



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

ANDER SATÓSTEGUI VIDAURRE

**LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LAS REDES SOCIALES
EN LA CREACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL DE LOS JÓVENES EN LA ETAPA
SECUNDARIA**

MÁSTER: ACTIVIDAD FÍSICA Y EDUCACIÓN

TFM/

2019/2020

TUTOR:

DR FRANCESC BUSCÀ DONET

Estudiante

Ander SATÓSTEGUI VIDAURRE

Título

La influencia de los medios de comunicación y las redes sociales en la creación de la imagen corporal de los jóvenes en etapa secundaria

Máster

Actividad física y educación

Centro

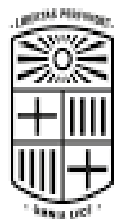
Facultad de educación/ Universidad de Barcelona

Director-a de TFM

Francesc Buscà Donet

Curso académico

2019/2020



UNIVERSITAT DE
BARCELONA

RESUMEN:

El presente TFM se plantea con el objetivo de estudiar la influencia que tienen los medios de comunicación y las redes sociales en la creación de la imagen corporal de los jóvenes en la adolescencia, concretamente en la educación secundaria, 12-16 años. Para ello, se plantea un proyecto descriptivo que va a consistir en la realización y validación de un cuestionario, así como el proceso de realización y validación de la entrevista semiestructurada. Este proyecto se contextualiza dentro del instituto pamplonés Navarro Villoslada, situado dentro del barrio de Ermitagaña.

Palabras clave: Imagen corporal, redes sociales, medios de comunicación, cuestionario, entrevista semiestructurada.

ABSTRACT:

The present TFM is proposed with the aim of studying the influence that media and social networks have on the creation of body image of young people in adolescence, specifically in secondary education, 12-16 years. For this purpose, a descriptive project is proposed that will consist of the realization and validation of a questionnaire, as well as the process of realization and validation of the semi-structured interview. This project is contextualized within the high school in Pamplona, Navarro Villoslada, located in the neighborhood of Ermitagaña.

Key Words: Body image, social networks, media, questionnaire, interview

ÍNDICE

Introducción	5
1. Marco teórico.....	10
1.1 Evolución histórica del concepto de imagen corporal	10
1.2 La Influencia de los medios de comunicación y las redes sociales	12
2 Marco metodológico	16
2.1 El contexto escolar	18
2.2 Las muestras del proyecto	19
2.3 El cuestionario	20
2.3.1. Descripción general y objeto de estudio.....	20
2.3.2 Las muestras del cuestionario.....	24
2.3.3 Validación del cuestionario	25
2.3.4 Plan de análisis	27
2.4 La entrevista	29
2.4.1 Descripción general y objeto de estudio.....	29
2.4.2 Criterios de selección del informante	30
2.4.3 Presentación y descripción del guión de la entrevista.....	31
2.4.4 La validación de la entrevista	33
2.4.5 Plan de análisis.	35
2.5 El desarrollo temporal del proceso de innovación	39

APRECIACIONES PERSONALES

REFERENCIAS

ANEXOS

Introducción

El proyecto de la presente innovación se plantea con el objetivo de poder estudiar y conocer el impacto que tienen las redes sociales y los medios de comunicación en la creación de la imagen corporal en el alumnado en edad escolar, concretamente en todos los cursos de la etapa secundaria (12-16 años) del instituto Navarro Villoslada, situado en el barrio pamplonés de San Juan.

La temática de la construcción del autoconcepto en los jóvenes ha sido de gran interés para los investigadores a lo largo de los años, ya que es un aspecto vital para la creación de la identidad personal, desarrollándose en el periodo madurativo de la adolescencia.

Para la consecución de este estudio se desarrolla una metodología mixta de carácter descriptivo que incluye un cuestionario a realizar por el alumnado en cada curso de la educación secundaria. Por otro lado, se realiza una entrevista semiestructurada al docente de educación física para conocer su punto de vista sobre esta temática.

La elección de este tema para elaborar el TFM se debe principalmente a los siguientes motivos. En primer lugar, durante la consecución del grado quise obtener un TFG que abordaba el mismo tema, cómo se veían afectados los jóvenes para crear su autoconcepto a raíz de consumir contenido dentro de las redes sociales. Esta ha sido la motivación principal además de algunas experiencias personales que me han suscitado interés.

Durante el desarrollo madurativo como individuo, en mayor grado dentro de la adolescencia, todos nosotros escogemos unos modelos o referentes sociales a los que

nos gustaría parecernos, tanto física como profesionalmente. El problema surge si el camino que me planteo para lograrlo no es el correcto, siguiendo procesos que puedan suponer un riesgo para la salud.

Con 16 años, antes de empezar la universidad en mi grupo de amigos empezó a llamar la atención el tema de los gimnasios y los cuerpos musculados ya que en las redes sociales estas figuras corporales están asociadas a la fama, riqueza y a ser una persona exitosa. Un par de amigos empezaron a acudir a los gimnasios, como cualquier persona que se inicia en la musculación, pero concretamente uno de ellos decidió cambiar sus hábitos alimenticios con la idea de lograr su objetivo inicial, estar musculado.

Concretamente era un varón que tenía sobre peso. Con el paso de los meses su peso bajó a un ritmo exacerbado, fue diagnosticado de anorexia y, debido a su bajo peso corporal fue ingresado en el hospital.

Este hecho personalmente me marcó muchísimo, ya que observé de primera mano los efectos negativos que tienen las redes sociales, hasta el punto de obsesionarte tanto por el físico que no te importa poner en riesgo tu salud.

Por todo ello, considero que debido al auge que están teniendo las redes sociales en el público más joven, el presente proyecto puede ser de gran utilidad para las escuelas, posibilitando identificar ciertas conductas de riesgo.

Interés del estudio

Hoy en día estamos constantemente expuestos tanto en los medios de comunicación como en las redes sociales a una cantidad de información y contenido desmesurado. El gran auge de las TIC ha provocado en gran medida este fenómeno, pues debido al aumento de su uso, una gran cantidad de la población está constantemente observando imágenes corporales. Sin llegar a darnos cuenta, nos encontramos observando en todo momento, tanto en anuncios, como en redes sociales figuras corporales de chicos/as “ideales”. Hoy en día el ideal estético femenino corporal es la delgadez, en muchos casos llevada al extremo, lo que somete a las mujeres a una preocupación constante por mantener o llegar a lograr una “perfección corporal” (Alda & Madrid, 2008). Por otro lado, el ideal masculino se corresponde a un cuerpo estético que generalmente se asocia a una gran musculatura y a un bajo nivel de grasa corporal, este ideal corporal se empezó a tener en cuenta en la antigua Grecia. Estos ideales siempre han estado presentes en todas las sociedades, siendo un modelo que se ve influenciado por los acontecimientos que tienen lugar en cada época, pero siempre destacando la hegemonía del género masculino (Ferreiro Habra, 2018). Es por lo que la presente investigación tiene el interés de estudiar el impacto en la creación del autoconcepto a raíz del consumo de las redes sociales y los medios de comunicación existentes hoy en día.

Tal y como comenta Pilar Aparicio (Ladera Otones, 2016), los jóvenes que son los mayores consumidores de las redes sociales a nivel global, ya que facilitan el intercambio de información de un modo rápido y sencillo, buscan en la adolescencia

consolidar habilidades para la independencia. Por lo que sumado a la falta de experiencia y a la susceptibilidad propia de esas edades, tienden a modificar sus estilos de vida tanto a nivel positivo como negativo.

Por otro lado, el presente proyecto va a ser realmente útil llevarlo a cabo en la escuela. Va dar a conocer cómo están influenciados los jóvenes por las imágenes estereotipadas que observan en estos medios, lo que le aportará al docente la información necesaria para abordar este tema en el aula. A su vez, mediante la información recopilada se podrá realizar un especial hincapié en el desarrollo de la autocrítica, un concepto necesario para el correcto desarrollo de las competencias digitales y vital para la vida en sociedad.

La pregunta sobre la cual se fundamenta esta innovación y los objetivos planteados

Como se ha comentado anteriormente, tras la presentación del objeto de estudio sobre el cual se fundamenta este proyecto y a su vez los diversos intereses que llevan a poder desarrollar este trabajo, la pregunta que se va a plantear es la siguiente:

- ¿Cómo influyen las redes sociales y los medios de comunicación en la creación de una imagen corporal en los más jóvenes?

Para poder llevar a cabo el desarrollo de la pregunta planteada, este proyecto tiene un objetivo principal:

- Estudiar la influencia de los efectos de los medios de comunicación y las redes sociales en la construcción de la imagen corporal y el autoconcepto de los jóvenes de todos los cursos de educación secundaria del instituto pamplonés Navarro Villoslada.

Y tres secundarios:

- Describir cómo incide este impacto en la creación de nuevos hábitos para el control del peso corporal.
- Describir cómo se aborda el trabajo de la imagen corporal en la educación física.
- Valorar el efecto que estos cambios han tenido en sus vidas, si son saludables o no.

1. Marco teórico

1.1 Evolución histórica del concepto de imagen corporal

El tema de la imagen corporal ha sido un concepto que empezó a tratarse en el ámbito médico a partir del siglo XX. En los últimos años ha habido múltiples investigadores que han completado o rediseñado las definiciones del concepto de imagen corporal. El intento en encontrar una definición a este concepto se remonta al año 1905, cuando Boonier (Nuñez Avilés, 2015) representó mediante la palabra “aschemata” la sensación de desaparición del cuerpo debido a un daño cerebral. En 1935 surge una nueva concreción del concepto de imagen corporal en la que se relacionan aspectos neurológicos con psicoanalíticos. Fue aportada por el psiquiatra Polaco Paul Schilder y supuso una revelación al relacionar el concepto de imagen corporal con aspectos diferentes al neurológico, es decir, es el pionero en definir el concepto de imagen corporal al realizar un análisis multifactorial, en la que se incluyen aspectos sociológicos, fisiológicos, psicoanalíticos... Este investigador propuso la siguiente definición (Ayensa, 2003):

“La imagen del cuerpo es la figura de nuestro propio cuerpo que formamos en nuestra mente, es decir, la forma en la cual nuestro cuerpo se nos representa a nosotros mismos” (p. 3).

En 1990 Cash y Pruzinsky establecen un concepto multifactorial de la imagen corporal. Ambos investigadores afirman que este concepto se debe a la mezcla de tres imágenes correlacionadas: Una imagen perceptiva, una cognitiva y una emocional (Nuñez Avilés, 2015). A nivel perceptivo, la imagen corporal representa cómo percibimos nuestro

propio cuerpo en relación con las dimensiones corporales, las diversas formas, el tamaño de cada parte corporal... Por otro lado, el nivel cognitivo representa los pensamientos y creencias que tenemos acerca del propio cuerpo, la propia percepción corporal. En tercer lugar, se encuentra el nivel emocional que representa la conformidad y el nivel de satisfacción que se tiene con respecto al propio cuerpo.

Diez años más tarde Cash y Pruzinsky (2002) establecen una definición de imagen corporal en el que se interrelacionan aspectos personales, como las emociones y el comportamiento, con factores sociales, como la cultura y el modo de adaptación con el exterior. Finalmente, unos años más tarde dos investigadores, Salaberria y Cols. (2007), establecieron una serie de factores que influyen directamente en la creación de la imagen corporal (Nuñez Avilés, 2015):

- Sociales y culturales: Se propone un ideal estético vigente en la sociedad y que limita lo que está corporalmente bien o mal. Este ideal ha variado con el paso de los siglos y en cada época histórica la figura estética ideal cambia.
- Modelos familiares y amistades: La presencia de progenitores que dedican gran parte del tiempo al cuidado del cuerpo llegando a mostrar una excesiva preocupación por ello y verbalizando opiniones negativas sobre el cuerpo, va a aumentar la probabilidad de que el niño lo aprenda. Además, estar rodeado de personas que constantemente hagan comentarios negativos sobre tu figura corporal llegando a ser motivo de burla, hace a la persona más vulnerable.
- Características personales: Ser una persona con baja autoestima, insegura, poco autónoma, puede llevar a que se encierre en el ideal estético vigente en la época para ocultar todas esas inseguridades.

- El desarrollo físico y el feedback social: Los cambios físicos que ocurren en la pubertad tanto precoces como tardíos, así como el IMC son motivos que pueden hacer a una persona más vulnerable.
- Por otro lado, factores como la obesidad infantil, haber sido víctima de abuso sexual, haber fracasado en diversos deportes, pueden hacer a una persona ser más crítica con su propio cuerpo, llevándola a ser más vulnerable.

1.2 La Influencia de los medios de comunicación y las redes sociales

Hoy en día, no se puede obviar el hecho de que las TIC y los medios de comunicación están en auge. La rapidez y la sencillez en el uso les han hecho ser unos grandes protagonistas en la vida diaria de los jóvenes. Las redes sociales, la facilidad para tener en los hogares conexión a internet y la propia imagen personal son los requisitos mínimos para que los jóvenes sociabilicen entre sus iguales, (Mari, Rosa; Barranco, Rut; Moreno, 2019). Las facilidades que ofrecen para satisfacer sus necesidades personales, sociales y lúdicas han hecho de las redes sociales y los medios de comunicación un vehículo para introducir a los jóvenes en la adultez, por lo que en estas plataformas digitales los jóvenes van a crear su propia identidad, mediante el proceso de la imagen corporal y la creación del yo, (Mari, Rosa; Barranco, Rut; Moreno, 2019). La inmadurez y la falta de capacidad crítica de que adolecen los jóvenes en la adolescencia sumado a la constante exposición en las redes sociales y los medios de comunicación, puede derivar en ciertos riesgos para la salud de los adolescentes. Es por lo que la escuela debe adoptar un papel fundamental en la educación de las competencias digitales.

En los últimos años en los medios de comunicación y en las redes sociales se están promoviendo imágenes en las que aparecen mujeres con figuras corporales extremadamente delgadas. Este es uno de los motivos principales que generan la mayor parte de la insatisfacción corporal en el público femenino, ya que al estar observando constantemente estas imágenes corporales, se puede sentir cierta necesidad de lograr esa figura corporal (Ferguson et al., 2014). Además, en los medios de comunicación, constantemente se ven reflejados modelos con figuras corporales distorsionadas y completamente alejadas de la realidad, aumentando la presión sobre las mujeres y con ello la insatisfacción corporal. Una investigación realizada en Estados Unidos con el objetivo de atender al efecto psicológico que tienen las imágenes corporales que se observan en los medios de comunicación (Blaivas et al., 2002), destacó que los jóvenes menores de 19 años son más susceptibles a los prototipos de imágenes corporales ideales que observan en la televisión. Los resultados obtenidos reflejaron que las redes sociales promueven el ideal estético de la delgadez, así como un sentimiento extendido entre los jóvenes de insatisfacción corporal.

Existen diversas teorías sobre las cuales se han fundamentado los recientes estudios sobre la imagen corporal. En primer lugar, se destaca la Teoría de los Indicadores Culturales que años después pasó a denominarse *Teoría del análisis de cultivo* Gerbner y Neuman (1964). Gerbner promovió la idea de que todo lo que aparece en la televisión sirve para influir de un modo u otro en las personas, al ser el medio en el que se ha llegado a compartir el mayor número de imágenes y mensajes (Valbuena de la Fuente, 1990). Para ello, clasificó a los telespectadores en los que ven mucho la TV y los que no, para reflejar la idea de que los que mayor tiempo consumen la televisión inconscientemente van a adoptar una visión realista de lo que observan. Por eso

mismo, si se relaciona con la temática de la imagen corporal, cuanto más tiempo se pase viendo la televisión, más fácilmente se van a considerar las imágenes corporales distorsionadas como reales y asequibles fácilmente para cualquier persona.

Por otro lado, encontramos *la teoría de la comparación social* planteada por Festinger (1954). Considera que las personas, con el objetivo de reducir la incertidumbre sobre sus sentimientos, emociones y creencias, tienden a compararse con sus similares (de la Fe Rodríguez et al., 2006). Esta teoría plantea que los seres humanos ante la imposibilidad de evaluarse objetivamente, habitúan a compararse con los otros.

Existen dos tipos de comparaciones, la que se realiza con personas a las que se considera socialmente inferiores o, por el contrario, con las que se consideran con un mayor valor social (de la Fe Rodríguez et al., 2006). Tal y como comenta Wills (1981,1991) citado en (de la Fe Rodríguez et al., 2006), las comparaciones descendentes tienen lugar cuando la persona emocionalmente se siente mal y trata de consolarse con su posición social. De acuerdo con la temática de la imagen corporal y la teoría de la comparación social, los seres humanos nos comparamos con nuestros similares de acuerdo con la figura corporal, con el objetivo de llegar a sentirnos mejor o para tomar referentes corporales.

De acuerdo con esta teoría, una investigación realizada en Estados Unidos (Ferguson et al., 2011), plantea que tanto los hombres como las mujeres se encuentran en una constante competición entre sus iguales para atraer al sexo contrario con la idea de poder perpetuar sus genes. Estos investigadores plantean un *modelo de atracción* en el que constantemente se realizan comparaciones corporales entre los semejantes de cada sexo. Es un acto que instintivamente realizan todos los seres humanos, y que,

debido a la constante competición entre los afines, provoca un sentimiento de insatisfacción corporal generalizado entre la población.

Por último, los diversos estudios en los que se estudia el impacto de los medios de comunicación en la imagen corporal (Ferguson et al., 2014), (Blaivas et al., 2002) se fundamentan bajo *La Teoría de la Cognición Social* de Bandura (1994), (Ladera Otones, 2016). Según la cual los seres humanos realizan y modifican sus conductas en función de las realizadas por aquellos similares a los que consideran atractivos. De acuerdo con esto, tanto las mujeres como los hombres imitan lo que observan en los modelos de su interés tanto en los medios de comunicación, como en las redes sociales, sin plantearse si puede suponer algún tipo de riesgo para su salud.

2 Marco metodológico

Para la realización de este proyecto se plantea una metodología mixta con un carácter descriptivo. Se va a llevar a cabo en todos los cursos de la educación secundaria del Instituto Público Navarro Villoslada de Pamplona en la asignatura de educación física.

Se realizará una entrevista semiestructurada a los docentes de esta área, mientras se pasa un cuestionario al alumnado. Se considera lo más idóneo plantear este proyecto en esta asignatura ya que tiene como eje central estudiar la creación de la imagen corporal en los alumnos. Este contenido se recoge dentro del Currículo de las Enseñanzas de Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad Foral de Navarra (Navarra, 2015)

En este marco metodológico se pretende dar respuesta a los objetivos planteados al inicio del trabajo mediante el planteamiento del cuestionario y la entrevista semiestructurada. En primer lugar, como objetivo principal se pretende estudiar la influencia de los medios de comunicación y las redes sociales en la creación de la imagen corporal y el autoconcepto de los jóvenes. Tras ello, se plantean tres objetivos secundarios: describir cómo incide este impacto en la creación de nuevos hábitos para el control del peso corporal; describir cómo se aborda el trabajo de la imagen corporal en la escuela; valorar si los nuevos hábitos adquiridos son saludables o no.

Por todo ello, el presente proyecto se enmarca dentro de las siguientes dimensiones y variables:

CONCEPTO	DIMENSION	VARIABLES	INDICADORES
REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	ALUMNOS	DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS	EDAD SEXO CENTRO ESCOLAR DONDE CURSA LOS ESTUDIOS
		USO REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	TIEMPO DE USO TIPOLOGÍA DE USO MOTIVOS DE USO CREENCIAS
	DOCENTES	REDES SOCIALES Y JÓVENES	CONFORMIDAD RESPECTO AL CONSUMO POR UN PÚBLICO JÓVEN IDONEIDAD DEL CONTENIDO EN LOS MEDIOS RIESGOS DEL CONSUMO
IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CREACIÓN DE UNA IMAGEN CORPORAL	ALUMNOS	RELEVANCIA SOCIAL DE LOS MODELOS COMO REFERENTES FÍSICOS	RELEVANCIA SOCIAL Y FÍSICA DE LOS MODELOS EN LAS REDES SOCIALES RELEVANCIA SOCIAL Y FÍSICA DE LOS MODELOS EN LAS REVISTAS RELEVANCIA SOCIAL FÍSICA DE LA GENTE FAMOSA EN LA TV
		PRESIÓN SOCIAL DE LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	PRESIÓN PARA BAJAR PESO PRESIÓN POR TENER UN CUERPO PERFECTO PRESIÓN PARA EMPEZAR UNA DIETA PRESIÓN PARA HACER EJERCICIO PRESIÓN PARA ESTAR DELGADO PRESIÓN PARA ESTAR GUAPO/GUAPA
		COMPARACIÓN CON MODELOS E INFLUENCERS	COMPARACIÓN FÍSICA CON MODELOS DE LAS REVISTAS COMPARACIÓN FÍSICA CON MODELOS DE LAS REDES SOCIALES COMPARACIÓN FÍSICA CON PERSONAS QUE ESTÁN EN BUENA FORMA
		INTERNACIONALIZACIÓN	DESEO POR IMITAR EL CUERPO DE UN MODELO PRESENTE EN REDES SOCIALES Y LOS MDC DESEO POR IMITAR EL CUERPO DE UN ATLETA DE ALTO NIVEL
		CREACIÓN DE HÁBITOS PARA CONTROLAR EL PESO CORPORAL	HÁBITOS SALUDABLES HÁBITOS NO SALUDABLES
	DOCENTES	INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN LOS JÓVENES	CREACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL INCIDENCIA DE LA INFLUENCIA SEGÚN SEXOS CREACIÓN DE HÁBITOS
EL AUTOCONCEPTO	ALUMNOS	CREENCIAS CORPORALES	VISIÓN CORPORAL PROPIA PREFERENCIAS SOCIALES SOBRE EL CUERPO INFLUENCIA DEL CUERPO EN LAS EMOCIONES
LA IMAGEN CORPORAL EN LA ESCUELA	DOCENTES	APLICACIÓN EN LA ESCUELA	RELEVANCIA EN EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN FÍSICA FORMACIÓN DEL PROFESORADO PRÁCTICA PERSONAL

Como se puede observar, este proyecto está planteado en base a cuatro conceptos que tratan de dar respuesta a los objetivos planteados desde diferentes perspectivas, ya sea propiamente desde la visión del joven, al consumir de primera mano estos contenidos como la del docente, desde un punto de vista externo. Los referentes que se han utilizado para desarrollar ambos instrumentos, se explicarán detalladamente posteriormente, tanto en la descripción del cuestionario como en la entrevista.

En primer lugar, se busca recoger datos acerca del nivel y la tipología de consumo de estos medios por el público joven. Igualmente se aborda desde dos dimensiones, la del alumno, como desde la del docente. Posteriormente, se aborda un segundo concepto que indaga en el impacto que tienen los medios de comunicación y las redes sociales en la creación de la imagen corporal de los jóvenes. Este concepto se aborda desde dos dimensiones, la del alumno y la del docente. A lo largo de este concepto se pretende estudiar la influencia que tienen los diversos medios a la hora de generar en los jóvenes unos pensamientos acerca de su propia imagen corporal. Por otro lado, el tercer concepto es abordado únicamente por la dimensión del alumno, por el cual se pretende observar las diversas creencias corporales que tiene cada uno de ellos. Finalmente, el cuarto concepto trata de observar qué visión tiene el docente acerca del modo por el cual se educa sobre la imagen corporal dentro de la escuela. El presente proyecto está regido por el código de buenas prácticas en investigación de la Universidad de Barcelona.

2.1 El contexto escolar

El presente proyecto se plantea en el Instituto Navarro Villoslada situado en el barrio pamplonés de San Juan. Se ha elegido este centro escolar, ya que allí realicé mi etapa secundaria y el bachillerato, y es un contexto educativo que conozco.

El centro es de titularidad pública, dependiente del Gobierno de Navarra. Se encuentra en la calle Arcadio María Larraona, muy próximo al Colegio Ermitagaña, del que procede gran parte de su alumnado. Actualmente ofrece una oferta educativa que abarca la Enseñanza Secundaria Obligatoria (Centro plurilingüe) y, dos modalidades de Bachillerato, la de Ciencias y Tecnología, y la de Humanidades y Ciencias Sociales, así

como el Bachillerato Internacional. (Tomado de su página Web: <https://iesnavarrovilloslada.educacion.navarra.es/web/quienes-somos/>) Cuenta con 7 líneas en cada curso de la E.S.O y una media de 30 alumnos por aula. El alumnado es de un nivel socioeconómico medio. Actualmente en torno al 25% es alumnado inmigrante. Este centro proporciona una educación global basada en el desarrollo de competencias y centrada en los cambios tecnológicos que van a condicionar la vida de los discentes, para garantizar el éxito escolar y profesional de sus alumnos. En el año 2013 se inició en los proyectos educativos europeos E-twinning. Desde ese año han participado en proyectos con escolares procedentes de países como Bélgica, Azerbaiyán, Italia, Georgia, Turquía... A si mismo tiene implantado un sistema de gestión de calidad que trata de perfeccionar la gestión.

2.2 Las muestras del proyecto

Para la realización del presente proyecto se va a atender al alumnado correspondiente a la etapa secundaria (12-16 años) del Instituto Navarro Villoslada. De acuerdo con los datos ofrecidos por el centro, a una media de 30 alumnos por nivel y a los 4 cursos que componen la educación secundaria este proyecto contaría con una unidad de análisis de 840 alumnos.

Por otro lado, con respecto a la muestra docente se va a estudiar al total de la población docente encargada de la etapa secundaria, 2 profesores.

2.3 El cuestionario

2.3.1. Descripción general y objeto de estudio

Para el desarrollo del presente proyecto se ha elaborado un cuestionario con el fin de dar respuesta al objetivo principal y a dos objetivos secundarios:

- Objetivo principal: estudiar la influencia de los efectos de los medios de comunicación y las redes sociales en la construcción de la imagen corporal y el autoconcepto de los jóvenes de todos los cursos de educación secundaria del Instituto Navarro Villoslada.
- Objetivos secundarios:
 - Describir cómo incide este impacto en la creación de nuevos hábitos para el control del peso corporal.
 - Valorar el efecto que estos cambios han tenido en sus vidas, si son saludables o no.

Las dimensiones sobre las que se fundamenta el cuestionario son las siguientes:

CONCEPTO	DIMENSION	VARIABLES	INDICADORES
REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	ALUMNOS	DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS USO REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	EDAD SEXO CENTRO ESCOLAR DONDE CURSA LOS ESTUDIOS TIEMPO DE USO TIPOLOGÍA DE USO MOTIVOS DE USO CREENCIAS
IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CREACIÓN DE UNA IMAGEN CORPORAL	ALUMNOS	RELEVANCIA SOCIAL DE LOS MODELOS COMO REFERENTES FÍSICOS PRESIÓN SOCIAL DE LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COMPARACIÓN CON MODELOS E INFLUENCERS INTERNACIONALIZACIÓN CREACIÓN DE HÁBITOS PARA CONTROLAR EL PESO CORPORAL	RELEVANCIA SOCIAL Y FÍSICA DE LOS MODELOS EN LAS REDES SOCIALES RELEVANCIA SOCIAL Y FÍSICA DE LOS MODELOS EN LAS REVISTAS RELEVANCIA SOCIAL FÍSICA DE LA GENTE FAMOSA EN LA TV PRESIÓN PARA BAJAR PESO PRESIÓN POR TENER UN CUERPO PERFECTO PRESIÓN PARA EMPEZAR UNA DIETA PRESIÓN PARA HACER EJERCICIO PRESIÓN PARA ESTAR DELGADO PRESIÓN PARA ESTAR GUAPO/GUAPA COMPARACIÓN FÍSICA CON MODELOS DE LAS REVISTAS COMPARACIÓN FÍSICA CON MODELOS DE LAS REDES SOCIALES COMPARACIÓN FÍSICA CON PERSONAS QUE ESTÁN EN BUENA FORMA DESEO POR IMITAR EL CUERPO DE UN MODELO PRESENTE EN REDES SOCIALES Y LOS MDC DESEO POR IMITAR EL CUERPO DE UN ATLETA DE ALTO NIVEL HÁBITOS SALUDABLES HÁBITOS NO SALUDABLES
EL AUTOCONCEPTO	ALUMNOS	CREENCIAS CORPORALES	VISIÓN CORPORAL PROPIA PREFERENCIAS SOCIALES SOBRE EL CUERPO INFLUENCIA DEL CUERPO EN LAS EMOCIONES

El cuestionario va dirigido a estudiar a un público joven, concretamente dentro de la etapa de la adolescencia, pues según una investigación realizada en Estados Unidos por Amanda Lenhart, y publicada en la página web Pew Research Center, el 92% de los adolescentes entre los 12 y los 17 años acuden a internet diariamente, de los cuales un 85% lo hace desde su propio *smartphone*. Dicho estudio recalca que el 71% de los jóvenes americanos tiene más de una red social siendo Facebook e Instagram las más populares entre este público.

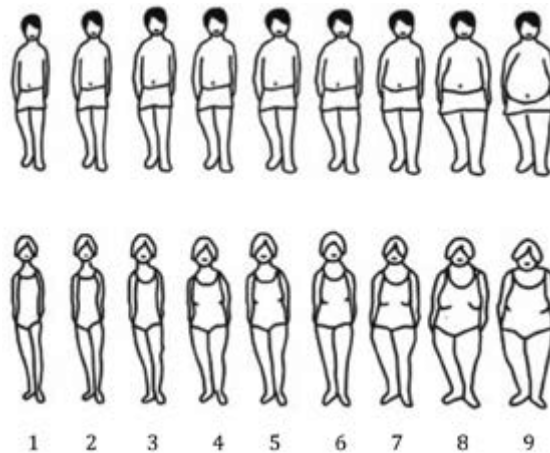
Se ha diseñado un cuestionario con un total de 40 preguntas dividido en 3 bloques. El primer bloque consta de 12 preguntas relativas a los datos sociodemográficos del alumno. Entre estos se puede destacar la edad, el sexo, centro escolar donde estudia, etc. El resto de preguntas van dirigidas a describir la tipología, frecuencia y tiempo de uso de las redes sociales y los medios de comunicación. Las preguntas 5-12 han sido recogidas y adaptadas del cuestionario elaborado por diversos docentes en la universidad de Murcia, (Albert García & Hernández P., 2014) y que tiene como objeto de estudio el uso de las redes sociales en adolescentes. La tipología de las respuestas de este bloque es de elección múltiple, excepto las relacionadas con los datos sociodemográficos, que son de respuesta única. El segundo bloque está formado por 20 preguntas. Para las respuestas se ha procedido a utilizar la escala de Likert, por medio de una escala de frecuencias permite estudiar mediante un formato de respuestas fijo actitudes y opiniones (Margarita & Luna, 2012). La escala va del 1 al 5, en que 1 corresponde a estar muy en desacuerdo, hasta 5, estar muy de acuerdo con una afirmación.

Estas preguntas han sido adaptadas del cuestionario americano *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Scale (SATAQ)*, (Thompson, 2009) recogido dentro de un proyecto que tiene el objetivo de estudiar el impacto de los medios de comunicación en la creación de una imagen corporal en los jóvenes. Este cuestionario ha sido validado por el autor usando dos muestras independientes correspondientes a dos centros escolares femeninos.

Por último, el tercer bloque está formado por 7 preguntas, 4 de ellas están basadas en una imagen que representa los tipos de cuerpo tanto femeninos como masculinos en

la adolescencia. Estos modelos han sido categorizados de acuerdo a los criterios de IMC, y representan lo siguiente:

- Modelos 1-3 desnutrición
- Modelo 4 IMC normal
- Modelo 5 sobrepeso
- Modelo 6-9 obesidad



Obtenida de (Odette Perez I. Damaris E., 2014)

Recuperado de: https://scielo.conicyt.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0717-75182014000400006

Este bloque ha sido recogido y adaptado del cuestionario "The influence of Day Preference on Body Image and Mood in College-Aged Women" (Miglinas, 2005) elaborado por Kristin Miglinas en la universidad de Saint Anselm, Estados Unidos. Este bloque cuenta con una pregunta que aborda los hábitos que los jóvenes han adquirido para controlar su peso corporal, es de elección múltiple tratando de estudiar la frecuencia y tipología de los posibles hábitos.

2.3.2 Las muestras del cuestionario.

Para la elección de la muestra que va a realizar el cuestionario, se va a seguir un muestreo estratificado aleatorio. Se va a subdividir la unidad de análisis en función de tres aspectos:

1º División por cursos.

2º Dentro de cada curso se va a establecer divisiones por niveles.

3º Dentro de cada nivel de cada curso se van a dividir alumnos y alumnas.

Estas divisiones se han realizado con el objetivo de disponer de una muestra equitativa por sexos dentro de cada curso escolar.

En primer lugar, para la obtención de la muestra se va a atender a todos los alumnos escolarizados en la etapa secundaria, siendo estos la unidad de análisis sobre la que se fundamenta el proyecto. Concretamente en este curso escolar el centro Navarro Villoslada cuenta con 7 líneas en cada curso de la E.S.O, por lo que a una media de 30 alumnos por aula se obtiene una población de 1080 alumnos, (840 alumnos E.S.O) + (240 alumnos bachillerato). Como se ha mencionado al inicio, este proyecto está planteado para las edades comprendidas entre los 12 y los 16 años, correspondientes a los 4 cursos de la etapa secundaria por lo que la unidad de análisis únicamente se correspondería con los 840 alumnos que se encuentren en la etapa de la E.S.O.

Posteriormente para la elección de la muestra se va a seguir un muestreo estratificado aleatorio. Para ello se va a realizar 3 estratificaciones o subgrupos. La primera de ellas consiste en dividir la unidad de análisis por cada curso de la E.S.O. La segunda de ellas consiste en dividir cada nivel dentro de cada curso y finalmente la tercera trata de dividir cada nivel por sexos.

Por todo ello, de acuerdo con la unidad de análisis correspondiente al contexto del centro escolar Navarro Villoslada con un margen de error del 5% y un nivel de confianza del 95% se va a realizar el cuestionario a un total de 280 alumnos.

De acuerdo con las subdivisiones/estratos que se han realizado anteriormente, (división por cursos, división por niveles, división por sexos) se va a pasar el cuestionario a 5 alumnos y a 5 alumnas dentro de todos los niveles de cada curso de la E.S.O.

2.3.3 Validación del cuestionario

A lo largo del presente apartado se van a explicar los pasos que se precisarían para validar el cuestionario. (Mendoza, 2011)

- Primera etapa: Proceso de revisión, selección y adaptación de conceptos, dimensiones, variables e indicadores.

Tras establecer el objeto de estudio del proyecto, así como el objetivo principal: estudiar la influencia del consumo de redes sociales y los medios de comunicación en los jóvenes a la hora de crear una imagen corporal y el autoconcepto, y los objetivos secundarios: describir cómo incide este impacto en la creación de hábitos para el control del peso

corporal y valorar si son saludables o no, se ha procedido a establecer conceptos, dimensiones variables e indicadores lo más idóneos posibles para el presente proyecto. Para ello, se ha tenido en cuenta el contexto escolar donde se plantea desarrollar el proyecto, y en base a ello adaptar los indicadores para que sean factibles en ambos sexos.

- Segunda etapa: El proceso de revisión y elaboración de los cuestionarios.

En esta segunda etapa se ha procedido a elaborar y revisar el cuestionario. Para ello se han establecido 3 conceptos con el objetivo de poder recoger diferentes tipologías de datos. La totalidad del cuestionario está compuesta por 26 ítems. Con el fin de cerciorar la idoneidad del cuestionario en relación con los objetivos planteados, el cuestionario se facilitaría con un total de 10 expertos al objeto de que puedan valorar la pertinencia entre las variables y los respectivos ítems. Para ello evaluarán puntuando del 1 al 3 la pertinencia de las variables con sus respectivos indicadores. A su vez, se dejará un espacio en blanco para las posibles sugerencias.

Por otro lado, para establecer la validez del contenido del cuestionario, se procedería a un juicio de expertos, en el que un total de 10 expertos sobre el tema evaluaría el contenido y la pertinencia de los diversos indicadores del instrumento. Para ello se va a utilizar el modelo de Lawshe modificado por (Tristán-López, 2008). Para proceder a la evaluación, los expertos deberán puntuar utilizando las categorías de evaluación: esencial, útil pero no esencial y no esencial (Salgado et al., 2016), la relación existente entre las 8 variables con sus respectivos indicadores, serían un total de 26.

- Tercera etapa: La prueba piloto.

En tercer lugar, para comprobar la consistencia interna del cuestionario, se procedería a pasar el instrumento a 30 expertos. Con esto se evaluaría si existe una correlación entre lo que las diversas preguntas quieren averiguar y la consistencia de las respuestas, es decir, que no existan contradicciones entre ellas. Para ello se utilizaría el coeficiente de Alfa de Cronbach, el cual afirma que dentro de los valores comprendidos entre 0-1 tendría que haber un mínimo de 0.7 para poder afirmar que las respuestas obtenidas en el cuestionario son fiables.

2.3.4 Plan de análisis

Debido a las diferencias entre las tipologías de las preguntas se va a proceder a realizar dos análisis diferentes, uno con el objetivo de evaluar los contenidos cuantitativos y otro para los cualitativos. Ambos análisis van a tratar de aportar respuestas descriptivas a los diversos objetivos planteados y a la pregunta de investigación: ¿Cómo influyen las redes sociales y los medios de comunicación en la creación de una imagen corporal en los más jóvenes?

- Análisis cuantitativo.

Para el desarrollo del análisis cuantitativo se va a proceder a realizar un análisis estadístico descriptivo básico mediante el programa de análisis estadístico SPSS. Permite conocer datos como las frecuencias de las diversas respuestas, se podrán observar los diversos porcentajes de las mismas, la media de las respuestas, la desviación, etc. Mediante diversos gráficos y diagramas de barras se va a poder observar fácilmente la

totalidad de las respuestas. Para el desarrollo de este análisis se relacionarán las respuestas obtenidas en el bloque 1 del cuestionario que abordan la tipología y tiempo de uso de las redes sociales y medios de comunicación con los bloques 2 y 3, que representan la influencia de las redes sociales y los medios de comunicación en la creación de la imagen corporal y el autoconcepto. Este análisis únicamente será cuantitativo, y tendrá el objetivo de cuantificar, valga la redundancia, las muestras estadísticas de las respuestas obtenidas.

- Análisis cualitativo.

En el presente análisis se van a estudiar las correlaciones existentes entre las variables del bloque 1: datos sociodemográficos y el uso de las redes sociales y los medios de comunicación, con las existentes en los bloques 2 y 3. Relaciona los datos obtenidos en el análisis cuantitativo, con los contenidos cualitativos y cuantitativos que se recogen en las respuestas. Es de gran relevancia ya que nos va a permitir establecer conclusiones en base a los objetivos planteados, así como a la pregunta de investigación.

Por otro lado, mediante la respuesta de la pregunta 40, incluida dentro del bloque 3, se va a poder dar respuesta al objetivo secundario acerca de los nuevos hábitos que los jóvenes han adquirido para el control de su peso corporal. Permite valorar el efecto que estos cambios han tenido en sus vidas, si son saludables o no.

2.4 La entrevista

2.4.1 Descripción general y objeto de estudio

Para el desarrollo del presente proyecto se ha planteado una entrevista semiestructurada con el objetivo de conocer la visión de los docentes del área de la educación física acerca de la influencia de los medios de comunicación y las redes sociales en sus alumnos, a su vez se conoce cómo se educa en la creación de la imagen corporal y el autoconcepto en la escuela.

Esta entrevista está planteada para dar respuesta a uno de los objetivos secundarios del trabajo:

- Describir cómo se aborda el trabajo de la imagen corporal en la escuela.

En cuanto a las dimensiones sobre las que se fundamenta esta entrevista son las siguientes:

CONCEPTO	DIMENSION	VARIABLES	INDICADORES
REDES SOCIALES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN	DOCENTES	REDES SOCIALES Y JÓVENES	CONFORMIDAD RESPECTO AL CONSUMO POR UN PÚBLICO JÓVEN IDONEIDAD DEL CONTENIDO EN LOS MEDIOS RIESGOS DEL CONSUMO
IMPACTO DE LAS REDES SOCIALES Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LA CREACIÓN DE UNA IMAGEN CORPORAL	DOCENTES	INFLUENCIA DE LOS MEDIOS EN LOS JÓVENES	CREACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL INCIDENCIA DE LA INFLUENCIA SEGÚN SEXOS CREACIÓN DE HÁBITOS
LA IMAGEN CORPORAL EN LA ESCUELA	DOCENTES	APLICACIÓN EN LA ESCUELA	RELEVANCIA EN EL ÁREA DE LA EDUCACIÓN FÍSICA FORMACIÓN DEL PROFESORADO PRÁCTICA PERSONAL

Esta entrevista se plantea desde un punto de vista descriptivo-informativo, mediante la cual se pretende conocer el punto de vista de los docentes del área de educación física del Instituto Navarro Villoslada correspondientes a la etapa secundaria, en relación con

cómo se educa en la creación de la imagen corporal y el autoconcepto, tema muy relevante para la creación de la personalidad y la mejora de la autoestima.

2.4.2 Criterios de selección del informante

Para la realización de la presente entrevista se han elegido a los docentes del área de educación física por los siguientes motivos:

En primer lugar, se ha escogido esta área debido a la finalidad educativa que los docentes tienen encomendada. En la adolescencia, los jóvenes se enfrentan a una serie de procesos emocionales relacionados con su cuerpo y que deben ser lidiados con otros factores sociales y personales con el fin de crear su propia personalidad. Inconscientemente el profesor de educación física es visto por el alumnado como un modelo corporal a seguir en esta etapa de cierta inmadurez cognitiva como es la adolescencia. Por eso este docente debe conocer la responsabilidad emocional del cargo profesional que posee, para así convertirse en un vehículo que lleve a sus alumnos a crear su propia personalidad mientras aprenden a lidiar con sus emociones. De acuerdo con el investigador Antonio Gómez en su tesis: Estrategias de intervención docente en Educación Física para el desarrollo del alumnado de Educación Primaria (Gomez, 2011), la praxis docente varía en cada uno en función de una serie de factores previos como pueden ser factores académicos y emocionales, sus experiencias previas y el contexto en el cual desempeña su práctica docente. Es por lo que el docente debe conocer y dar la importancia necesaria al proceso de construcción de la personalidad del alumnado, ya que, si no, será un aspecto que no incluirá en el desarrollo de sus sesiones.

En segundo lugar, se ha escogido esta área académica para desarrollar este proyecto pues, según el Currículo de las enseñanzas de Educación Secundaria Obligatoria de la

Comunidad Foral de Navarra (Navarra, 2015), la educación física es la asignatura que tiene el objetivo de ayudar a los alumnos a construir su personalidad a raíz de explorar sus propias capacidades motrices, cognitivas, emocionales, y a sociabilizar con sus afines. Esto ayuda a que desarrollen una autoimagen corporal positiva a través de la capacidad de autocrítica, valorando la alimentación como un aspecto imprescindible en su salud y llegando a ser responsables de ellos mismos para no ponerla en riesgo con la imitación de los sujetos cuya imagen corporal se encuentra hoy de moda.

2.4.3 Presentación y descripción del guión de la entrevista.

Para la realización de la entrevista semiestructurada se ha seguido un guión que consta de tres partes. Se plantea de un modo flexible, en función de las respuestas que emita el entrevistado se procederá a realizar unas preguntas u otras. En primer lugar, el entrevistador realizará una presentación personal, en la que argumentará los motivos de la presente entrevista, así como su finalidad. Posteriormente, se realizará al entrevistado una serie de preguntas con el objetivo de que se pueda presentar y así poder dar pie al desarrollo de la entrevista. Las temáticas son las siguientes:

1. El consumo de redes sociales y medios de comunicación por el público joven:

Esta segunda parte de la entrevista tiene el objetivo de conocer el punto de vista del docente acerca del consumo de redes sociales y los medios de comunicación por un público joven (12-16 años). Está compuesta por 3 temas y se plantean 5 preguntas que pueden variar con el transcurso de la misma. Da a conocer el punto de vista del docente

acerca de si el contenido que consume este público es apto para su edad, así como los posibles riesgos que puede entrañar el consumo de los mismos. A modo de esquema los subtemas que trata son los siguientes:

- Conformidad respecto al consumo.
- Idoneidad del contenido en los medios.
- Riesgos que puede implicar su consumo.

2. La influencia de los medios de comunicación y las redes sociales en los jóvenes:

Respecto al tema de la influencia que ejercen los diversos medios de comunicación y las redes sociales en los jóvenes se abordarán tres subtemas, el primero de ellos va a estar ligado a cómo afecta el contenido de las redes sociales y los medios de comunicación en los jóvenes a la hora de crear su propia imagen corporal. Posteriormente se va a preguntar al docente su opinión acerca de si esta influencia puede variar en función de los sexos, y, finalmente, acerca de los nuevos hábitos que los jóvenes pueden llegar a adquirir tras el consumo de este contenido con el objetivo de controlar su peso corporal. Esta última temática está compuesta por 4 preguntas que variarán en función del desarrollo de la misma. A modo de esquema los subtemas que se tratan en este punto son los siguientes:

- Creación de la imagen corporal.
- Incidencia de la influencia en función del sexo.

- Creación de hábitos.

3. La imagen corporal en la educación física.

Esta última parte trata de estudiar el modo en que se aborda la temática de la imagen corporal en la educación física. En primer lugar, se pretende conocer el punto de vista del docente acerca de la relevancia de abordar la temática de la imagen corporal en las sesiones de educación física. Posteriormente, se preguntará por las áreas en las que se debería educar en la creación de una imagen corporal positiva y sana. Asimismo, se preguntará sobre la formación que reciben los docentes para tratar esta temática con los alumnos y la experiencia personal del entrevistado sobre ello. Está compuesto por 5 preguntas que pueden variar en función del desarrollo de la entrevista. A modo de esquema los puntos sobre los que se fundamenta este apartado son los siguientes:

- Relevancia a ser tratado en la escuela.
- Transversalidad en la educación.
- Formación del profesorado.
- Práctica personal.

2.4.4 La validación de la entrevista

1. Fase inicial

En el presente apartado se van a explicar los pasos que se realizarían con el objetivo de llevar a cabo la presente entrevista (Mediavilla Saldaña & García García, 2013) . En primer lugar, se elaborarían 2 grupos, el grupo coordinador, que es el encargado de

desarrollar la entrevista, y el grupo experto, que está formado por expertos especialistas en educación y TIC y en psicología juvenil.

Tras el desarrollo de la entrevista, que consta de tres bloques y un total de 15 preguntas se procedería al proceso de validación por parte del grupo experto. En primer lugar, se les aportaría la entrevista y se les comunicará que deberán evaluar cada pregunta utilizando la escala Likert del 1 al 4 (Margarita & Luna, 2012), siendo el 1 muy en desacuerdo y el 4 totalmente de acuerdo. Para la evaluación de las preguntas los expertos deberán atender a los siguientes aspectos:

- Evaluar cada pregunta en función del contenido propio de cada una.
- Evaluar cada pregunta en función de la importancia de la misma respecto al bloque de contenidos al que corresponde.
- Evaluar cada pregunta en función de la adecuación de la misma respecto al bloque de contenidos al que pertenece y al estudio en general.

Tras evaluar las preguntas de los diferentes bloques se dejará un espacio en blanco para que cada experto proponga un comentario para la mejora de cada pregunta. A su vez cada experto deberá evaluar del 1 al 10 su conformidad en cuanto a ese bloque.

2. Fase de análisis

Tras recoger los datos de las entrevistas evaluadas por el grupo de expertos, se va a proceder al análisis de los datos recogidos. En primer lugar, se realizará un análisis estadístico de la información recogida mediante el programa SPSS. Se realizará la mediana y la desviación típica de las respuestas obtenidas en cada bloque con el objetivo de evaluar el grado de consenso de los expertos en las respuestas. A continuación, se

procederá a realizar la media de cada pregunta en los tres apartados: contenido, importancia y adecuación.

Finalmente se procederá a estudiar la fiabilidad de los contenidos recogidos en la entrevista. Para ello se utilizará el coeficiente de Alfa de Cronbach (Ledesma, 2004) en los tres apartados (contenido, importancia y adecuación) para evaluar la consistencia interna de cada bloque. Si los valores superan el 0.7, la fiabilidad del contenido del bloque es aceptable y se podrá afirmar que tiene una consistencia interna adecuada para las preguntas que se plantean.

2.4.5 Plan de análisis.

En el presente apartado se explica el proceso por el que se realiza un análisis cualitativo de las entrevistas grabadas realizadas a los docentes de educación física del Instituto Navarro Villoslada.

1. Transcripción:

Tras llevar a cabo la entrevista el primer proceso que se va a llevar a cabo es el de transcripción del contenido auditivo registrado en las grabaciones. Se redactará textualmente lo que el entrevistado verbaliza de manera literal, sin corregir los posibles errores de expresión, reiteraciones, contradicciones, etc., que a lo largo de la entrevista pueden suceder. En esta fase no se puede omitir y/o modificar ningún registro de información, ya que las conclusiones finales de la entrevista se podrían ver alteradas (Seid, 2016). De otro modo, con el fin de que la transcripción refleje realmente el transcurso de la entrevista, se atenderá a las diversas entonaciones que el entrevistado

utilice, así como a las emociones mostradas. Estarán anotadas junto a la redacción textual que lo acompaña y permitirá aportar un mayor realismo a la redacción textual de la entrevista.

2. Grillado:

Una vez se ha realizado la transcripción completa de la entrevista, se procederá a organizar y preparar el material para su análisis. Se dividirá la entrevista en bloques, cada uno de ellos se compondrá de un eje temático. Por lo que la grilla estará compuesta por tres ejes temáticos que serán los siguientes:

- El consumo de redes sociales y medios de comunicación por el público joven.
- La influencia de los medios de comunicación y las redes sociales en los jóvenes.
- La imagen corporal en la educación física.

Con el objetivo de facilitar el análisis de cada bloque, en la transcripción textual se utilizarán colores para diferenciar el contenido que pertenece a cada bloque.

3. Codificación

En el presente apartado se va a tratar de ir más allá en el proceso de análisis. Tiene el objetivo de buscar el contenido latente de los mensajes mediante la codificación de la transcripción realizada.

- Análisis palabra por palabra.

Según lo establecido la RAE (Real Academia de la Lengua Española, 2019), codificar significa “Transformar mediante las reglas de un código la formulación de un mensaje”. En el presente apartado se va a tratar de encontrar un doble punto de vista al contenido de la entrevista. En primer lugar, se va a proceder a realizar un análisis sintáctico del texto, por lo que se van a atender a todos los fenómenos relevantes recogidos dentro de los registros textuales. Cuando se encuentren, se procederá a establecer un concepto provisional que estará recogido bajo una etiqueta o código. Estos conceptos provisionales están relacionados con los objetivos planteados para el desarrollo de la entrevista. Todos los fragmentos textuales que sean analizados posteriormente y tengan un significado similar, serán recogidos bajo el mismo código. Establecer códigos permite al entrevistador poder reunir de un modo sencillo todos los acontecimientos/acciones similares que han sido significativos en la entrevista y con ello facilitarle la investigación.

- Análisis frase por frase.

Posteriormente, tras realizar un análisis palabra por palabra se va a proceder a analizar unidades sintácticas mayores, como pueden ser oraciones y/o párrafos. Este análisis se tendrá en cuenta cuando en una sola frase o párrafo se encuentren varios conceptos que se consideren relevantes o significativos. Al haber analizado un mayor número de fragmentos textuales, se pueden empezar a elaborar conceptos, tras comparar fragmentos con similitudes. Tras la elaboración de diversos conceptos que engloben acciones o acontecimientos recogidos en la entrevista, se va a proceder a establecer una unidad de análisis mayor, las categorías. Estas van a tener una definición que les permita recoger los diversos conceptos que tengan características similares y se puedan agrupar

bajo la misma dimensión. La definición de categoría suele ser cambiada a lo largo del proceso de análisis, ya que aparecen conceptos que obligan a reformularla.

- Elaboración de redes.

Tras la elaboración de categorías conceptuales, se establecerán redes entre las diversas categorías. En este proceso se va a tratar de encontrar agrupar lo que previamente se había desagrupado para formar conceptos recogidos bajo un mismo código. Se denomina codificación axial (Seid, 2016) y consiste en establecer relaciones/redes entre las diversas categorías, con el fin de poder establecer mayores vínculos entre los conceptos analizados. Para crear las redes conceptuales, se va a atender primero a aquellas categorías que se presenten más complejas, al estar formadas por un mayor número de conceptos. Con el objetivo de facilitar la comprensión de este apartado se procederá a realizar un diagrama de flujo, que permite ver más claramente las subdivisiones.

- Síntesis.

Para terminar con el proceso de análisis es necesario agrupar la información con el fin de evidenciar los resultados obtenidos. En los apartados anteriores se ha procedido a establecer un esquema conceptual teórico que recoge los contenidos significativos de la entrevista. En este apartado se van a observar los vínculos entre los temas establecidos en la grilla con los ejes temáticos y dimensiones, para así llegar a responder a los objetivos planteados para esta innovación:

- Describir cómo se aborda el trabajo de la imagen corporal en la escuela.

Tal y como afirma Gonzalo Seid en la ponencia: Procedimientos para el análisis cualitativo de entrevistas. Una propuesta didáctica. V Encuentro Latinoamericano de Metodología de las Ciencias Sociales (Seid, 2016) “Las respuestas a los interrogantes de investigación deben ser representadas como resultados, sistematizadas como conclusiones y relacionadas con el estado de conocimiento acumulado en la temática”.

2.5 El desarrollo temporal del proceso de innovación

En el presente apartado se va a proceder a explicar la temporalidad prevista de las actividades que se han planteado para el desarrollo del proceso de llevar a cabo el proyecto. Con el objetivo de facilitar la comprensión, se va a elaborar una tabla en la que se va a explicar la temporalidad prevista para el desarrollo de cada fase de innovación, así como las acciones que se van a desarrollar en cada una de ellas.

FASE DE INNOVACIÓN	ACCIONES A DESARROLLAR	TEMPORALIDAD PREVISTA
Selección del centro de prácticas	Puesta en contacto con el equipo directivo del centro para verificar la posibilidad de realizar prácticas escolares.	Enero de 2020
Elaboración de los instrumentos	Atendiendo a las múltiples referencias bibliográficas se procedió a elaborar ambos instrumentos (cuestionario y entrevista).	Febrero de 2020
Validación del contenido de los instrumentos	Se contactaría con los diversos expertos para que, mediante un análisis, evalúen la idoneidad, compatibilidad y la pertinencia de las preguntas que se plantean.	Marzo y abril de 2020

Trabajo de campo	A lo largo del mes se realizaría el cuestionario a los alumnos y las entrevistas a los docentes.	Mayo de 2020
Plan de análisis	Tras recoger los datos obtenidos, se analizarían para tratar de dar respuesta a los objetivos del proyecto.	Junio de 2020

APRECIACIONES PERSONALES

Bajo mi punto de vista, considero que este proyecto descriptivo puede ser muy útil para abordar el tema de la imagen corporal dentro de la escuela, concretamente en el área de educación física. Considero que los docentes de esta área deben estar capacitados para promover una enseñanza que desarrolle íntegramente a los alumnos, desde un punto de vista motriz, así como psicológico y emocional. Con el paso de los años cada vez más centros escolares, tanto de educación primaria como institutos, están promoviendo la idea de fomentar una educación basada en el desarrollo de las emociones. Desde mi punto de vista este tema siempre ha sido tratado en los colegios, pero desde un modo externo, sin mucha implicación docente y sin llegar a obtener resultados significativos en el alumnado. Educar bajo la premisa de lograr un correcto desarrollo emocional del alumnado significa que el centro educativo potencia el desarrollo de las competencias emocionales de los discentes. Estos deben ser capaces de saber lidiar con sus emociones para poder lograr el máximo bienestar personal y con ello lograr el bienestar social.

En mi experiencia previa como alumno de secundaria, no conté con docentes de educación física que educarían en el desarrollo de la imagen corporal positiva. Esto se debe bajo mi apreciación a que por un lado carecían de la formación necesaria para ello, o por el otro, no lo consideraban suficientemente importante.

Por consiguiente, el presente proyecto va a aportar la información necesaria a los diversos docentes del centro Navarro Villoslada, en especial a los de educación física, acerca de cómo están influidos los alumnos por las redes sociales y los medios de comunicación para crear su propia concepción corporal. Este proyecto va a dotar a los docentes de la información para poder educar en la creación de una imagen corporal positiva, mientras a su vez desmienten la idea de que los modelos que aparecen en las redes sociales y los medios de comunicación son reales. Espero que este trabajo sea útil para ayudar a las jóvenes a generar actitudes que los lleven a estar satisfechos con su propio cuerpo, sin importar el tamaño y/o dimensiones que tenga.

Referencias

- Albert García, O., & Hernández P., M. Á. (2014). Uso de las redes sociales. Cuestionario para adolescentes. *[Trabajo Fin de Máster]*, 1–6.
<http://www.engenerico.com/uso-de-las-redes-sociales-en-medicina/>
- Alda, O. De, & Madrid, M. (2008). Insatisfacción corporal en adolescentes latinoamericanas y españolas. *Psicothema*, 20, 131–137.
- Ayensa, J. (2003). ¿Qué es la imagen corporal? *Revista De Humanidades “Cuadernos Del Marqués De San Adrián*, 2, 3. http://www.uned.es/cattudela/revista/n002/baile_ayensa.htm
- Blaivas, J. G., Levine, M. P., & Murnen, S. K. (2002). The effect of experimental presentation of thin media images on body satisfaction: A meta-analytic review. *International Journal of Eating Disorders*, 31(1), 1–16.
<https://doi.org/10.1002/eat.10005>
- de la Fe Rodríguez, M., Osa, A., & Peiró, J. M. (2006). El afecto producido por la comparación social y su influencia sobre el burnout. *Revista de Psicología Social*, 21(3), 229–239. <https://doi.org/10.1174/021347406778538267>
- Ferguson, C. J., Muñoz, M. E., Garza, A., & Galindo, M. (2014). Concurrent and Prospective Analyses of Peer, Television and Social Media Influences on Body Dissatisfaction, Eating Disorder Symptoms and Life Satisfaction in Adolescent Girls. *Journal of Youth and Adolescence*, 43(1), 1–14.
<https://doi.org/10.1007/s10964-012-9898-9>
- Ferguson, C. J., Winegard, B., & Winegard, B. M. (2011). Who Is the Fairest One of All?

- How Evolution Guides Peer and Media Influences on Female Body Dissatisfaction. *Review of General Psychology*, 15(1), 11–28. <https://doi.org/10.1037/a0022607>
- Ferreiro Habra, A. C. (2018). Masculinidades en el discurso publicitario. *Question*, 1(58), 053. <https://doi.org/10.24215/16696581e053>
- Gomez, A. (2011). *Estrategias de intervención docente en Educación Física para el desarrollo de la autonomía en el alumnado de Educación Primaria*. Universidad de La Laguna.
- Ladera Otones, I. (2016). La satisfacción con la imagen corporal: su relación con las redes sociales y la autoestima. *Universidad Pontificia Comillas*, 1–29. <https://repositorio.comillas.edu/jspui/bitstream/11531/13133/1/TFM000397.pdf>
- Ledesma, R. (2004). AlphaCI: un programa de cálculo de intervalos de confianza para el coeficiente alfa de Cronbach. *Psico-USF*, 9(1), 31–37. <https://doi.org/10.1590/s1413-82712004000100005>
- Margarita, S., & Luna, M. (2012). Manual Práctico Para El Diseño De La Escala Likert. *Revista Xihmaj*, 2(4), 6–8.
- Mari, Rosa; Barranco, Rut; Moreno, R. (2019). *Viviendo en la red*.
- Mediavilla Saldaña, L., & García García, J. M. (2013). Diseño, Creación Y Validación De Una Entrevista Para Obtener Datos Biográficos, De Carácter Deportivo- Militar, De Los Militares Que Participaron En Unos Juegos Olímpicos. *Journal of Sport and Health Research J Sport Health Res ISSN Journal of Sport and Health Research. Journal of Sport and Health Research J Sport Health Res*, 5(52), 157–166.
- Mendoza, M. (2011). Elaboración y validación del cuestionario “Autoevaluación de la

gestión directiva en pro de una educación creativa." *Educatio Siglo XXI*, 29(2), 369–388.

Miglinas, K. (2005). *The influence of Day Preference on Body Image and Mood in College-Aged Women*.
<http://www.anselm.edu/internet/psych/theses/2005/miglinas/webpage.html>

Navarra, G. de. (2015). *Currículo de las enseñanzas de Educación Secundaria Obligatoria en la Comunidad Foral de Navarra*.

Núñez Avilés, F. (2015). Estudio De La Satisfacción De La Imagen Corporal Educación Primaria. Relaciones Con La Actividad Física Y El Nivel De Condición Física De Los Adolescentes. *Tesis Doctoral*, 291.

Odette Perez I. Damaris E. (2014). Percepción de la imagen corporal y prácticas alimentarias entre indígenas Mayas de Yucatán , México Body image perception and food practices of Mayan indigenous of Yucatan , Mexico. *Revista Chilena de Nutrición*, 41(11), 383–390. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rchnut/v41n4/art06.pdf>

Real Academia de la Lengua Española. (2019). *Diccionario de la Lengua Española*.
<https://dle.rae.es/codificar>

Salgado, M. V., Arroyo, J. C., Elizabeth, L., & Benavides, C. (2016). Content Validity Of A Measuring Instrument For Transformational leadership. *Revista Global de Negocios*, 4(1), 35–45.

Seid, G. (2016). Procedimientos para el análisis cualitativo de entrevistas. Una propuesta didáctica. *V Encuentro Latinoamericano de Metodología de Las Ciencias Sociales*, 16 Al 18 de Noviembre de 2016, Mendoza, Argentina, 24.

Thompson, J. . (2009). *Sociocultural Attitudes Towards Appearance Questionnaire - 3*

Revised Edition. Academic for Eating Disorders.

<http://jkthompson.myweb.usf.edu/sataqfemweb.htm>

Tristán-López, a. (2008). Modificación al modelo de Lawshe para el dictamen

cuantitativo de la validez de contenido de un instrumento objetivo. *Avances En*

Medición, 6, 37–48.

Valbuena de la Fuente, F. (1990). Teoría de los Indicadores Culturales. *Análisis Del*

Cultivo, 130–131.

ANEXOS

Anexo 1. El cuestionario

CUESTIONARIO SOBRE LAS REDES SOCIALES Y LA IMAGEN CORPORAL

El presente cuestionario se engloba dentro del marco práctico del TFM realizado por Ander Satóstegui, estudiante del máster de Actividad física y Educación ofertado por la Universidad de Barcelona. Este cuestionario anónimo tiene como objetivo describir la influencia que tienen las redes sociales y los medios de comunicación en la creación de la imagen corporal y el autoconcepto de los jóvenes. Está compuesto por un total de tres bloques que van dirigidos a conocer cómo los jóvenes de hoy en día se ven influenciados por el contenido que observan en internet y los medios de comunicación.

La información recopilada, así como los datos personales de los participantes son completamente privados y confidenciales, por lo que su uso únicamente irá destinado al ámbito académico.

Por todo ello, agradezco enormemente su implicación con el presente trabajo.

Un saludo y muchas gracias.

BLOQUE 1.

Por favor, lea correctamente los enunciados y conteste las siguientes preguntas

1. ¿Eres hombre o mujer?
2. ¿Cuál es tu edad?
3. ¿En qué colegio estás estudiando?

4. ¿En qué curso y clase estás?

5. ¿Qué redes sociales utilizas? ¿Desde cuándo? ¿Con que frecuencia?

	USO		¿DESDE CUÁNDO?			FRECUENCIA			
	SI	NO	< 1 AÑO	De 1 a 5	>5 años	Nunca	Diario	Semanal	Mensual
WATHSAPP									
INSTAGRAM									
TWITTER									
TIK TOK									
SNAPCHAT									
OTRA (especificar)									

6. De todas las redes sociales mencionadas en la pregunta anterior, ¿Cuál te gusta más?

Red social favorita: _____

7. ¿Para qué utilizas las redes sociales (5 es el motivo más importante y 1 el menos importante)?

Comunicarme con mis amigos	1	2	3	4	5
Tener más información de mis amigos	1	2	3	4	5
Hablar de mi	1	2	3	4	5
Compartir videos y fotografías	1	2	3	4	5
Hacer anuncios políticos, apoyar causas	1	2	3	4	5
Hacer mi propia publicidad	1	2	3	4	5
Encontrar a nuevos amigos	1	2	3	4	5
Utilizar el chat	1	2	3	4	5
Encontrar a mis antiguos amigos	1	2	3	4	5
Otros	1	2	3	4	5

8. ¿Cuánto tiempo pasas conectado a las redes sociales al día?

- 10-30 minutos
- 60 minutos

- 1-3 horas
- Más de 3 horas

9. ¿Piensas que tu perfil en las redes sociales refleja realmente quién eres?

- Sí
- No

10. ¿Consumes prensa online (periódicos, revistas...)?

- Sí
- No

11. Si la respuesta anterior es un sí, indique la temática de la prensa que habitúa leer.
 Seleccione varias respuestas.

DEPORTIVA	SÍ	NO
SALUD Y BIENESTAR	SÍ	NO
IDIOMAS	SÍ	NO
COCINA	SÍ	NO
HUMOR	SÍ	NO
ANIMALES Y PLANTAS	SÍ	NO
GENERALISTA	SÍ	NO

De todas las anteriores, ¿cuál es la que más consume/ le gusta?

12. ¿Cuánto tiempo dedicas diariamente a la lectura de prensa escrita?

- 5-10 minutos
- 10-30 minutos
- 30-60 minutos
- Más de 60 minutos

Nada

BLOQUE 2.

Por favor, lee atentamente los siguientes enunciados e indica el número que esté más de acuerdo contigo al final de cada frase.

Muy en desacuerdo= **1**

En desacuerdo= **2**

Indiferente= **3**

De acuerdo= **4**

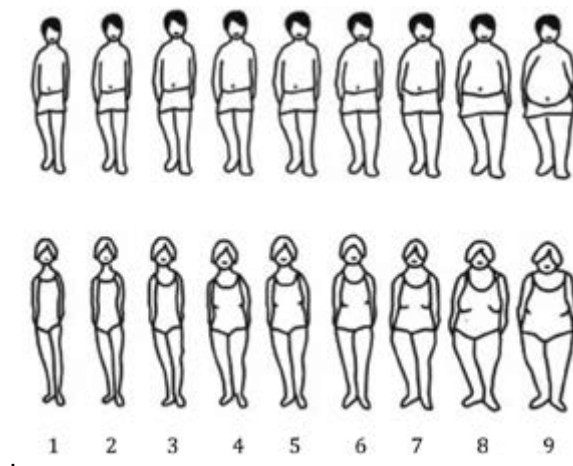
Muy de acuerdo= **5**

13. He sentido presión por las redes sociales y los medios de comunicación para bajar de peso corporal.
14. No me importa si mi cuerpo se parece a los cuerpos que se ven en las revistas y las redes sociales.
15. Comparo mi cuerpo con los que se ven en las redes sociales y revistas.
16. No siento presión por las redes sociales y los medios de comunicación por estar guap@.
17. Me gustaría tener un cuerpo como el de los modelos que aparecen en las redes sociales y los medios de comunicación.
18. He sentido presión por las redes sociales y los medios de comunicación por estar delgad@.
19. Me gustaría que mi cuerpo se pareciera al de las personas que aparecen en las redes sociales y los medios de comunicación.

20. Los Influencers y modelos presentes en las redes sociales y en los medios de comunicación representan lo que está de moda y el “ser atractivo”.
21. He sentido presión por las redes sociales y los medios de comunicación por tener un cuerpo perfecto.
22. Comparo mi cuerpo con el cuerpo de las personas que aparecen en las redes sociales y en los medios de comunicación.
23. Los anuncios que aparecen en los medios de comunicación son una buena fuente de información sobre lo que está de moda y el “ser atractivo”.
24. He sentido presión por parte de los medios de comunicación por empezar una dieta.
25. He comparado mi cuerpo con las personas que están “en buena forma”.
26. Las imágenes que se observan en los medios de comunicación son una buena fuente de información sobre lo que está de moda y el “ser atractivo”.
27. He sentido presión por las redes sociales y los medios de comunicación para hacer deporte.
28. He comparado mi cuerpo con aquellas personas que tienen cuerpos atléticos y/o musculados.
29. He sentido presión por parte de las redes sociales y los medios de comunicación para cambiar mi apariencia física.
30. No me quiero parecer a las personas que aparecen en las redes sociales y los medios de comunicación.
31. L@s supermodelos son referentes sobre la moda y el “ser atractivo”.
32. La gente famosa son una buena fuente de información sobre moda y el “ser atractivo”.
33. Me gustaría tener un cuerpo como el que tienen los deportistas que aparecen en las redes sociales y los medios de comunicación.

BLOQUE 3.

Por favor, toma unos minutos para ver las siguientes 9 figuras de acuerdo a tu sexo. Posteriormente contesta las siguientes preguntas con un número, de acuerdo a cada apariencia física.



Tu sexo:

Hombre/mujer

34. De acuerdo con las siguientes imágenes, ¿Cuál de todas crees que se asemeja mejor a tu cuerpo ahora mismo?
35. ¿Qué imagen crees que a los chicos de tu edad les resulta más atractiva?
36. ¿Qué imagen crees que a las chicas de tu edad les resulta más atractiva?
37. Si pudieras elegir, ¿a qué figura de las 9 te gustaría parecerse?

38. ¿Cómo te sientes con tu cuerpo?

- Orgullosa
- Contenta
- Neutral
- Insatisfech@

39. ¿Influye tu peso corporal en la manera en que te sientes contigo mismo?

- Nunca
- A veces
- Casi siempre

40. ¿Has utilizado alguno de estos hábitos para controlar tu peso?

	Nunca	A veces	Casi siempre
Comer menos calorías			
Llevar a cabo una dieta rápida			
Llevar a cabo una dieta líquida			
Hacer ejercicio			
Ingerir pastillas alimenticias			
Tomar laxantes			
Dejar de comer			
Comer mucho y rápido			
Provocar el vómito			
Otros (especificar cuáles)			

Anexo 2. La entrevista

La presente entrevista se engloba dentro del marco práctico del TFM realizado por Ander Satóstegui, estudiante del máster de Actividad física y Educación ofertado por la Universidad de Barcelona. Esta entrevista anónima tiene como objetivo describir cómo se aborda el tema de la imagen corporal en la educación física. Está compuesta por un total de tres bloques que van dirigidos a conocer: el uso de las redes sociales y los medios de comunicación por los jóvenes; cómo los jóvenes de hoy en día se ven influenciados por el contenido que observan en las TIC; cómo se educa en la creación de una imagen corporal positiva en la educación física.

La información recopilada, así como los datos personales de los entrevistados son completamente privados y confidenciales, por lo que su uso únicamente irá destinado al ámbito académico.

Por todo ello, agradezco enormemente su implicación con el presente trabajo.

Muchas gracias.

Fecha:

Nombre del entrevistado:

Edad del entrevistado:

El uso de redes sociales y medios de comunicación por jóvenes

1. ¿Está a favor del uso de las redes sociales por los jóvenes?
2. ¿Crees que hoy en día es necesario tener redes sociales?
3. ¿Crees que el consumo de redes sociales puede tener algún riesgo para los jóvenes? ¿Qué tipo de riesgo?
4. ¿Crees que la prensa escrita y el contenido televisivo son apropiados para los jóvenes?
5. ¿Crees que el consumo de determinada prensa escrita y contenido televisivo pueden suponer algún tipo de riesgo para el público adolescente? ¿De qué tipo?

La influencia de los medios de comunicación y las redes sociales en los jóvenes

6. ¿De qué modo consideras que las redes sociales y los medios de comunicación pueden ejercer algún tipo de influencia en los jóvenes?
7. ¿Cómo crees que las redes sociales y los medios de comunicación pueden influir en la creación de la imagen corporal y en el autoconcepto de los jóvenes?
8. ¿Consideras que la presión ejercida por los medios de comunicación y las redes sociales es igual en todas las edades y sexos?
9. ¿De qué modo crees que la influencia de las redes sociales y los medios de comunicación puede crear nuevos hábitos en los jóvenes? ¿Cuáles?

La imagen corporal en la educación física

10. ¿De qué modo consideras importante educar a los alumnos acerca de la diversidad corporal y el respeto a lo diferente?
11. ¿Consideras que el tema de la imagen corporal y el autoconcepto debería educarse en la asignatura de educación física o de un modo transversal?
12. ¿Crees que los docentes de educación física poseen la formación necesaria para poder tratar el tema de la creación de una imagen corporal y el autoconcepto de forma correcta en la escuela?
13. ¿Como docente de educación física llevas a cabo alguna práctica o actividad para educar en la creación de la imagen corporal y en el autoconcepto?
14. ¿Crees que hoy en día dentro de los centros escolares se le da la importancia que merece a la creación de la imagen corporal y el autoconcepto de los jóvenes? ¿Concretamente en tu centro?