,35	10,059	Afecto negativo POS	5,90	8,026	-2,783 ^e	0,005

Se muestra una disminución significativa en los ítems “entusiasmado”, “alerta”, “nervioso” y “miedoso” (ver tabla 11).

Tabla 11*Estímulo sin comparación social, género femenino*

	Media	DE		Media	DE	Z	Sig. asintótica(bilateral)
Interesado	2,45	0,999	Interesadop	2,50	1,192	-,378 ^d	0,705
Tenso	1,70	1,658	Tensop	1,30	1,490	-1,633 ^e	0,102
Estimulado	1,65	1,226	Estimuladop	1,60	1,273	-,277 ^e	0,782
Disgustado	0,70	1,129	Disgustadop	0,45	0,759	-1,134 ^e	0,257
Energico	2,40	1,188	Energicop	2,55	1,050	-,791 ^d	0,429
Culpable	0,45	1,050	Culpablep	0,30	0,923	-1,089 ^e	0,276
Hostil	0,45	0,826	Hostilp	0,30	0,571	-1,000 ^e	0,317
Entusiasmado	2,40	0,995	Entusiasmadop	1,85	1,182	-2,392 ^e	0,017
Orgullosop	1,35	1,387	Orgullosop	1,05	1,468	-1,294 ^e	0,196
Irritable	0,75	1,118	Irritablep	0,25	0,444	-2,232 ^e	0,026
Alerta	2,60	1,142	Alertap	1,80	1,196	-2,716 ^e	0,007
Avergonzado	0,70	1,455	Avergonzadop	0,35	0,933	-1,633 ^e	0,102
Inspirado	1,70	1,380	Inspiradop	1,35	0,933	-1,469 ^e	0,142
Nervioso	1,70	1,380	Nerviosop	1,00	1,376	-2,724 ^e	0,006
Decidido	2,30	1,218	Decididop	2,25	1,209	-,447 ^e	0,655
Atento	3,15	0,813	Atentop	3,00	1,076	-1,000 ^e	0,317
Miedoso	1,00	1,338	Miedosop	0,65	1,226	-2,070 ^e	0,038
Activo	2,70	1,218	Activop	2,75	1,118	-,302 ^d	0,763
Atemorizado	0,95	1,356	Atemorizadop	0,55	1,146	-1,633 ^e	0,102
Atemorizado	0,13	0,352	Atemorizadop	0,13	0,352	,000 ^d	1,000

3 Discusión

Como mostraron los resultados presentados en las tablas hubo una disminución del afecto positivo en el grupo estimulado con la comparación social ascendente, para ambos sexos. A su vez, una disminución del afecto negativo en el grupo estimulado con la comparación social descendente, para ambos sexos. Estos resultados concuerdan con las investigaciones previas en la materia y eran de esperar según la línea dibujada por los antecedentes (Mares, 2015; Urzúa, et. al. 2012; Fisher, Dunn y Thompson, 2002; Solar, 2004; Fox y Vendemia, 2016; Vogel et al.2015; Song et al.2019).

Ahora bien, llama la atención los resultados del grupo 3: estímulo sin comparación social. En este grupo vemos que los hombres no presentan diferencias significativas entre las dos mediciones del afecto mediante la escala PANAS, resultado que no llama la atención. Sin embargo, las mujeres presentaron una disminución significativa del afecto tanto positivo como negativo, más específicamente en los ítems: “entusiasmado”, “alerta”, “nervioso” y “miedoso”.

Las razones por las cuales se presentan estos resultados pueden ser múltiples y variadas. Teniendo en cuenta que el estudio se hizo bajo estrictos estándares experimentales para el control de variables y del ambiente en el cual se aplicaron los instrumentos de medición, aquí las razones que nutren la hipótesis que será presentada:

- A) *Las mujeres dan más importancia a la comparación social en redes sociales que los hombres.* Esto debido a que usan las redes sociales para un constante mantenimiento de sus relaciones sociales. Los hombres usan las redes sociales como una herramienta que se limita a conocer personas nuevas (Goswami & Duta, 2015), lo cual sugiere una percepción más amplia de las redes sociales. A su vez, Fishen, Dunn y Thompson (2022) dan cuenta de que las mujeres prestan mayor atención a comparar su cuerpo con el de otras mujeres versus los hombres con otros hombres, mientras que Muñoz et al.(2014) encontraron mayores índices de comparación social en mujeres que en hombres.
- B) *Las mujeres son más expresivas emocionalmente que los hombres.* Solar (2004) indica que las mujeres son más expresivas que los hombres, especialmente en afectos de valencia negativa, así la experiencia afectiva de ambos géneros sea similar. A esto se le suman las conclusiones de Gartzia et al. (2012), quienes argumentan que las mujeres se inclinan a identificarse más con el manejo y expresión de emociones mientras que García

et al. (2017) concluye que la expresión emocional de las mujeres es más notable en contextos sociales mientras que la expresión emocional de los hombres se da con mayor facilidad en contextos competitivos.

C) *Características culturales e individuales provocaron dichas respuestas a los estímulos.*

Song et al. (2019) hace énfasis en que las diferencias culturales cumplen un rol en la comparación social en Facebook, pues las motivaciones para la comparación social cambian acorde a estas diferencias. Vogel et al. (2015) agregan que los individuos con mayor tendencia a la comparación social y más afectados por ésta, también son los individuos que usan en mayor medida las redes sociales.

Se piensa entonces que los motivos detrás de los resultados del grupo 3 pueden ser una mezcla de estas razones junto con la metodología experimental. Sucede que todos los participantes del experimento recibieron el mismo contenido de guion antes de empezar cualquiera de las tareas experimentales:

[...] a usted se le va a presentar una red social virtual llamada INTIME, que está en fase de desarrollo, en la cual deberá de crear un perfil con su información e interactuar con otros perfiles que ya existen en la red social. Realizará dos encuestas, una al inicio y otra al final de pasar por la red social INTIME [...].

Así, las mujeres del grupo 3 pudieron tener una experiencia afectiva intensa al verse ad portas de exponerse en una red social virtual nueva, debido a la importancia que les dan a las redes sociales virtuales; luego, al encontrar el segundo PANAS sin haberse expuesto en INTIME, su experiencia afectiva bajó de intensidad. A la vez pudieron ser más expresivas al momento de realizar ambos PANAS. Cabe resaltar que según Crawford & Henry (2004) los términos “afecto positivo” y “afecto negativo” pueden llegar a prestarse para interpretaciones inexactas del PANAS, pues para algunas personas sugieren que son polos opuestos que no tienen que ver el uno con el otro, cuando son amplios estados que se sobreponen en un variado rango afectivo, haciendo que afectos positivos tengan componentes negativos y viceversa. Así, es natural que experiencias afectivas estén compuestas por dos o más ítems evaluados por el PANAS. Entonces tiene sentido argumentar que en las mujeres del grupo 3 la experiencia que disminuyó relevantemente estuvo

compuesta por una expresión afectiva que comprende unas sensaciones ambivalentes: “entusiasmada-nerviosa” y “alerta-miedoso”.

Por último, no es preciso descartar motivos de expectativas culturales o individuales como su identificación en el género femenino o los recursos que invierten en sus redes sociales virtuales. Sin embargo, estos fueron aspectos que no se tomaron en cuenta en la presente investigación, motivo por el cual no se desarrollan pensamientos al respecto.

4 Conclusiones

El género no juega un papel especialmente relevante en la comparación social, como mostraron los resultados similares tanto para comparación social ascendente como para comparación social descendente en ambos géneros. Con respecto a los resultados obtenidos en el grupo 3, “Estímulo sin comparación social”, se podrá concluir que la metodología utilizada jugó un papel en la experiencia afectiva de los participantes de este grupo. Cabe invitar a futuros investigadores a tener en cuenta estas pautas metodológicas y poner especial atención a factores individuales como la cantidad de tiempo invertido en redes sociales y/o factores culturales del contexto de los participantes, en caso tal de que busquen resultados de mayor precisión.

5 Recomendaciones

Tener en cuenta las pautas metodológicas y poner especial atención a factores individuales como la cantidad de tiempo invertido en redes sociales y/o factores culturales del contexto de los participantes.

6 Referencias

- Alcalá, V., Camacho, M., Giner, D., Giner, J., & Ibáñez, E. (2006). Afectos y género. *Psicothema*, 143-148. <https://reunido.uniovi.es/index.php/PST/article/view/8409>
- Alvaro, J.L. & Páez, D. (1996). Psicología social y salud mental. En F.J.Morales (Ed),. *Psicología Social Aplicada* (pp. 387-407). McGraw-Hill: Madrid.
- Alvino, C. (2021). *Estadísticas de la situación digital de Colombia en el 2020–2021*. Branch. <https://bit.ly/3F71js7>
- Appel, H., Gerlach, A. L., & Crusius, J. (2016). The interplay between Facebook use, social comparison, envy, and depression. *Current opinion in psychology*, 9, 44-49. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2015.10.006>
- Ardila, L. M. (2018). *¿Cuáles son las redes sociales que más se usan en su región?* *El Tiempo*. <https://bit.ly/3MRAOIW>
- Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas (2020). El uso de redes sociales en Colombia creció un 11.4%. *Asociación Colombiana de Ingenieros de Sistemas*. <https://bit.ly/3MSkQyo>
- Ato, M., Lopez, J. J., & Benavente, A. (2013). A classification system for research designs in psychology. *Anales de Psicología*, 29(3), 1038-1059.
- Bautista Romero, M. L. (2021). Respuesta emocional a través de redes sociales. Un análisis comparativo entre las teorías del contagio emocional y la comparación social. *Universidad de los Andes*. <http://hdl.handle.net/1992/50676>
- BBC Mundo (2017). *¿Qué efectos tienen las 5 mayores redes sociales en la salud mental de los jóvenes?* *BBC News Mundo*. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-39974688>
- Beltrán, A. (2020, July 30). Redes sociales: ¿cómo afectan nuestra salud mental? *Radiónica*. <https://www.radionica.rocks/tecnologia/redes-sociales-salud-mental>
- Caro, I. (2001). Género y salud mental. *Madrid: Biblioteca Nueva*.
- Colombia. Congreso de la república (2006). Ley 1090 del 6 de septiembre de 2006. Diario Oficial 46383.
- Crawford, J. R., & Henry, J. D. (2004). The Positive and Negative Affect Schedule (PANAS): Construct validity, measurement properties and normative data in a large non-clinical sample. *British journal of clinical psychology*, 43(3), 245-265. <https://doi.org/10.1348/0144665031752934>
- Diener, E., Larsen, R.J., Levine, S. & Emmons, R.A. (1985). Intensity and frequency: The underlying dimensions of positive and negative affect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48, 1253-1265.

- Diener, E., Suh, E.M., Lucas, R.E. & Smith, H. (1999). Subjective well-being: Three decades of progress –1967-1997). *Psychological Bulletin*, 125, 276-302.
- Editorial La República S.A.S. (2019, February 8). Hasta siete horas puede gastar un colombiano en las redes sociales. *Diario La República*. <https://bit.ly/3gxK9cM>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human relations*, 7(2), 117-140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- García, G. G., Roque, J. I. A., Ribas, J. P. R., & García, M. F. C. (2017). ¿Es la vivencia emocional cuestión de género? Análisis de juegos motores de oposición en universitarios. *Revista de Investigación Educativa*, 35(1), 269-283, <https://doi.org/10.6018/rie.35.1.249661>
- Fisher, E., Dunn, M., & Thompson, J. K. (2002). Social comparison and body image: An investigation of body comparison processes using multidimensional scaling. *Journal of Social and Clinical Psychology*, 21(5), 566-579. https://www.researchgate.net/profile/Michael-Dunn-36/publication/247839399_Social_Comparison_And_Body_Image_An_Investigation_Of_Body_Comparison_Processes_Using_Multidimensional_Scaling/links/54652f220cf2052b509f2d99/Social-Comparison-And-Body-Image-An-Investigation-Of-Body-Comparison-Processes-Using-Multidimensional-Scaling.pdf
- Fox, J., & Vendemia, M. A. (2016). Selective self-presentation and social comparison through photographs on social networking sites. *Cyberpsychology, behavior, and social networking*, 19(10), <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0248>
- Fujita, F., Diener, E. & Sandick, E. (1991). Gender differences in negative affect and well-being: The case for emotional intensity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 61, 427-434.
- García, G. G., Roque, J. I. A., Ribas, J. P. R., & García, M. F. C. (2017). ¿Es la vivencia emocional cuestión de género? Análisis de juegos motores de oposición en universitarios. *Revista de Investigación Educativa*, 35(1), 269-283. <https://doi.org/10.6018/rie.35.1.249661>
- Gartzia, L., Aritzeta, A., Balluerka, N., & Heredia, E. B. (2012). Inteligencia emocional y género: más allá de las diferencias sexuales. *Anales de Psicología/Annals of Psychology*, 28(2), 567-575. <https://doi.org/10.6018/analesps.28.2.124111>
- Goswami, A., & Dutta, S. (2015). Gender differences in technology usage—A literature review. *Open Journal of Business and Management*, 4(1), 51-59. <http://dx.doi.org/10.4236/ojbm.2016.41006>
- Haferkamp, N., & Krämer, N. C. (2011). Social comparison 2.0: Examining the effects of online profiles on social-networking sites. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 14(5), 309-314. <https://doi.org/10.1089/cyber.2010.0120>

- Hwnag, H. S. (2019). Why social comparison on Instagram matters: Its impact on depression. *KSII Transactions on Internet and Information Systems (TIIS)*, 13(3), 1626-1638. <https://doi.org/10.3837/tiis.2019.03.029>
- Instituto Popular de Capacitación(2021). Valle de Aburrá. Instituto Popular de Capacitación. <http://ipc.org.co/index.php/regiones/valle-de-aburra/>
- Jiang, S., & Ngien, A. (2020). The effects of instagram use, social comparison, and self-esteem on social anxiety: A survey study in Singapore. *Social Media+ Society*, 6(2). <https://doi.org/10.1177/2056305120912488>
- Lirola, M. J., Burgueño, R., & Sánchez-Gallardo, I. (2019). Comparación física y ansiedad físico social: Diferencias en función del género. *D.A.A. Scientific Section*. <https://recyt.fecyt.es/index.php/JSHR/article/view/80930>
- Mares, M. L. (2015). Social comparison theory. *The International Encyclopedia of Communication*. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbiecs054>
- Meneses, C. A. H. (2021, July 21). Así está Colombia en cuanto a accesos a internet fijo y móvil. *Portafolio.co*. <https://www.portafolio.co/economia/infraestructura/conexiones-a-internet-fija-y-movil-que-hay-en-colombia-segun-mintic-554259>
- Montes, A. (2020). Colombianos, entre los más adictos a Internet y redes sociales. *Revista Semana*. <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/colombianos-entre-los-mas-adictos-a-internet-y-redes-sociales/202050/>
- Muñoz, F., Zueck, M. C., Blanco, J. R., Chávez, A., & Jasso, J. (2014). Body image perception of Mexican youth A gender comparison. *Education Journal*, 3(5), 261-265.
- Nolen-Hoeksema, S. & Rusting, C. (1999). Gender differences in well-being. En D. Kahneman, E. Diener & N. Schwarz (Eds.), *Well-Being. The foundations of Hedonic Psychology* (pp. 330-350). New York: Russell Sage Foundation.
- Parra Cuartas, S. (2021). *Diseño y análisis factorial confirmatorio de la prueba CORSO-RSV para evaluar comparación social en redes sociales virtuales*. [Trabajo de grado profesional]. Universidad de Antioquia. <https://hdl.handle.net/10495/23787>
- Pérez, M., & Quiroga-Garza, A. (2019). Uso compulsivo de sitios de redes sociales, sensación de soledad y comparación social en jóvenes. *Redes. Revista hispana para el análisis de redes sociales*, 30(1), 68-78. <https://doi.org/10.5565/rev/redes.809>
- Schmuck, D., Karsay, K., Matthes, J., & Stevic, A. (2019). “Looking Up and Feeling Down”. The influence of mobile social networking site use on upward social comparison, self-esteem, and well-being of adult smartphone users. *Telematics and informatics*, 42, 101240. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101240>

- Solar, F. C. (2004). Diferencias de género en bienestar y malestar emocional: evidencias contradictorias. *Terapia psicológica*, 22(2), 165-169. <https://www.redalyc.org/pdf/785/78522207.pdf>
- Song, H., Cramer, E. M., & Park, N. (2019). Cultural differences in social comparison on Facebook. *Behaviour & Information Technology*, 38(2), 172-183. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2018.1519037>
- Stapleton, P., Luiz, G., & Chatwin, H. (2017). Generation validation: The role of social comparison in use of Instagram among emerging adults. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(3), 142-149. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0444>
- Tecnósfera. (2017). Visa social, en lo que más usan los colombianos el celular. *El Tiempo*. <https://bit.ly/3gsOD14>
- Tellegen, A., Watson, D., & Clark, L. A. (1999). On the dimensional and hierarchical structure of affect. *Psychological science*, 10(4), 297-303. <https://doi.org/10.1111/1467-9280.00157>
- Wang, J. L., Wang, H. Z., Gaskin, J., & Hawk, S. (2017). The mediating roles of upward social comparison and self-esteem and the moderating role of social comparison orientation in the association between social networking site usage and subjective well-being. *Frontiers in psychology*, 8, 771. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2017.00771>
- Urzúa, A., Zúñiga, P., & Buunk, A. P. (2012). La edad y el sexo en la orientación a la comparación social. *Terapia psicológica*, 30(3), 79-88. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-48082012000300008>
- Van Vonderen, K. E., & Kinnally, W. (2012). Media effects on body image: Examining media exposure in the broader context of internal and other social factors. *American Communication Journal*, 14(2), 41-57. <http://www.ac-journal.org/journal/pubs/2012/SPRING%202012/McKinnally3.pdf>
- Verduyn, P., Gugushvili, N., Massar, K., Täht, K., & Kross, E. (2020). Social comparison on social networking sites. *Current opinion in psychology*, 36, 32-37. <https://doi.org/10.1016/j.copsy.2020.04.002>
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Roberts, L. R., & Eckles, K. (2014). Social comparison, social media, and self-esteem. *Psychology of popular media culture*, 3(4), 206.
- Vogel, E. A., Rose, J. P., Okdie, B. M., Eckles, K., & Franz, B. (2015). Who compares and despairs? The effect of social comparison orientation on social media use and its outcomes. *Personality and Individual Differences*, 86, 249-256. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2015.06.026>

Zhang, J., & Centola, D. (2018). How social networks shape social comparison. *Social Comparison, Judgment, and Behavior*, 1-26. <https://ndg.asc.upenn.edu/wp-content/uploads/2020/10/Zhang-and-Centola-Chapter-17-social-comparison.pdf>