

LES XARXES SOCIALS COM A FACTOR DE RISC PEL DESENVOLUPAMENT DE TRASTORNS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA (TCA) ENTRE ELS I LES ADOLESCENTS DEL MUNICIPI DE TORREDEMBARRA

La incidència de les xarxes socials en el comportament dels i les adolescents d'entre 16 i 21 anys.



(www.abc.es/bienestar)

Alumne: SARA TORRES VELILLA

Àmbit: EDUCATIU / EMOCIONAL

Tutora: ANA IÑESTA CODINA

Universitat Oberta de Catalunya

ÍNDEX

1.	INTRODUCCIÓ	5
2.	JUSTIFICACIÓ	7
3.	PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA	8
3.1.	Concretar i contextualitzar	8
3.2.	Objectius del treball	8
4.	HIPÒTESI.....	10
5.	MARC NORMATIU	11
6.	MARC TEÒRIC.....	14
6.1.	Els trastorns de la conducta alimentària	14
6.2.	Senyals d'alarma i factors de risc	15
6.3.	Població de risc	17
6.4.	Factors de protecció	18
6.5.	Les xarxes socials	20
6.6.	El cànon de bellesa instaurat a les xarxes socials	20
6.7.	La influència de les xarxes socials als TCA	21
6.8.	Inici de campanyes de prevenció a les xarxes socials	22
6.9.	Aportació a la societat i a la ètica professional.....	23
7.	MARC METODOLÒGIC	25
7.1.	Tipus d'investigació	25
7.2.	Context, destinataris i materials	26
Figura 1:	Taules de freqüència d'edat i gènere de la mostra.....	26
7.3.	Planificació i temporalització.....	28
7.4.	Instruments de recollida d'informació.....	30
8.	ESTRATÈGIA D'ANÀLISI DE LES DADES	32
9.	RESULTATS	33
9.1.	Resultats relatius a l'objectiu específic 1.....	33
9.1.1.	Resultats obtinguts a través de l'enquesta als i les joves.....	33
Figura 2:	Finalitat de l'ús de les xarxes socials dels i les joves	33
9.1.2.	Resultats obtinguts a través de l'entrevista a les psicopedagogues.....	34
9.2.	Resultats relatius a l'objectiu específic 2.....	35
9.2.1.	Resultats obtinguts a través de l'enquesta als i les joves.....	35
Figura 3 :	Motius pels que els i les joves segueixen contes d'influencers	35
Figura 4:	Modificació de conductes i imitació dels i les joves	36
Figura 5:	Correlació entre la variables temps d'ús i els canvis de comportament.	36

9.2.2.	Resultats obtinguts a través de l'entrevista a les psicopedagogues.....	37
9.3.	Resultats relatius a l'objectiu específic 3.....	38
9.3.1.	Resultats obtinguts a través de l'enquesta als i les joves.....	38
	Figura 6: Has vist influenciat pel físic dels i les influencers?.....	38
	Figura 7: Quins sentiments tens després de l'ús de les xarxes socials ?	39
	Figura 8: Correlació entre la variable gènere i sentiments emergents.....	39
9.3.2.	Resultats obtinguts a través de l'entrevista a les psicopedagogues.....	40
10.	DISCUSSIÓ	41
11.	CONCLUSIONS.....	46
12.	LIMITACIONS I PROPOSTES DE MILLORA	47
13.	PROSPECTIVA DE FUTUR.....	48
14.	BIBLIOGRAFIA	49
15.	ANNEXOS	51
	Annex 1: Model consentiment informat.....	51
	Annex 2: Consentiments informats firmats	54
	Annex 3: Model entrevista	63
	Annex 4: Model enquesta.....	64
	Annex 5: Resultats relatius a l'objectiu específic 1	68
	Annex 6: Resultats relatius a l'objectiu específic 2	69
	Taula 6: Seguir influencers	69
	Taula 7: Contingut influencer que es segueix	69
	Taula 8: Motiu per seguir influencers	70
	Taula 9: Canvi en el comportament	71
	Taula 10: Motiu pel canvi en el comportament.....	71
	Taula 11: Correlació gènere i canvi comportament.....	72
	Taula 12: Correlació temps d'us i seguir influencers	72
	Taula 13: Correlació temps d'us i canvis en el comportament.....	72
	Annex 7: Resultats relatius a l'objectiu específic 3	73
	Taula 14: Existència cànon de bellesa.....	73
	Taula 15: Influència cànon de bellesa pensament global	73
	Taula 16: Correlació cànon de bellesa i gènere	73
	Taula 17: Influència emocional de les xarxes socials.....	73
	Taula 18: Correlació contingut seguit i sentiments generats	75
	Taula 19: Correlació sentiments i gènere.....	77
	Taula 20: Influència emocional del bodypositive	78
	Annex 8: Codificació de les entrevistes	79

Taula 21: Qualitat d'ús de les xarxes socials	79
Taula 22: Finalitat ús de les xarxes socials	79
Taula 23: Canvis comportament	80
Taula 24: Motiu canvis comportament	80
Taula 25: Influència emocional RRHH	81
Taula 26: Condicionants 1 (personals).....	82
Taula 27: Condicionants 2 (familiars/amics).....	82
Taula 28: Condicionants 3 (social).....	83

1. INTRODUCCIÓ

Els últims estudis realitzats a Espanya mostren un increment en la incidència dels Trastorns de la Conducta Alimentaria (TCA) entre els i les més joves, (entre el 4,1 i el 4,5% de la població d'entre 12 i 21 anys els pateixen), considerant-se un dels principals problemes de salut pública a escala mundial tant per la seva prevalença, necessitat de tractament, com per la seva gravetat i tendència a la cronicitat (Lozano-Muñoz, Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, 2022). L'institut nacional d'estadística exposa que més de la meitat de la població espanyola participa de les xarxes socials, destacant que els i les més participatius són els i les joves d'entre 16 i 24 anys (Navarrete Villanueva, Castel Feded, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017).

Molts estudis han volgut indagar sobre la relació entre ambdós ítems en relació a dos factors: Primer les xarxes socials com a motor de publicitat de models de bellesa basats en la primesa, la comparació entre iguals, la cultura de dieta i la preocupació pel pes. Sobretot a través dels i les "influencers" de fitness i vida sana, les quals, essent o no professionals, es dediquen a ser referents de vida perfecta, consells de bellesa i moda, dietes, etc (Soler, 2021). Aquest aspecte que pot fomentar els TCA entre els i les joves, manipulant la seva imatge corporal al no sentir-se representada en el que veu a les xarxes (Lozano-Muñoz, Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, 2022). I segon, l'adolescència com una etapa protagonitzada per la necessitat d'acceptació i pel desenvolupament de la identitat i la personalitat a partir de la imitació (Navarrete Villanueva, Castel Feded, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017). Per tant, on hi ha una tendència a imitar tot el que es promociona com a atractiu. D'aquesta manera, "l'ús de les xarxes socials exposa als i les adolescents que ho consumeixen a uns determinats riscos a l'hora de visualitzar imatges ideals que poden repercutir en una relació negativa amb l'alimentació i la pròpia salut" (Targhi, 2017 citat a Brecha, 2020 p. 20).

Per tant, les xarxes socials influencien en el comportament i la identitat dels i les més joves, alterant la seva autoestima i l'autoimatge, aspectes fonamentals per un ús crític, i per tant protector, de les xarxes socials (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). L'ús inadequat de les xarxes socials pot ser un factor de risc per desenvolupar un TCA en l'adolescència tal i com especifiquen autors quan conclouen en: "*els resultats han mostrat una relació significativa entre la freqüència d'ús de les xarxes socials i tenir una experiència negativa en l'ús de les mateixes amb el risc de patir un TCA*" (Ojeda-Martín, López-Morales, Jauregui-Lobera, & Herrero-Martín, 2021, pág. 2) o "*la majoria d'estudis revisats destaquen la vulnerabilitat dels i les adolescents a les xarxes social quan associen un cos prim a l'èxit social, fet que les pot fer seguir dietes restrictives aconsellades per les influencers*" (Lozano-Muñoz, Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, 2022).

Pel contrari, hi ha autors com Ferguson (2013), citat a Arrarás (2022), que a través d'un estudi realitzat a un total de 237 dones, va concloure en que ni l'exposició televisiva, ni l'ús de les xarxes socials ni l'exposició a ideals dèbils de bellesa prediuen símptomes d'un trastorn alimentari.

Tot i així, després de la revisió de Arrarás (2022), es pot observar com aquest tipus d'estudi és un exemple aïllat, doncs el 94,7% dels estudis revisats defensen la incidència i la influència de les xarxes socials a través d'una mostra molt més extensa i sobretot representativa d'ambdós gèneres, al contrari de Ferguson (2013), citat a Arrarás (2022) que només poseeix una escassa mostra femenina.

En contra resposta, han sorgit moviments amb l'objectiu de mostrar la bellesa de tots els cossos, amb naturalitat i sense prejudicis. Un dels moviments més coneguts és el "bodypositive" el qual s'ha difós per les xarxes socials des del seu naixement l'any 2007 (Pasca, 2021). El bodypositive té com a principals objectius aconseguir que les persones s'estimin tal com són, augmentant l'autoestima, millorant la salut mental i evitant els problemes relacionats abans comentats (Pasca, 2021).

Els estudis evidencien l'impacte positiu del consum d'aquest contingut, millorant el propi benestar, conscienciant de la realitat segmentada de la publicitat i per tant, actuant com a prevenció de la problemàtica (Pasca, 2021). D'aquesta manera es pot veure que hi ha cada vegada més representació corporal a les xarxes i que això està essent un punt d'inflexió en la salut mental de les persones, sobretot dels i les més joves. Per tant, es torna a corroborar que les xarxes socials són un motor d'influència dels i les adolescents, que quan van lligades a un ús conscient i crític, els resultats són positius (Navarrete Villanueva, Castel Feced, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017). Per tant, aquest estudi tindrà una hipòtesi en consonància a aquesta línia d'investigació.

Però, tot i les campanyes de prevenció que s'estan portant a terme, els índexs d'incidència dels TCA ens els i les joves segueixen creixent. Els autors conclouen en que és molt necessari que els professionals de la salut desenvolupin plans d'acció i promoció de la salut, conjuntament amb les famílies i les escoles, per tal de potenciar aspectes protectors com una bona autoestima i/o un ús adequat de les xarxes socials (Navarrete Villanueva, Castel Feced, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017). Tot i així, actualment al municipi de Torredembarra no hi ha cap projecte de prevenció dels TCA en actiu.

Torredembarra és un municipi coster de Tarragona, amb gran nombre d'immigració, estudis mitjos i dedicats al tercer sector (serveis d'hoteleria, restauració, etc.) (IDESCAT, 2022). Hi ha un total de cinc escoles, tres d'educació primària i dos instituts, totes elles públiques les quals donen resposta educativa al municipi. Donada la importància de prevenció en referència a aquesta problemàtica, aquesta investigació pretén fer un estudi de la realitat de la zona i prendre-la com a base per a futures accions preventives dins d'aquestes institucions.

Això es realitza a través d'una investigació exploratòria de tipus mixta amb un total de 92 adolescents de Torredembarra i tres professionals docents, on a través d'enquestes i entrevistes es recopila tota la informació relacionada amb el problema d'estudi. Es tracten les dades a través de l'eina JASP i s'extreuen conclusions. La mostra de l'estudi són adolescents d'entre 16 i 21 anys. I amb aquesta es pretén veure si, d'igual manera que mostra la bibliografia esmentada anteriorment, l'ús i el contingut de les xarxes socials que consumeixen aquests joves estan essent o no un factor de risc a l'hora de desenvolupar problemes en la conducta alimentària (TCA).

2. JUSTIFICACIÓ

Durant la meua adolescència sempre vaig estar immersa en problemes relacionats amb la falta d'autoestima i la necessitat d'acceptació arran de diferents problemes greus de salut que em van fer haver de retirar-me de les aules durant una gran part del temps. A més, vaig créixer amb els cànons de models excessivament primes, la moda dels dos mil era exclusiva per aquestes i sense cap tipus de referència més enllà de tenir les talles que les botigues volien. No em veia reflectida en cap tipus de publicitat, no trobava roba que em pogués posar, ni molt menys que m'agradés, sentia que el meu cos no tenia cabuda dins d'aquesta realitat. Amb els anys, pensava que el sobrepès era l'únic problema que tenia, i vaig decidir confrontar-ho, tot i que no basat en l'autoacceptació i l'autoestima sinó en el càstig per no voler acceptar qui era. Ho vaig aconseguir, vaig deixar el sobrepès enrere i sentia l'aprovació i l'acceptació de la gent i aquest sentiment, lluny d'ajudar-me, va incentivar encara més la mala relació que sempre havia tingut amb el menjar, em van diagnosticar un TCA.

D'aquesta manera i després de patir aquest trastorn i de viure, tal i com mostren els estudis esmentats anteriorment, la influència de les xarxes socials com un factor de risc sobretot en referència a la manipulació de l'autoimatge i l'autoconcepte, crec que és molt important promocionar els projectes de prevenció i promoció dels factors de protecció dels i les adolescents davant d'aquesta problemàtica creixent i tant preocupant tal i com també conclouen autors com Navarrete Villanueva, Castel Feced, Romanos Calvo, & Bruna Barranco (2017). Per tant, vull contribuir amb aquesta investigació a crear una bona xarxa d'accions preventives dins de la població de Torredembarra que és en la que actualment treballa i en la que no hi ha cap iniciativa activa.

En la bibliografia consultada en referència a investigacions que es realitzen per analitzar la relació o no de les xarxes socials amb els TCA, els estudis que apareixen en la seva majoria són amb una població mostra normativa i genèrica, sense especificar en alguna zona o realitat concreta. Per tant, i tenint en compte que l'especificitat de les accions en relació a la necessitat de la població a la que va dirigida és sinònim d'èxit, crec que és molt important la realització d'aquesta investigació. Doncs aquesta aporta als instituts de Torredembarra un estudi real dels seus i les seves adolescents en quant al seu ús de les xarxes socials i les conseqüències derivades, establint de base que Torredembarra té una realitat de població molt específica i concreta, doncs tractant-se d'una població costera dedicada al sector dels serveis té molta aflluència d'immigració.

Per últim, també resulta important contribuir a l'execució d'aquests tipus de projectes doncs formen part també de l'escola inclusiva i l'educació emocional, metodologia en la que actualment el sistema educatiu es basa. Treballar la prevenció dels TCA a partir de la promoció de l'autoestima, de l'autocura, de la consciència sobre la publicitat, de la mirada crítica sobre els continguts publicitats i de la reflexió, potencien també el creixement personal dels i les joves incentivant així el respecte a la diversitat. Per tant necessitem saber quina és la realitat dels i les adolescents actualment a Torredembarra i a partir d'aquesta base poder desenvolupar accions adreçades a millorar i treballar les necessitats que sorgeixin d'aquests.

3. PLANTEJAMENT DEL PROBLEMA

Tal i com s'ha especificat, gran nombre d'investigacions han demostrat la gran influència que tenen les xarxes socials en la concepció de la realitat, el comportament i la personalitat dels i les més joves. Tanmateix, les xarxes socials són un factor de risc important tenint en compte els cànons i estereotips de bellesa irreals que en aquestes hi ha instaurat. Aquesta influència de les xarxes socials està comportant un augment exponencial de trastorns alimentaris entre les edats compreses dins de l'adolescència (16 - 21 anys) fins arribar a ser un greu problema de salut pública.

Partint d'aquesta base, i de la importància de generar projectes i accions de prevenció per tal de doblegar la corba de creixement d'aquesta problemàtica, aquesta investigació pretén observar si aquesta realitat que es mostra en la bibliografia es tradueix de la mateixa manera als i les adolescents que viuen a Torredembarra, essent aquesta una localitat amb una població molt variada i heterogènia tant per cultures, ètnies, religions i nivells socioculturals.

El resultat d'aquesta investigació és una base d'informació i de representació real de la situació dels i les adolescents de Torredembarra, i per tant, un punt de recolzament i de partida pels i les professionals dels instituts a l'hora de portar a terme els projectes preventius tant necessaris que actualment no s'estan fent.

3.1. Concretar i contextualitzar

Arran dels últims estudis realitzats a Espanya, i mostrats anteriorment, on emmarquen els TCA com un dels problemes de salut pública més greus entre els i les adolescents es considera important portar a terme accions de prevenció amb aquesta franja d'edat que ajudin en la millora de la situació. Però per tal de portar-ho a terme de forma efectiva és important poder fer un anàlisi previ que mostri quina és la realitat existent al municipi i partir d'aquesta elaborar projectes futurs. Una definició específica que indiqui quina és la incidència que tenen les xarxes socials sobre els i les adolescents del municipi, a més de quina és la concepció d'aquests joves i professionals sobre les mateixes i els moviments que hi ha presents.

Per fer-ho, es realitza l'estudi amb els i les adolescents d'entre 16 i 21 anys que viuen a Torredembarra, a més de les psicopedagogues i la referent de l'EAP que tenen tasca d'orientació en els dos instituts públics del municipi.

3.2. Objectius del treball

L'objectiu principal d'aquest estudi és analitzar si les xarxes socials són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentaria en els i les adolescents del municipi de Torredembarra. És a dir, poder afirmar si la incidència de les xarxes socials sobre els i les adolescents que es corrobora a la bibliografia també es veu reflectida sobre la realitat dels i les joves del municipi de Torredembarra, i així poder establir una base teòrica per futurs projectes relacionats.

La consecució d'aquest objectiu general serà possible a través de l'estudi de tres variables que defineixen els tres objectius específics següents:

Per una banda, definir quin són els usos que fan els i les adolescents, d'entre 16 i 21 anys, de les xarxes socials en relació a la seva imatge. Per a què fan servir les xarxes socials, quines finalitats tenen darrere de la alta participació en aquestes. Diversos autors expliquen que un dels factors que defineixen l'adolescència com a població de risc és la finalitat del seu ús de les xarxes socials, doncs aquest es basa en la cerca d'acceptació grupal, d'autoaprovació, de la perpetuació de la imatge corporal publicitada per una bona percepció del grup social, etc. (Navarrete Villanueva, Castel Feded, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017) i (Brecha, 2020). D'aquesta manera, a través de l'anàlisi de les percepcions dels i les adolescents sobre el seu propi ús de les xarxes socials, es conclou si la realitat a Torredembarra és aquesta o no.

Per altra banda, esbrinar si existeixen canvis en el comportament dels i les adolescents després de l'ús continuat de les xarxes socials. Si reproduïxen o imiten el que veuen a les xarxes socials catalogant-ho de socialment correcte o pel contrari, discriminen i discerneixen el que consumeixen tenint en compte que la publicitat en moltes ocasions no representa el cent per cent de la realitat. Es pregunta als i les adolescents quina percepció tenen del seu propi comportament davant de les xarxes si l'han modificat en alguna ocasió, si han intentat repetir pràctiques que han vist a les xarxes, etc.

I per últim, correlacionar els diferents ideals de bellesa publicitats a les xarxes socials amb l'impacte emocional que generen aquests en els i les adolescents. És a dir, reflexionar sobre quin és l'estat d'ànim que tenen els i les adolescents després de consumir aquest tipus de contingut. El contingut lligat a cànons irreals els fa no sentir-se bé amb ells mateixos i per tant disminuir la seva autoestima i augmentar el nivell de frustració? Pel contrari, el contingut "bodypositive", si és que el coneixen i el consumeixen, els fa sentir-se millor i tenir més harmonia amb la seva pròpia imatge?

Per tant,

Objectiu general:

- Analitzar si les xarxes socials són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentaria en els i les adolescents del municipi de Torredembarra.

Objectius específics:

- Definir quin són els usos que fan els i les adolescents de les xarxes socials en relació a la seva imatge.
- Esbrinar si existeixen canvis en el comportament dels i les adolescents després de l'ús continuat de les xarxes socials.
- Correlacionar els diferents ideals de bellesa publicitats a les xarxes socials amb l'impacte emocional que generen aquests en els i les adolescents.

4. HIPÒTESI

Després de la realització d'aquest estudi s'espera que les dades confirmin, d'igual manera que a la bibliografia consultada, que les xarxes socials i el contingut relacionat amb la imatge, la bellesa i la moda que en elles es publicita està essent un factor de risc pels i les adolescents de Torredembarra i que per tant és important dur a terme projectes de prevenció al respecte.

Per poder confirmar que això és així, tal i com especifiquen els autors, han de confluïr tres factors importants en els i les adolescents. Un mal ús de les xarxes socials, modificació de les conductes dels i les joves i l'alteració dels sentiments i de l'estat emocional després de l'ús de les xarxes socials. Aquests tres factors estaran analitzats pels tres objectius específics:

Per una banda, es pretén confirmar que els i les adolescents no estan fent un bon ús de les xarxes socials perquè els resultats ens evidencien que la finalitat d'aquests en quant a la seva alta participació és l'acceptació grupal, l'autoaprovació, de la perpetuació de la imatge corporal publicitada per una bona percepció del grup social, etc. I no pas una finalitat lúdica o informativa, entre d'altres. Aspecte que per si mateix no seria problemàtic doncs els i les adolescents estan en una etapa d'imitació, comparació i necessitat de pertinença que els fa apropar-se als iguals amb la finalitat de conformar la seva identitat. Pel contrari, si aquest factor conflueix amb la presència dels altres dos esmentats, si que seria un factor de risc doncs no estariem davant d'una mostra adolescent que busca la seva identitat sinó adolescents que busquen una aprovació positiva externa, la qual ells mateixos no es saben donar per la falta d'autoestima i d'autoimatge positiva.

Per altra banda, es pretén confirmar també que els i les adolescents després d'un ús continuat de les xarxes socials han modificat algunes de les seves conductes amb la finalitat de reproduir, i per tant anar en consonància, amb el que es publicita. Altra vegada, aquest fet no seria un aspecte negatiu en si mateix quan va acompanyat d'una bona capacitat crítica que permet discernir el que és real del que no i el que és adequat per un mateix del que no, doncs les xarxes també poden tenir influència positiva i reeducadora. Pel contrari, estariem davant d'adolescents que sense cap tipus de consciència ni reflexió de les conseqüències, reproduïxen actituds, comportaments, consells o hàbits que es publiciten com positius però que a la pràctica real no ho són, essent, això si, un factor de risc en si mateix.

I per últim, es pretén afirmar la relació causa-efecte entre el consum de determinats continguts a les xarxes amb l'impacte emocional en els i les adolescents. Al contrari dels altres dos factors, l'afirmació d'aquest si que es relaciona amb un factor de risc evident doncs el fet de que quelcom extern pugui modificar el teu estat emocional es tradueix en una baixa autoestima i una falta d'autoreconeixement positiu. Afirmariem doncs la influència de les xarxes socials en els grups més vulnerables com poden ser els i les adolescents.

5. MARC NORMATIU

L'any 1989 dins de la convenció dels drets del nen a nivell Europeu s'estableix a l'article 17:

“Los Estados Partes reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán por que el niño tenga acceso a información y material procedentes de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental” (Cremades García, 2018, pág. 69)

Fent palès la incidència que els mitjans de comunicació tenien i tenen entre els infants i joves i protegint-los de la visualització de contingut inadequat per la seva edat, doncs encara no tenen una bona capacitat crítica desenvolupada. A més, l'article 20 de la CE nombre com a límit exprés establert a la llibertat de la informació, la protecció de la infància i l'adolescència, una manera inequívoca d'atendre a la llibertat de desenvolupament d'aquest col·lectiu (Cremades García, 2018).

Anys més tard, l'any 1999 la comissió d'educació i cultura va promoure la realització d'un estudi en el que s'analitzessin els condicionants extrasanitaris que influeixen en l'increment dels TCA i així poder proposar les mesures polítiques i legislatives oportunes. Els resultats van contrastar que l'exaltació del culte al cos i l'estereotip de bellesa potenciat per la indústria de la moda, els cosmètics, les dietes, els gimnasos i la cirurgia estètica legitimen un model d'eterna joventut malaltís. Evidenciant així el que molts estudis actualment també conclouen, doncs aquest mateix model evidenciat l'any 1999 és el que actualment impera a les xarxes socials (Cremades García, 2018).

Arran d'aquest estudi han estat molts els països que han iniciat procediments en els que s'ha evidenciat la influència negativa del consum de contingut inadequat als mitjans de comunicació, sobretot en referència a la publicitat relacionada amb bellesa, esport i hàbits saludable. Alguns exemples dels països veïns poden ser:

França, que aprova el *“Décret n°2017-738 du 4 mai 2017 relatif aux photographies a usage commercial de mannequins dont l'apparence corporelle a été modifiée”* (Cremades García, 2018, pág. 50), pel que obliga a incloure la paraula “fotografia retocada” a totes aquelles fotografies de finalitats comercials en les que l'aparença física de les models hagi estat modificada. Fotografies en les que els i les adolescents basen el seu model de bellesa quan les consumeixen a les xarxes socials pensant que és real quan no ho és, aspecte que manipula la concepció d'ells mateixos i fa trontollar l'autoestima i l'autoconcepte.

I Itàlia, que aprova el *“29 ulio 2010 el Disegno di Legge n° 2311 Introduzione dell'articolo 580-bis del código penale, concernente il reato di istigazione al ricorso a pratiche alimentari idonee a provocare l'anoressia o la bulimia, nonché disposizione in materia di prevenzione e di cura di tali patologie e degli altri disturbi del comportamento alimentare”* (Cremades García, 2018, pág. 50). Amb el que inclouen al codi penal la instigació de practiques alimentaries que puguin provocar TCA, reconeguts com a malaltia social. Hàbits alimentaris inadequats, dietes miracle i exercicis miraculosos

que actualment algunes influències també comparteixen tenint o no formació específica al respecte.

Espanya per la seva banda redacta l'article 8 del Real Decret Legislatiu del 2007 que aprova la defensa dels i les consumidors/es i els i les usuaris/es fent referència al dret bàsic d'aquest a la protecció contra els riscos que poden afectar la seva salut i/o seguretat (Cremades García, 2018). Així, les administracions públiques comencen a velar per a que els mitjans de comunicació promoguin en els seus missatges "els valors de la igualtat, solidaritat, diversitat i respecte, evitant la violència i el tracte sexista" (Cremades García, 2018, pág. 71).

I a Catalunya, amb l'article del 22 de gener del 2019 també s'estableixen mesures contra els TCA, sobretot en referència al contingut d'Internet relacionat amb l'apologia de l'anorèxia i la bulímia (pàgines ANA i MIA).

Basant-se en aquesta normativa vigent i la realitat esmentada que aquesta investigació vol realitzar la seva línia de recerca. Fent palès la influència que, tot i tota la normativa actual que existeix, les xarxes socials i el seu contingut inadequat segueixen suposant una influència negativa cap als i les adolescents i per tant també un factor de risc determinant a l'hora de patir TCA.

Però les actuacions al respecte no només es concentren en normatives de l'àmbit publicitari sinó que també traspassa al context educatiu, aspecte fonamental i protector de la lluita de tota societat vers un problema evident com poden ser els TCA. Doncs és evident que una societat crítica i preparada és molt més conscient del que consumeix i sap discernir el que és fidel a la realitat del que no, sense caure en manipulacions publicitàries. És per aquesta raó que els i les adolescents són els més afectats, perquè la seva capacitat crítica encara no està conformada totalment a més de ser molt susceptibles al que la societat pensa i opina de la seva identitat.

A Espanya, el 16 de Maig del 2017 la comissió de sanitat i serveis socials del congrés dels diputats va acordar la llei relativa a l'educació per la salut, impulsant els segells de vida saludable a aquells centres docents que entre d'altres finalitats, tenen especial atenció als TCA. L'article 43 de la CE concedeix als poders públics la capacitat de prendre una posició activa en quant a la promoció de l'educació en salut. Educació que potencii l'educació física i l'esport, a més de promoure una adequada utilització de l'oci. No només prevenint mals hàbits derivats de l'obesitat sinó també dels TCA (Cremades García, 2018). La promoció d'una adequada utilització de l'oci, en el cas d'aquesta investigació, la evidència de que els i les adolescents no estan fent un bon ús del seu oci a les xarxes socials.

A més Europa estableix l'educació inclusiva com la base en la que totes les persones tenen dret de promoure un aprenentatge prou important com per a que puguin participar de la vida en societat, i per tant de poder desenvolupar-se independentment de les seves necessitats i/o especificitats.

'Everyone has the right to quality and inclusive education, training and life-long learning in order to maintain and acquire skills that enable them to participate fully in society and manage successfully transitions in the labour market' (European Education Area).

En la mateixa línia, a través del decret 150/2017 de 17 d'octubre de l'atenció educativa a l'alumnat en el marc d'un sistema educatiu inclusiu, Catalunya estableix com a un dels principis rectoris del sistema educatiu català la cohesió social i l'educació inclusiva com a base d'una escola per a tothom (Catalunya, 2017). En aquesta s'adhereixen especificacions com la constitució de les comissions d'atenció a la diversitat (CAD) com una estructura organitzativa del centre educatiu que ha de proposar l'organització i la gestió de les mesures i els suports per atendre tot l'alumnat del centre, i que ha de fer-ne el seguiment i l'avaluació per tal d'ajustar aquestes mesures i suports a les seves necessitats (Catalunya, 2017).

L'any 2018 s'aprova per la comissió dels drets de la infància i l'adolescència la llei sobre la detecció precoç dels TCA en menors d'edat, potenciant els protocols d'actuació, la detecció dels TCA a les aules i les campanyes de prevenció i sensibilització social en relació a l'evolució i prevalença dels TCA a Espanya (Cremades García, 2018).

A través de la Llei Orgànica 3/2020 del 29 de desembre per la que es modifica la Llei Orgànica 2/2006 de 3 de maig d'Educació, s'estableixen els nous paràmetres que regiran el sistema educatiu proposat per la LOMLOE (2020), els quals procuraran l'educació inclusiva, la valoració de la diversitat, l'atenció personalitzada i la prevenció de les dificultats d'aprenentatge, entre d'altres. Això es porta a terme a través de la introducció d'alguns canvis com poden ser els següents:

- Presència d'una àrea d'educació en valors cívics i ètics en les que s'aprendran aspectes relacionats amb els drets dels infants, la igualtat de gèneres, el respecte a la diversitat, la no violència, el respecte als animals, etc. (LOMLOE, 2020)
- Adopció de mesures organitzatives, metodològiques i curriculars necessàries per l'atenció a la diversitat (LOMLOE, 2020)
- I la formació permanent dels i les docents en relació a l'atenció a la diversitat, l'orientació i l'educació inclusiva (LOMLOE, 2020).

Seguint aquests criteris, aquesta investigació també vol fomentar la consciència i la prevenció dels TCA a partir de la evidència d'alguns factors de risc en els i les adolescents de Torredembarra, com poden ser el mal ús de les xarxes socials i la influència d'aquestes en el comportament i el benestar d'aquests. Aportant dades objectives que facilitin la detecció precoç dels TCA a les aules, a més de potenciar accions de prevenció tal i com estableixen les lleis abans esmentada. A més d'accions d'intervenció que garanteixin l'aprenentatge i l'atenció específica i individualitzada. Convertint l'escola en un agent protector i preventiu.

6. MARC TEÒRIC

6.1. Els trastorns de la conducta alimentària

L'anorèxia nerviosa es va definir per primera vegada l'any 1874 com una absència de gana. Però no és fins després de la segona guerra mundial, durant la dècada de 1960, quan prenen la concepció actual de trastorn alimentari lligat a una conducta psicopatològica. L'any 1980 apareix per primera vegada especificat a la tercera versió del Manual Diagnòstic i Estadístic dels Trastorns Mentals (DSM III) l'anorèxia nerviosa i a la seva revisió l'any 1987 apareix també la bulímia nerviosa. I finalment en la realització del DSM IV l'any 1994 s'especifica l'existència dels trastorns de la conducta alimentària no especificats (TCANE) com pot ser el trastorn per afartament (TA) (Brecha, 2020).

Actualment, els trastorns de la conducta alimentària (TCA) són trastorns d'origen multifactorial, factors de tipus genètic, psicològic, sociocultural, familiar i personal (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). I tot i que existeixen diferents variants, totes elles comparteixen la insatisfacció amb la imatge corporal, la insuficient valoració personal, la preocupació persistents pel menjar, el pes i la forma corporal; i l'ús de mesures no saludables per controlar i reduir el pes, les quals comporten un deteriorament de la salut i el benestar de la persona (Ojeda-Martín, López-Morales, Jauregui-Lobera, & Herrero-Martin, 2021).

L'organització mundial de la salut (OMS), conjuntament amb l'especificació del DSM-5 (Association's, 2014), han catalogat els TCA com una de les malalties mentals amb més prioritat entre els infants i els i les adolescents arran del risc per la salut que impliquen (López & Treasure, 2011).

Els diagnòstics més freqüents són el Trastorn no especificat (TANE), seguit per l'anorèxia nerviosa (AN) i finalment la bulímia nerviosa (BN).

Per una banda, l'anorèxia nerviosa és un trastorn psiquiàtric greu i complex que està caracteritzat per el manteniment d'un pes per sota del rang saludable el qual és controlat a través de mitjans externs com poden ser l'exercici compulsiu, la restricció d'aliments i les conductes purgatives. A més d'anar acompanyat també d'una por intensa a guanyar pes i la negació d'estar en infrapes. És un trastorn que sol ser diagnosticat ràpidament per les persones que estan al voltant doncs provoca una disminució del pes molt ràpida (López & Treasure, 2011).

Per altra banda, la bulímia nerviosa es caracteritzada per episodis recurrents de sobreingesta acompanyats posteriorment de conductes compensatòries inadequades per prevenir l'augment de pes que això provocaria. Però aquestes conductes compensatòries defineixen dos subtipus de pacients, els que realitzen conductes compensatòries lligades a conductes purgatives i aquelles que ho fan a través de l'exercici o el dejú (Association's, 2014). Al contrari de l'anorèxia, les persones que pateixen de bulímia no solen canviar el seu pes corporal, aspecte que impossibilita un diagnòstic precoç, tot i així solen ser persones avergonyides pel que els hi passa i motivades i col·laboradores a l'hora de rebre ajuda (López & Treasure, 2011).

I per últim, els trastorns no especificats que agrupen tots aquells TCA que no compleixen les característiques de la bulímia i l'anorèxia, per exemple casos d'AN que tenen un pes normatiu i/o casos de BN que tenen menys de dos sobreingestes a la setmana. Aquest tipus de trastorns però, són els que més incidència estan tenint en aquestes últimes dècades i són els que més problemes de compulsivitat i depressió tenen associats (López & Treasure, 2011). Un exemple pot ser el trastorn per afartament (TA) que es caracteritza per una recurrència d'afartaments compulsius però sense conductes compensatòries posteriors i per tant un gran augment de pes podent arribar a la obesitat (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

6.2. Senyals d'alarma i factors de risc

Els trastorns de conducta alimentaria tenen com a tret comú i generalitzat una falta de consciència del problema i de les conseqüències a curt i llarg temps poden comportar, d'aquesta manera és molt important que les persones que envolten a la persona que ho pateix o que ho pot estar patint pugin conèixer els senyals d'alarma més comuns per tal de poder demanar ajuda (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

En relació a l'alimentació es poden observar usos de dietes restrictives sense raó o interès desmesurat en comptar calories, el desinterès pel menjar o el sentiment de culpa després de menjar podrien ser alguns exemples. En relació al pes es poden observar pèrdues de pes injustificades, excessiu exercici físic, por al sobre pes i l'ús de conductes purgatives com laxants, vòmits, etc. I per en relació al comportament poden veure's alteracions en el rendiment acadèmic o laboral, augment de l'agressivitat, ansietat, depressió, etc. (Soler, 2021).

I a aquests senyals s'han de sumar els factors de risc els quals predisposen l'aparició de TCA en les persones. Poden ser factors individuals: *"la baixa autoestima i el caràcter perfeccionista ajuda a perpetuar el trastorn alimentari."* (Rodríguez, 2018 citat a Soler, 2021 p. 7); factors familiars i/o grupals: *"quan hi ha un antecedent a la família, (...) o convivència en ambients poc estructurats també augmenta el risc de patir un TCA"* (Soler, 2021 p.7); i factors socials: *"el model de bellesa actual i la pressió social respecte a la imatge (...) "* (Soler, 2021 p.7). I són en aquests factors en els que investigacions com la present posaran èmfasi, doncs són les variables modificables a l'hora de posar solució a aquest problema tant evident.

Primer, els factors individuals són els que estan lligats a la pròpia persona, a la seva personalitat, consciència, etapa o condició. La predisposició genètica d'algun familiar amb antecedents de TCA, trets de la personalitat com la rigidesa cognitiva o la impulsivitat, la baixa autoestima lligada a una imatge corporal negativa, l'adolescència i inclús el sexe femení podrien ser alguns dels exemples més comuns (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

Aquests poden ser alguns factors derivants del mal ús que s'està fent de les noves tecnologies, doncs tal i com afirmen estudis com Soler (2021) els i les més joves busquen i troben en les xarxes socials contingut que no és respectuós ni beneficiós pel seu benestar físic i mental, agreujant i manipulant factors de risc essencials per l'ús de les xarxes com poden ser l'autoestima i l'autoconcepte.

Tanmateix aquesta investigació es marca com un objectiu principal l'anàlisi dels usos que fan els i les adolescents del municipi de Torredembarra de les xarxes socials, afirmant o no el mal ús i per tant la presència d'aquests factors individuals de risc.

Segon, els factors familiars sobretot en referència a la vivència en un ambient familiar desestructurat on no existeix una estructura estable i segura, o inclús la sobreprotecció familiar lligada a un ambient controlador, rígid i exigent, i/o tenir experiències vitals estressants com canvis en l'estructura familiar o la mort d'algun membre d'aquesta, etc (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). És a dir, que és molt important que tots els sistemes protectors que envolten als i les adolescents com poden ser la família i l'escola, haurien d'actuar a favor d'un entorn tranquil, acollidor, segur i de protecció, evidenciant la importància de l'establiment d'accions socioeducatives de prevenció. Tanmateix, aquesta investigació pretén ser la base d'anàlisi de la realitat que serveixi a les escoles del municipi de Torredembarra per la realització d'aquests plans.

I tercer, els factors socials que imposen una pressió en relació al model de bellesa imperant, a la imatge i la perfecció, al sistema de talles actual, a possibles burles i crítiques relacionades amb el físic o inclús practicar determinats esports o professions que fan un mal ús de la imatge o del pes dels i les esportistes (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). És als països més industrialitzats ser una persona prima està associat a patrons de bellesa, salut i riquesa, i és la necessitat de formar part d'aquest estereotip la que estableix aquesta pressió social (Brecha, 2020). És per aquesta raó que aquesta investigació també estableix com a objectiu principal l'anàlisi de les incidències emocionals que comporta l'ús o el mal ús de les xarxes socials per part dels i les adolescents del municipi.

A més, amb l'arribada de les noves tecnologies de les xarxes socials aquestes han passat a ser un dels factors de risc amb més prevalença davant dels TCA. Doncs tal i com mostra un estudi realitzat per Aguilar (2016) citat a Soler (2021) el 71% dels i les pacients amb anorèxia reconeixen que els continguts nocius de internet havien contribuït a desenvolupar la seva malaltia, tal com veurem més endavant. A més de també exposar que totes les noies adolescents entrevistades havien estat influenciades en major o menor mesura per les xarxes socials (Soler, 2021) evidenciant les dades que aporta l'Associació contra l'anorèxia i la bulímia de que un 34% dels i les adolescents d'entre 12 i 16 anys fan dieta per aprimar-se. D'aquí la importància d'educar als i les més joves en els factors de protecció claus que els permetran discernir els continguts adequats dels que no ho són.

6.3. Població de risc

Tal i com hem pogut veure en els apartats anteriors, els i les adolescents són la població de risc més recurrent en la tinença d'aquests trastorns doncs tot i que poden aparèixer a totes les edats, la gran majoria de casos es manifesten durant aquesta etapa. Sobretot en relació a tres factors, l'edat, el sexe i l'ús de les noves tecnologies.

Primer, segons la OMS l'adolescència, entre 10 i 19 anys, representa un moment clau en el cicle vital de les persones, doncs en aquestes es produeixen molts canvis en la mateixa i es descobreix i desenvolupa la pròpia personalitat.

És per tant, en aquesta època quan els i les joves es distancien de la seva xarxa més propera com pot ser la família i comencen a tenir relacions amb les que comparteixen idees, gustos a través de la imitació (manera de vestir, manera d'actuar, comportament, etc.), procés que els i les ajudarà a poder formar la seva pròpia identitat. Els i les adolescents tendeixen a voler seguir els cànons de bellesa, és a dir, les especificitats que socialment es consideren boniques i atractives (Soler, 2021). És per aquesta raó que l'adolescència presenta un major risc de desenvolupar un TCA, etapa en la que l'autoestima, la personalitat i el rol social estan en ple desenvolupament i per tant, és més vulnerable davant d'un entorn social en el que la pressió per la imatge és excessivament elevada (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

Actualment, i tenint en compte dades a nivell internacional, l'anorèxia té una prevalença d'entre 0,48 – 0,7% entre les adolescents, la bulímia entre l'1 i el 2% essent l'edat mitjana d'aparició entre els 15 i el 18 anys; i els trastorns no especificats d'un 3,06% (López & Treasure, 2011). Concretament a Espanya els últims estudis realitzats coincideixen en assenyalar una taxa del 4,1 i el 4,5% entre els i les adolescents de 12 a 21 anys, concretament l'anorèxia amb un 0,3%, la bulímia amb un 0,8% i els TCA no especificats amb un 3,1 (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

Segon, l'adolescència és doncs la població de risc per excel·lència, però cal tenir en compte que la bibliografia internacional ens afirma que cada deu casos de TCA, nou són de dones i un és un home, de manera que podem dir que els TCA afecten principalment als adolescents i amb més incisió a les dones joves d'entre 12 i 21 anys (López & Treasure, 2011). Això arran de que els cànons de bellesa i la primesa estiguin imposades a les dones des de la infància a través dels mitjans de comunicació com les revistes, la televisió, etc. (Ojeda-Martín, López-Morales, Jauregui-Lobera, & Herrero-Martín, 2021). Soler (2021) evidència que el 60% dels enquestats en el seu estudi afirma l'existència d'un cànon de bellesa femení instaurat a les xarxes socials quan se'ls pregunta per l'idea perfecte, essent aquest una dona alta, prima, amb el ventre pla i de forma atlètica.

I tercer, el mal ús de les xarxes socials. La major incidència d'ús de les xarxes socials es dona entre els i les joves de 16 a 30 anys, període més crucial de desenvolupament emocional i psicosocial (Soler, 2021). S'ha de ser conscient que les xarxes socials requereixen d'un bon ús de les mateixes, un bon ús lligat d'una bona autoestima i d'una mirada crítica que permeti relativitzar tot el que en aquestes apareix (Lozano-Muñoz, Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, 2022).

Doncs existeix molta quantitat de contingut lligat a la vida saludable, la cultura de dieta, els cànons de bellesa o la perfecció que no és real. Pel contrari, l'ús d'aquestes amb finalitat d'acceptació grupal, d'autoaprovació, de la perpetuació de la imatge corporal publicitada per una bona percepció del grup social, etc. catapulten a les xarxes socials a ésser un factor de risc en si mateixes (Brecha, 2020) i als i les adolescents també. Alguns autors comenten que com més elevat sigui l'ús de les xarxes socials més risc té la persona de desenvolupar un TCA doncs a major temps a la xarxes socials menys autoestima, ansietat i depressió (Ojeda-Martín, López-Morales, Jauregui-Lobera, & Herrero-Martin, 2021).

A més, l'estudi realitzat per Soler (2021) també mostra que els i les adolescents també són conscients d'aquesta situació doncs el 82,2% dels participants del seu estudi opina que les xarxes socials poden influir en l'aparició d'un trastorn de conducta alimentària.

Es per aquestes raons que aquesta investigació establirà com a mostra els i les adolescents que visquin a Torredembarra d'entre 16 i 21 anys, tant homes com dones, podent establir així una comparativa més fidedigne amb el que mostra la bibliografia.

6.4. Factors de protecció

Fa uns anys es pensava que la millor manera de prevenir els TCA era a través de la difusió d'informació sobre els mateixos trastorns, metodologia que anys més tard no va donar els resultats esperats doncs augmentava la curiositat dels i les més joves en vers a les conductes de risc relacionades amb l'alimentació i el cos.

Actualment la línia de prevenció té com a objectiu afavorir el desenvolupament d'habilitats i de recursos que permetin el creixement integral dels infants i els i les adolescents. Aquestes estratègies i habilitats (autoestima saludable, habilitats socials, una imatge corporal positiva, sentit crític vers la pressió social, foment d'un estil de vida saludable, etc .) (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). A més els i les autors/es conclouen en que és molt necessari que els i les professionals de la salut desenvolupin estratègies de prevenció i promoció de la salut conjuntament amb les famílies i els i les educadors/es (Navarrete Villanueva, Castel Feced, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017), accions socioeducatives com la que promou aquesta investigació.

D'aquesta manera, existeixen tres factors de protecció claus que potencien la prevenció dels TCA en els i les adolescents, dels quals arrelen totes les accions preventives actualment.

Primer l'autoestima, concepte relacionat directament amb l'autoconcepte és a dir, la idea que la persona té sobre si mateixa i de la qual orbiten totes les emocions i sentiments. Una bona autoestima és un factor de protecció ja que redueix la probabilitat de patir problemes de caire psicològic i social, com poden ser els TCA (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). A més d'afavorir l'autocura i el respecte cap a un mateix, aspectes que disten de les conductes autolítiques que tenen intrínsecs els TCA.

Segon la imatge corporal, és a dir, la representació mental que cada persona té del seu propi aspecte físic i també té relació amb els sentiments i emocions doncs defineix com la persona es sent amb la seva imatge. Tenir una imatge corporal negativa potencia la percepció distorsionada del propi cos, afavorint sentiments d'angoixa i inseguretat. Pel contrari, tenir una imatge corporal positiva és un element de protecció doncs es té una percepció clara i real del propi cos, essent capaç de valorar-lo i apreciar-lo i per tant no voler destruir-lo a través de conductes inadequades per la salut (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

I tercer, un bon ús de les xarxes socials basat en tinença d'una visió crítica envers els medis de comunicació, comprenent adequadament els missatges que rebem per descodificar-los i relativitzar els continguts envers la figura, el pes, les dietes, etc. Potenciant així l'autoconeixement i l'autoacceptació (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

Però no tots els factors de protecció recauen sobre la mateixa persona, sinó que un factor clau de protecció també és el recolzament de l'entorn social més proper, és a dir, el reforç parental, familiar o inclús escolar (López & Treasure, 2011).

Per una banda, el paper dels pares és particularment important durant l'adolescència doncs és un moment de molts canvis, i una bona relació entre ambdós pot ésser determinant per la prevenció d'una conducta alterada. El recolzament dels pares pot servir com un enfortiment que permeti resistir i analitzar críticament la pressió del grup d'iguals. (Latzer & Katz, 2015). A més, ser un model potent d'hàbits i estil de vida saludables, transmetre la importància de mantenir una alimentació equilibrada i no basar l'autoestima en l'aspecte físic poden ser aspectes protectors també (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

Per altra banda, l'escola també pot ser un espai protector en el que es poden buscar espais per treballar l'autoestima i l'estil de vida saludable, proposar activitats que desenvolupin el pensament crític vers les xarxes socials i promocionar el respecte entre companys a més de donar-los eines per fer front a les crítiques (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). Per tal de portar-ho a terme es redacten plans de prevenció contra els TCA des de les escoles en els que s'emmarquen activitats de prevenció, com garantir l'educació emocional, i l'elaboració de plans d'actuació (Pla de prevenció de trastorns de la conducta alimentària, 2022).

I per últim, els darrers moviments socials promoguts a les xarxes socials que tenen com objectiu abordar els estàndards de bellesa establerts ajudant així a la millora de l'autoestima, l'acceptació i la confiança entre els i les més joves, com veurem més endavant, també comencen a ésser un factor de protecció doncs alguns estudis evidencien que el consum d'aquest tipus de contingut genera un benestar, satisfacció i apreciació corporal (Pasca, 2021).

6.5. Les xarxes socials

Shumaker, Loranger i Dorie (2017) citats a Brecha (2020) afirmen que les xarxes socials han fet revolucionar de manera dràstica la comunicació entre les persones dins de la societat moderna. L'any 2019 un 85% dels i les internautes d'entre 16 i 65 anys utilitzaven les xarxes socials, el que representa més de 25 milions de persones al nostre país (Brecha, 2020). Les xarxes socials són especialment importants per a les noves generacions que han estat cridades per la tecnologia, doncs en aquestes comparteixen estils de vida, experiències, sentiments, etc. (Brecha, 2020)

Els i les adolescents són els i les principals consumidors de les xarxes socials, i l'ús que fan d'aquestes és molt gran. Els i les adolescents passen moltes hores connectats a les xarxes essent, segons l'estudi de Soler (2021), una mitja de 3 y 4 hores diàries. Pasca (2021) també afirma que el 39% dels enquestats adolescents del seu estudi dedica al voltant de quatre hores diàries a les xarxes socials i el 28% al voltant de dues hores.

Actualment la xarxa social més utilitzada és Instagram, la qual proporciona eines per editar i publicar imatges d'un mateix, en comptes d'utilitzar la comunicació verbal. Pasca (2021) comenta que el 91% dels enquestats en el seu estudi fa ús sobretot d'Instagram i el 55% de Facebook, ambdós eines amb les mateixes possibilitats. I és per aquesta raó que, segons Martínez (2021) citat a Soler (2021), la visió de la imatge corporal es pot veure alterada per la sobreexposició que els i les joves pateixen a les xarxes socials.

6.6. El cànon de bellesa instaurat a les xarxes socials

La bellesa sempre ha estat d'influència per les altes jerarquies del moment, doncs són aquestes les que marcaven amb el transcurs del temps la idea de cos perfecte associats als cànons de cada època. Doncs els cànons de bellesa no deixen de ser construccions socials i per tant depenen de factors com la història i la cultura (Pasca, 2021). Al llarg de la història aquests cànons establerts han quedat reflectits a l'art, dictaminant com han de ser les dones per ser belles a la vista dels homes, doncs sempre han estat elles el subjecte de les principals exigències estètiques socials (Pasca, 2021).

Actualment les xarxes socials són un altaveu d'un patró estètic molt definit i basat en una dona prima, lligant la primesa a l'èxit i la bellesa. És per aquesta raó que les xarxes estan inundades de contingut relacionat amb esport, bellesa, cossos saludables i perfectes, etc. (Soler, 2021). La publicitat s'ha acostumat a fer servir aquests ideals de bellesa poc representatius i per tant la societat està immersa en uns ideals i estàndards de bellesa perfectes que ajuden a crear cossos femenins estereotipats (Pasca, 2021). Tanmateix l'estudi de Pasca (2021) el 73% dels enquestats afirma que existeix un ideal de bellesa per les dones del qual el 66% l'associa a un aspecte

Per tant, els i les usuaris/es de les xarxes socials, en aquest cas els i les adolescents, estan exposats de manera diària a riscos com la visualització d'imatges ideals que poden desenvolupar en una relació negativa amb l'alimentació i la salut (Brecha,

2020). Doncs els i les adolescents tendeixen a voler seguir els cànons de bellesa i les característiques establertes com a boniques i atractives; per tant el sentiment de frustració per no arribar a complir-ho poden repercutir en problemes com la falta d'autoestima (Pasca, 2021).

Les xarxes socials, a través de la promoció d'aquest cànons de bellesa basats en la primesa, permeten la comparació entre iguals incrementant així la preocupació pel pes i la vulnerabilitat de patir un TCA (Lozano-Muñoz, Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, 2022). Tal és així que l'estudi de Pasca (2021) afirma que el 58% dels i les adolescents enquestats afirma sentir-se influenciat per l'aspecte físic de les celebritats.

I aquesta repercussió emocional és la que aquesta investigació vol analitzar a través del seu tercer objectiu específic. Veure la influència negativa i/o positiva vers l'estat emocional dels i les adolescents del consum i ús de les xarxes socials.

6.7. La influència de les xarxes socials als TCA

Arran de l'ús desproporcionat que fan els i les joves de les xarxes socials, aquest canó de bellesa, comentat anteriorment, els arriba de manera més directa ocasionant un descontent amb el propi cos i provocant un sentiment de culpa amb si mateixos per no poder arribar a tenir o a ser el que veuen publicitat (Pasca, 2021).

Publicitat que cursa a través de les actuals "influencers", persones que a través del seu perfil a les xarxes socials i el contingut que comparteixen en aquest aconseguen ser personatges públics de referència i per tant un exemple a seguir per molts joves que segueixen el seu missatge (Ojeda-Martín, López-Morales, Jauregui-Lobera, & Herrero-Martín, 2021). Hi ha diferents tipus d'"influencers" segons el seu origen: celebritats, si ja són personatges públics de manera "offline" i ara també ho són de manera "online" o social media o creadors de continguts, que són persones que s'han donat a conèixer poc a poc pel contingut que comparteixen (Pasca, 2021).

En aquest cas, el que ocupa amb els TCA són les que essent o no professionals, centren el seu missatge en potenciar una vida sana i "fitness" a través de mètodes per aprimar, dietes, consells de moda i bellesa, etc. (Soler, 2021). El problema radica en els i les seguidors/es de les mateixes, quan volen assemblar-se portant al extrem el missatge i els consells erronis que donen (Soler, 2021). Modificacions en la consciència i la conducta que aquesta investigació vol analitzar a través del segon objectiu específic, el qual analitzarà fins a quin punt els i les adolescents de Torredembarra han personalitzat quelcom vist a les xarxes.

Les imatges a les xarxes socials, publicades per les "influencers", promouen un ideal de perfecció i bellesa irreal, les quals tenen com a objectiu seleccionar les millors fotografies per posteriorment rebre bons comentaris d'altres usuaris. Afavorint la comparació entre els i les usuaris/es i desencadenant una preocupació extrema vers la percepció dels altres a la pròpia aparença, conduint ràpidament a una insatisfacció de la pròpia imatge corporal (Brecha, 2020). El 73,3% dels i les adolescent enquestats per Soler (2021) pensa que les xarxes socials els perjudica, doncs tots ells afirmen haver rebut comentaris ofensius sobre el seu físic i/o personalitat a través d'aquestes.

A més, des de fa alguns anys també ha aparegut a les xarxes altres vies de promoció dels trastorns alimentaris com són les publicacions les que l'Ana (anorèxia) i la Mia (bulímia) són anomenades com dos amigues (Soler, 2021), i no presentades com a malalties sinó com estils de vida (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). Webs, blogs, fòrums, xats i perfils a les xarxes socials que fan apologia dels TCA a través de continguts molt perillosos.

Consells per perdre pes, consells per amagar la malaltia a l'entorn, imatges de noies excessivament primes, missatges de caire autolesiu que inciten a l'autocàstig i a les conductes nocives relacionades amb l'alimentació les quals deriven a la persona a menysprear el seu cos i la seva persona (Soler, 2021). Normalment són pàgines creades per una persona que pateix un TCA, com també ho acostumen a ser els i les usuaris/es que visiten i interactuen en aquestes pàgines (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia).

6.8. Inici de campanyes de prevenció a les xarxes socials

Després de tota la influència envers als estereotips de bellesa que hem vist anteriorment, actualment la societat ha iniciat un procés de rebel·lió i disconformitat que radica en l'exigència de la normalització de la diversitat. I arran d'aquest moltes multinacionals s'han sumat a canviar les seves estratègies de publicitat incloent en aquestes models "curvy", assegurant no modificar-les ni retocar-les (Fócil & Rodríguez Ocaña, 2022).. Les models "curvy" són aquelles dones de talles grans que trenquen els ideals de bellesa hegemònica visibles fins ara, essent així la cara més visible d'aquest moviment (Herrera García, 2022).

Aquesta modificació dona pas al moviment bodypositive definint-se com un moviment social que pretén destruir les discriminacions defenen que totes les persones han de tenir una imatge corporal positiva de si mateixos, acceptant tots els cossos sense important la seva aparença, forma o volum (Sánchez Salcedo 2020 citat a Pasca 2021). D'aquesta manera, aquest moviment rau en la necessitat d'abordar els estàndards de bellesa establerts i fomentar l'autoestima, l'acceptació i la confiança en un mateix, sobretot entre els i les més joves. Intervenció que es realitza a través de dos punts primordials que sustenten les seves accions d'intervenció: l'estima corporal, referida als sentiments que tenen les persones sobre la pròpia aparença física; i l'autoestima englobant la valoració del propi cos, les capacitats, habilitats i aptituds pròpies, etc. (Robledo 2020 citat a Fócil & Rodríguez Ocaña 2022).

Aquest tipus de moviments naixen amb el "Movimiento de Aceptación de la Grasa i la Asociación Nacional para Promover la Aceptación de la Grasa en Estados Unidos" campanya que es realitza per a la prevenció i reducció dels TCA a la població, sobretot de la anorèxia i la bulímia (Fócil & Rodríguez Ocaña, 2022). Posteriorment, l'any 1990 el moviment bodypositive treballa en la promoció de l'autocura, essent conscient de la importància de la salut però sense menysprear el propi cos. I finalment, amb l'arribada del moviment a les xarxes socials, es desencadena una transmissió del missatge ràpida i efectiva (Fócil & Rodríguez Ocaña, 2022).

I és que, tal i com diuen alguns autors, les xarxes socials també tenen utilitats positives com són la facilitació de la interacció social, la generació d'elements educatius, la prevenció i l'enfortiment dels hàbits saludables (Navarrete Villanueva, Castel Feced, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017). En aquest cas, trobem les "influencers" qui, d'igual manera que les "influencers" de vida saludable, també són pioneres en la transmissió del moviment aconseguint que hi hagi una modificació en la consciència de la societat (Pasca, 2021).

La necessitat de mostrar la realitat a les xarxes i de que les persones es sentin identificades i representades ha donat lloc a moltes persones amb diversitat de talles, colors de pell, edats, etc. diversitat que anteriorment no hagués tingut cabuda dins del món publicitari (Fócil & Rodríguez Ocaña, 2022).

D'aquesta manera, i tenint en compte que estudis com el de Pasca (2021) afirma que el 85% dels enquestats considera que les xarxes socials no els ajuda a millorar la seva autoestima, les imatges i les representacions d'aquest moviment a les xarxes socials, estan emergint un efecte positiu sobre l'estat d'ànim de les persones que ho consumeixen. Una millora en l'estat d'ànim, en la satisfacció i l'apreciació corporal són alguns dels resultats que autors com Pasca (2021) ens comenta. A més de causar un efecte positiu a les persones motivant l'acceptació del seu cos durant les diferents etapes de la vida i en els canvis que aquestes ocasionen. Apoderant-les i fent-les sentir-se segures de si mateixes (Fócil & Rodríguez Ocaña, 2022).

6.9. Aportació a la societat i a la ètica professional

Per tant, podem veure que les accions de prevenció en referència a aquesta problemàtica social poden ésser una via molt efectiva si es treballa d'una manera adequada i potenciant els factors de protecció que els i les adolescents disposen o poden disposar. Treballar conceptes importants que potenciïn la capacitat crítica; treballar aptituds d'autorespecte que potenciïn l'autoestima i l'autocura; estratègies que promoguin la promoció de la salut; el bon ús de les xarxes i la promoció de la comunicació personal més enllà de la de tipus on-line són alguns exemples que els i les autors/es conclouen en que són necessaris (Navarrete Villanueva, Castel Feced, Romanos Calvo, & Bruna Barranco, 2017) arran del gran increment de casos que hi ha en aquesta franja d'edat.

D'aquesta manera, i partint de la base que els instituts de Torredembarra ara mateix no estan duent a terme cap acció en relació a la prevenció dels TCA, aquesta investigació pretén ser un estudi que descrigui la realitat dels i les adolescents d'aquesta població en relació a la incidència del seu ús de les xarxes socials com a factor de risc, o no, per la tinença de TCA. Comprovant així, si d'igual manera que comenta la bibliografia consultada, els i les adolescents de Torredembarra estan influïts de manera negativa pel consum de contingut relacionat amb bellesa mostrat a les xarxes socials.

Oferint així un estudi específic sobre l'estat de la qüestió en relació als i les joves de la població i donant peu a poder redactar de manera futura una intervenció específica i efectiva a la realitat esmentada.

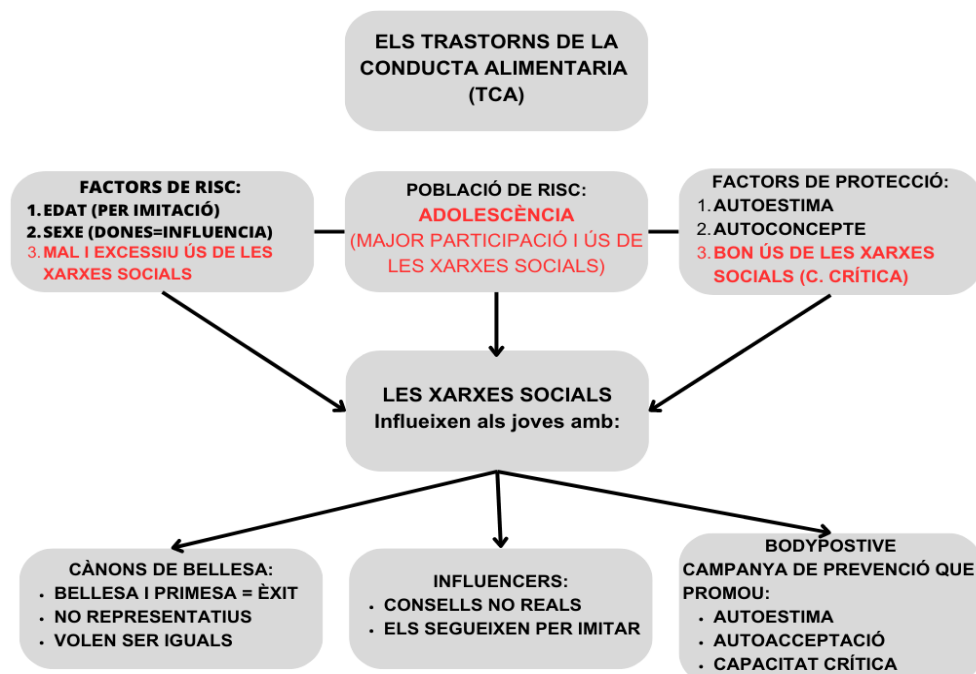
Per portar-ho a terme s'han establert els principis bàsics més importants que sustentaran totes les accions següents. Doncs quan parlem d'ètica en la investigació, parlem de tots aquells principis universals que sostenen les investigacions, és a dir, les bases que guien la conducta dels i les investigadors/es durant la planificació i la realització de les mateixes (Álvarez, 2018). Per tant, és essencial incloure'ls en la pràctica d'investigacions, pel contrari, les pràctiques posarien en dubte l'acció de l'investigador e inclús les institucions que el representen (Tójar & Serrano, 2000).

Els principis ètics, en referència a les investigacions, es basen en tres premisses: el respecte a les persones, la beneficència d'aquestes amb els resultats i la justícia durant el procés (Álvarez, 2018).

D'aquesta manera a l'inici s'ha procurat el respecte als participants a través de la firma escrita del consentiment informat, amb el qual s'explica la intencionalitat del procés i la metodologia del mateix a tots els i les participants, que de forma voluntària i sense coaccions donen el seu consentiment per prosseguir o no, respectant-los així la seva autodeterminació i autonomia (Álvarez, 2018).

Durant la investigació, i per cobrir el principi de beneficència, s'han disminuït els riscos de la participació assegurant la seguretat del procés. S'ha respectat la propietat intel·lectual i el tractament de les dades emeses i rebudes, protegint els drets i les garanties dels i les participants i concretant el coneixement científic presentat (APA, 2010; citat a Álvarez, 2018). Per tant s'ha donat importància a la confidencialitat de les dades personals rebudes, salvaguardant la intimitat dels i les participants a través d'enquestes anònimes. El tractament de les dades s'ha fet de manera rigorosa, evitant fer judicis de valor, utilitzant correctament les tècniques de buidatge, essent fidedignes a la realitat i establint l'Institut Ramón de la Torre i l'Institut Torredembarra com les institucions on s'ha realitzat (Tójar & Serrano, 2000).

I per últim, tenint en compte que és molt important compartir amb els i les participants i amb tota la comunitat educativa els resultats obtinguts, per tal de poder promocionar el coneixement (Opazo, 2011), una vegada acabada la investigació es realitzaran coordinacions amb les institucions implicades per tal poder explicar les conclusions, a més de fer una devolutiva també als joves.



7. MARC METODOLÒGIC

El tipus d'investigació que s'ha seguit al llarg d'aquest treball és mixta.

Per una banda, una investigació de tipus qualitatiu a través de tres entrevistes semi-estructurades a les dues psicopedagogues dels dos instituts de Torredembarra i a la referent de l'EAP de la zona, les quals ofereixen una visió externa de la problemàtica. Aportant la seva percepció en referència a l'ús i la influència de les xarxes socials en els i les adolescents; la incidència dels TCA a les aules en els darrers anys i els protocols de prevenció i actuació que es duen a terme.

I per l'altre banda, una investigació de caràcter quantitatiu a través de l'anàlisi d'una enquesta resposta pels i les adolescents d'entre 16 i 21 anys que viuen a Torredembarra. Amb aquests s'esbrina quina és la percepció dels i les adolescents en referència a l'ús que fan de les noves tecnologies i de la influència que reben d'aquestes en el seu comportament i les seves emocions.

Finalment s'han correlacionat les dades i donat resultat als objectius plantejats, traient conclusions descriptives de la realitat dels i les adolescents de Torredembarra.

7.1. Tipus d'investigació

La investigació es realitza a través d'una metodologia mixta doncs aporta més fiabilitat en els resultats eliminant les febleses que apareixen quan només s'escull una metodologia concreta. D'aquesta manera es realitza un estudi més complet proporcionant dades objectives però enriquides d'experiències més personals i significatives dels professionals (Osorio González & Castro Ricalde, 2021).

Aquesta es porta a terme a través d'un procediment seqüencial, és a dir, realitzant en primera instància una recollida de dades de forma qualitativa, i posteriorment quantitativa. Per acabar, es generalitzen els resultats (Rodríguez-Gómez, 2018).

Primerament, la part qualitativa correspon a una investigació constructivista de tipus fenomenològica doncs és la "*metodologia més utilitzada en educació i ens ajuda a comprendre, des de la perspectiva i de les experiències personals [...] determinats fenòmens educatius*" (Rodríguez-Gómez, 2018, pág. 38). Aquesta ha proporcionat una comprensió subjectiva i descriptiva del fenomen a investigar amb el propòsit de comprendre la realitat social i educativa (Sabariego, 2009). S'ha realitzat a través de tres entrevistes semi-estructurades a les psicopedagogues responsables dels dos Instituts de Torredembarra i a la referent de l'EAP de la zona, extraient la informació més acurada i detallada que no es té en compte en la metodologia quantitativa.

I seguidament, la part quantitativa que s'aplica a un estudi descriptiu ex-post-facto. Descriuint la realitat i analitzant les relacions que hi ha entre les variables establertes (Rodríguez-Gómez, 2018), en aquest cas les xarxes socials i l'augment dels casos de TCA entre els i les adolescents de Torredembarra. Amb aquesta s'obté la visió més objectiva-estadística de l'objecte d'estudi podent confrontar les dades obtingudes amb les que han resultat de la part qualitativa. Tot i que l'ideal és poder realitzar aquesta investigació dins d'una entitat formal com els centres educatius, davant de la negativa

dels mateixos es porta a terme a través de la tècnica de la bola de neu o mostreig en cadena, en la que informant portarà a l'altre i aquest alhora proporciona un altre i així successivament (Rodríguez-Gómez, 2018), publicant l'estudi a les xarxes socials.

7.2. Context, destinataris i materials

Aquesta investigació s'ha portat a terme en el context de Torredembarra, vila i municipi costaner de Catalunya situat a la comarca del Tarragonès i amb una densitat poblacional de 1981,2 habitants/km². Delimita el nord-oest amb la població de Creixell, al nord amb la Poble de Montornès, al nord-est amb la Riera de Gaià, al sud amb la població d'Altafulla i a l'est amb el Mar Mediterrani. Actualment consta d'un total de 17.256 habitants essent la gran majoria d'entre 15 i 64 anys (IDESCAT, 2022). I d'aquesta, un 30% aproximadament de l'alumnat és estranger, aspecte que també suposa unes especificitats concretes sobretot relacionades amb el rendiment i el nivell acadèmic, doncs les dificultats de la llengua i la gran quantitat d'alumnes nou vinguts suposa un deprimiment del ritme general de les escoles.

Segons les dades de l' IDESCAT de l'any 2022 solsament un 30% d'aquesta població té estudis superiors, el 25% té l'ESO i el 29,7% no tenen els estudis secundaris acabats. Doncs tractant-se d'una població localitzada a la Costa Daurada, ha augmentat la seva població en les darreres dècades sobretot a través de la migració de persones que es dediquen al tercer sector com l'hostaleria, la restauració, les cadenes hoteleres, etc. Generalment persones acadèmicament poc preparades que busquen feines que no requereixen de molta formació. Aquesta característica poblacional també desemboca en molta problemàtica de caire social.

Referent a les escoles, Torredembarra consta d'un total de cinc centres educatius, dividint-se en dues llars d'infants municipals (Gegants de la Torre i el Cirerer), tres centres d'educació primària (Antina, Molí de Vent i Antoni Roig) i dos centres d'educació secundària (Institut Torredembarra i Institut Ramon de la Torre). Tots ells de caràcter públic i no hi ha cap centre concertat ni privat, perquè aquests estan a Tarragona. D'aquesta manera la gran majoria dels i les adolescents del Torredembarra estan distribuïts al voltant d'aquests dos instituts del municipi, i és per això que l'ideal d'aquesta investigació és prendre com a localització d'estudi aquests dos instituts facilitant l'accessibilitat de resposta representativa. Tot i així, davant de la negativa dels centres educatius de la zona a col·laborar amb la investigació, i tot i que es té en compte que no és la mostra ideal per aquest tipus d'estudi, s'ha escollit com a mostra per la metodologia quantitativa, 92 adolescents d'entre 16 i 21 anys que viuen a Torredembarra i que de manera voluntària accedeixen a formar part d'aquest estudi.

Figura 1: Taules de freqüència d'edat i gènere de la mostra

GÈNERE	Freqüència	Percentatge %	EDAT	Freqüència	Percentatge %
DONA	52	56.522	16-17	48	52.174
HOME	37	40.217	18-19	22	23.913
NO BINARI	3	3.261	20-21	22	23.913
Total	92	100.000	Total	92	100.000

Un total final de 92 joves, essent 52 noies, 37 nois i 3 persones no binaries. Amb edats dividides en: 48 joves de 16 a 17 anys, 22 joves d'entre 18 i 19 anys; i 22 joves de 20 a 21 anys. Aquesta mostra ha estat recollida amb la difusió del instrument a través de les xarxes socials de diferents organitzacions no reglades del municipi, com poden ser organitzacions de lleure i esport. Tractant-se doncs d'una mostra de tipus bola de neu, és a dir, s'identifica un informant clau que, a la vegada, proporciona el contacte amb un altre i així successivament (Rodríguez-Gómez, 2018, pág. 66).

I, tot i que no es pot assegurar al cent per cent que la mostra pertanyi en la seva totalitat als i les joves de Torredembarra, els resultats si que estan a prop de ser-ho. S'ha seleccionat aquesta franja d'edat perquè l'objectiu principal d'aquesta investigació és comparar i corroborar si, tal i com diu la bibliografia, en el context de Torredembarra també són les xarxes socials un factor de risc en els i les adolescents. En la gran majoria d'aquesta bibliografia els estudis es realitzen amb joves d'entre 16 i 21 anys per tant s'ha respectat aquesta dada per realitzar una comparació més real.

I paral·lelament, aquesta investigació ha pres també com a mostra causal per la metodologia qualitativa, les psicopedagogues i orientadores de cada institut mostrant una visió concreta dels i les adolescents d'aquest d'acord als objectius de l'estudi, a més de la referent de l'EAP del municipi oferint una visió més amplia i externa de la realitat de Torredembarra. Essent totes les professionals que gestionen i intervenen amb la diversitat dins del centre educatiu. I per tant, les especialistes en aquesta matèria, coneixedores de la situació i també dels protocols i accions que s'esdevenen d'una problemàtica així.

Per fer-ho s'ha requerit de la redacció i enviament del consentiment informat (Annex 1) a les psicopedagogues i referent de l'EAP de la zona que han de signar per tal de ser voluntàries i participants de la investigació. Aquest document, facilitat per Universitat Oberta de Catalunya, permet a tots els i les participants conèixer totes les característiques que defineixen la investigació. Els objectius que es persegueixen amb aquesta, el procediment que es segueix per la recollida de dades i el posterior tractament que es fa de les mateixes. A més d'informar de tots els drets implícits de la seva participació, com la confidencialitat, l'anonimització de les dades obtingudes, etc.

Pel que fa a la mostra d'adolescents, s'ha redactat dins de l'enquesta tota la informació rellevant respecte a la investigació (el propòsit i la naturalesa de l'estudi, la garantia d'anonimat i la necessitat o no d'enregistrar l'entrevista en format àudio) per tal de que aquests, a través d'una pregunta expressa, puguin mostrar la seva conformitat o no a la participació voluntària de l'estudi. A més, per la realització de les enquestes es necessita equipament tecnològic com ordenadors i mòbils. Doncs l'enquesta es respon de manera on-line a través de l'eina google forms. I per últim, també s'ha requerit d'una gravadora amb la que s'ha enregirat la veu de les dues psicopedagogues i la referent de l'EAP de la zona, a qui se li fan les entrevistes, per tal de facilitar la transcripció, tenint en compte que el so enregirat ha tingut aquesta única i exclusiva finalitat.

7.3. Planificació i temporalització

La planificació operativa d'aquesta investigació es divideix en quatre mesos.

En primer lloc, els primers quinze dies, des l'última setmana de Març fins la primera setmana d'Abril la investigació pren la seva primera forma. Es planteja el problema a investigar conjuntament amb la primera redacció de la introducció, la justificació i el títol, els quals s'acaben de completar al acabar la investigació. Durant les dues setmanes posteriors, és a dir, la segona i tercera setmana d'Abril es fonamenta la investigació a través de la redacció dels marcs normatiu, teòric i ètic. A més de reflexionar sobre la aportació que fa la investigació a la societat.

En segon lloc, durant les dues últimes setmanes d'Abril s'estableix i es redacta la metodologia de recollida i anàlisi de dades. És a dir, s'estableix el disseny i el tipus d'investigació, la temporalització de la mateixa, el context, la mostra i els participants i, finalment la redacció dels instruments de recollida de dades. El dia 24 d'Abril, s'envia la redacció provisional dels instruments de recollida de dades, en aquest cas de l'enquesta i l'entrevista, per tal de poder procedir a la seva validació per part dels i les professionals. El dia 25 d'Abril es rep la confirmació de validació i comença el procés de recollida de dades. Paral·lelament es seleccionen els centres on dur a terme la investigació, en aquest cas, els institut públics de Torredembarra, l'Institut Ramon de la Torre i l'Institut Torredembarra. Seguidament, es concerta una reunió conjunta amb els responsables d'ambdós institucions i les coordinadores de batxillerat per presentar la investigació que es pretén portar a terme, els instruments de recollida de dades i la finalitat i els objectius de la mateixa. Això es realitza a través de la presentació de la declaració de consentiment informat amb el que refuten o accepten la realització de la investigació. Tot i així, després de que la direcció dels centres educatius manifesti la negació de participació per part de l'alumnat es procedeix a contactar de manera individual amb les psicopedagogues de cada institut i la referent de l'EAP de la zona de Torredembarra amb la finalitat d'exposar la investigació i les finalitats de la mateixa. Es presenta la declaració de consentiment informat amb la que accepten de manera voluntària ésser part d'aquesta investigació a través de les entrevistes semi-estructurades que se'ls realitza.

En tercer lloc, davant de la impossibilitat de passar les enquestes als i les alumnes dels instituts de la zona, s'inicia la publicació i difusió de l'instrument a través de les xarxes socials com Instagram, Facebook i Whatsapp. Els i les adolescents, a través d'una pregunta del pròpia enquesta i després de llegir les especificitats de la investigació, accepten la participació voluntària en la mateixa. El procediment de difusió es repeteix en varies ocasions des del dia 27 d'Abril fins el dia 7 de Maig fins arribar a un nombre de mostra adequada.

En quart lloc, una vegada firmats els consentiments informats es concreta un dia i una hora d'aquesta setmana per la realització de les entrevistes presencials als instituts respectius de cada psicopedagoga i al despatx de l'EAP, les quals són semiestructurades i individuals.

El temps de durada de les entrevistes és d'uns 30 minuts aproximadament, son enregistrades mitjançant gravadores de veu i es realitzen per part de la investigadora en un espai íntim per tal de garantir la confidencialitat de les dades. Els dies 4 de Maig, 10 de Maig i 11 de Maig es realitzen les entrevistes a la psicopedagoga de l'institut Torredembarra, a la psicopedagoga de l'institut Ramon de la Torre i a la psicopedagoga referent de l'EAP del municipi, respectivament.

A partir d'aquest moment, durant les tres ultimes setmanes de Maig es realitza un anàlisi exhaustiu de les dades a través de primer, la redacció de l'estratègia d'anàlisi de dades; segon, els resultats obtinguts de les mateixes i tercer, la discussió dels resultats. Finalment també es realitza una reflexió final a través de les conclusions, les limitacions i la prospectiva de la investigació.

MARÇ						
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		
ABRIL						
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30
MAIG						
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Del 22/03/2023 fins el 03/04/2023: Concreció de la investigació.

Del 04/04/2023 fins el 16/04/2023: Fonamentació de la investigació.

Del 17/04/2023 fins el 23/04/2023: Redacció del disseny d'investigació i instruments de recollida de dades.

24/04/2023: enviament dels instruments de recollida de dades a validació .

25/04/2023: confirmació validació instruments de recollida de dades.

26/04/2023: reunió amb la direcció dels instituts per la presentació de la investigació.

Del 27/04/2023 fins el 07/05/2023: Difusió de l'enquesta per les xarxes socials.

04/05/2023: entrevista psicopedagoga INS Torredembarra.

10/05/2023: entrevista psicopedagoga INS Ramon de la Torre.

11/05/2023: entrevista psicopedagoga EAP.

Del 08/05/2023 fins el 23/05/2023: redacció de resultats, discussió i conclusions.

7.4. Instruments de recollida d'informació

Tal i com s'ha especificat anteriorment, la metodologia qualitativa d'aquesta investigació es porta a terme a través d'una entrevista semi-estructurada a les psicopedagogues d'ambdós instituts i a la referent de l'EAP de la zona, ja que permet obtenir informació contextualitzada i detallada de la situació. I la metodologia quantitativa es desenvolupa a través d'una enquesta anònima als i les joves de Torredembarra a través de les xarxes socials i de la tècnica bola de neu amb la finalitat de descriure i comprendre el comportament i les actituds en relació a l'objecte d'estudi seleccionat (Rodríguez-Gómez, 2018).

L'entrevista (Annex 3), és una tècnica comú en els estudis desenvolupats en l'àmbit educatiu ja que permet fer una recopilació d'informació concreta d'un participant en referència a l'objecte d'estudi a partir de la seva percepció i interpretació de la realitat. Doncs tal i com diu Rodríguez-Gómez (2018) "les experiències i les interaccions de les persones són aspectes significatius de la realitat social que s'està investigant" (p.61). L'entrevista és semi-estructurada, partint d'un guió que predetermina la informació necessària però també amb preguntes obertes que possibiliten més flexibilitat i matisos en les respostes.

L'entrevista està dividida en quatre parts. La primera, en referència al primer objectiu específic, dirigida a poder identificar les percepcions professionals en referència a l'ús de les xarxes socials per part dels i les adolescents. La valoració professional de si es realitza un bon ús o no d'aquestes i el perquè d'aquesta valoració. Recollint així dades rellevants que podran ser contrarestades després amb les percepcions que reben dels i les adolescents. La segona, relacionat amb el segon objectiu específic, en la que s'esbrina la percepció de les psicopedagogues i referent de l'EAP, en referència als canvis de comportament que tenen els i les adolescents després del consum de les xarxes socials. La influència que tenen les xarxes socials en la seva manera d'actuar, de vestir, de relacionar-se, inclús en les seves rutines diàries, etc. Una tercera, paral·lela al tercer objectiu específic, que intenta correlacionar aquesta influència abans esmentada, sobretot en relació als cànons de bellesa, amb l'autoestima, la valoració, la percepció, en definitiva l'estat emocional, dels i les adolescents. I per últim, una quarta part que esbrina quina ha estat la incidència de TCA a l'institut en els darrers anys i quines han estat les accions preventives, protocols o intervencions al respecte, i la valoració de les mateixes.

Aquesta es realitza en un ambient íntim que respecti la seguretat i la comoditat dels participants durant el procés a més de la confidencialitat de les seves respostes. Es presenta en paper i s'enregistra el so a través d'una gravadora, el qual facilita la seva transcripció.

L'enquesta (Annex 4), permet *"recollir informació d'un gran nombre d'individus que responen exactament a les mateixes qüestions i que permeten a l'investigador descriure, comparar o relacionar factors"* (Rodríguez-Gómez, 2018, pág. 30). És anònim per tal de respectar la confidencialitat dels i les joves.

Consta de preguntes factuais, en les que es poden observar fets i comportaments contrastables com pot ser el comportament dels i les joves en relació a les xarxes socials, i de preguntes subjectives on es valoren els aspectes més emocionals dels i les joves que també deriven de l'ús de les xarxes socials. D'aquesta manera s'obtenen informacions ajustades a la realitat de l'objecte d'estudi, breus i de poca flexibilitat que contrasten amb les informacions contextualitzades i subjectives dels mètodes qualitatius.

L'enquesta està dividida també en quatre blocs, fent referència als tres objectius específics de la investigació. A l'inici, un parell de preguntes sociodemogràfiques que permeten contextualitzar encara més les respostes posteriorment. Seguit, es pregunta en relació a l'ús que fan els i les adolescents de les xarxes socials, tant la xarxa que més utilitzen, el temps, el contingut i la finalitat d'aquest, donant resposta al primer objectiu específic. Tercer, s'analitzen les influències que les xarxes socials exerceixen o no als i les joves de Torredembarra en relació al segon objectiu específic. S'analitzen les accions que s'han després de l'ús continuat de les xarxes socials, com pot ser seguir consells, demanar ajuda als i les influencers i la reproducció de la realitat publicada per aquests/es. Per últim, es valora la influència dels cànons de bellesa establerts amb les modificacions en l'estat d'ànim donant resposta al tercer objectiu específic. En aquest apartat es pregunta sobre la existència o no d'un canó de bellesa a les xarxes, els cànons que apareixen en el contingut consumit pels i les joves i les emocions que desencadenen aquest consum continuat.

Aquesta es realitza de manera on-line a través de la plataforma google forms i és difosa a través de les xarxes socials (Instagram, Whatsapp i Facebook). Els i les adolescents la poden respondre de manera còmode a través del seu telèfon mòbil, respectant també així la seva seguretat i confidencialitat de dades, doncs l'enquesta s'inicia amb l'acceptació o no de la participació voluntària i la conformitat d'ús de les dades amb finalitats d'investigació.

Ambdós instruments de recollida de dades són de pròpia creació. Ja que es tenen en compte les especificitats de la població a la que està essent dirigida aquesta investigació i la contextualització adequada de les respostes.

8. ESTRATÈGIA D'ANÀLISI DE LES DADES

Després de la realització de les entrevistes i l'enregistrament de les mateixes, es procedeix a la seva transcripció, de manera literal i conservant totes les dades i informacions comentades per part de les professionals. Posteriorment, es realitza l'anàlisi de les dades obtingudes a través de la categorització d'aquestes i s'estableix la llegenda de SE1, SE2 i SE3 pels subjectes entrevistats. L'esquema de categorització de les dades qualitatives ve donat per les pròpies variables d'estudi de cadascun dels objectius específics. És a dir, pel primer objectiu específic es divideixen en: l'ús que fan els i les adolescents de les xarxes socials i la finalitat que estableixen del mateix; i en aquests apartats, s'especifiquen totes les dades rellevants que les entrevistades hagin dit en relació a aquests conceptes. Pel segon objectiu específic, es divideixen en: imitacions de conducta després de l'ús de les xarxes i continguts imitats. I per últim, pel tercer objectiu específic, es divideixen en: influència emocional de les xarxes socials cap als i les adolescents i els condicionants personals, familiars i socials que poden exercir com a factor de risc en el desenvolupament d'un TCA. Per últim, també s'afegeixen dues variables de classificació més relacionades amb la prevenció i intervenció educativa en referència als TCA a les escoles; i la incidència d'aquests trastorns a les aules. Una vegada les dades estan dividides per temàtiques, es procedeix a realitzar una segona categorització en referència a l'aprovació o negació de les hipòtesis plantejades.

Paral·lelament, les dades obtingudes de l'enquesta son enregistrades automàticament a les bases de dades de google forms al mateix temps que aquesta es contestada per la mostra. Posteriorment, la base de dades de google es buidada i tractada a través de l'eina JASP. Aquesta eina permet realitzar la categorització numèrica dels resultats i per tant l'anàlisi correlacional dels mateixos, podent visualitzar relacions directes o no entre les diferents variables que influeixen en un mateix objectiu d'estudi. Finalment els resultats es mostren en format taula de freqüència i per tant es poden visualitzar les freqüències de resposta i els tants per cents de les mateixes.

9. RESULTATS

9.1. Resultats relatius a l'objectiu específic 1

El primer objectiu específic que aquesta investigació es marca és definir quins són els usos que fan els i les adolescents de les xarxes socials en relació a la seva imatge.

9.1.1. Resultats obtinguts a través de l'enquesta als i les joves

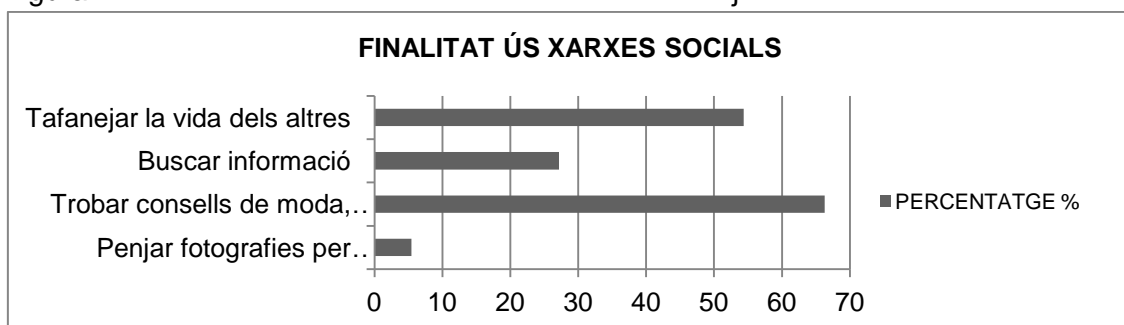
Els resultats obtinguts han estat investigats a través de diferents ítems com són el temps d'ús de les xarxes socials mesurat en hores al dia, la xarxa social que més s'utilitza i la finalitat d'aquest ús.

Primer, els resultats a la pregunta: "Quant de temps fas servir les xarxes socials?", mostren que el 45,65% dels enquestats utilitza les xarxes socials entre 3 i 4 hores diàries. Seguit d'un 28,26% que les utilitza més de 4 hores diàries i un 19,56% d'entre 1 i 2 hores diàries. Només el 6,5% dels enquestats afirma que fa un ús de menys d'1 hora diària (Taula 3).

Segon, els resultats a la pregunta: "Quina és la xarxa social que més utilitzes?", confirmen que Instagram, amb un 61,95% dels enquestats, és la xarxa social que més fan servir de manera diària, seguit d'un 34,78% que diu que és Tik-Tok i un 3,26% Youtube (Taula 4).

I per últim, quan es pregunta per la finalitat d'aquest ús els resultats mostren que pel 66,30% dels enquestats és trobar consells de moda, dietes i vida saludable. A més d'un 54,34% que ha escollit tafanejar la vida dels altres i un 27,17% que és buscar informació. Només el 5,34% marca també l'opció de penjar fotografies per aconseguir likes (Taula 5).

Figura 2: Finalitat de l'ús de les xarxes socials dels i les joves



D'aquesta manera, donant resposta a l'objectiu plantejat, podem veure que les finalitats lligades a la imatge són les que més predominen en els i les joves. Finalitats lligades a buscar consells per millorar la pròpia imatge i finalitats lligades a aprovar i que m'aprovin el grup d'iguals les imatges que penjo a les xarxes socials.

9.1.2. Resultats obtinguts a través de l'entrevista a les psicopedagogues

Per tal d'exposar els resultats de les entrevistes, d'ara en endavant es nombra a la psicopedagoga de l'institut Torredembarra com SE1 (subjecte entrevistat 1), la psicopedagoga de l'institut Ramon de la Torre com SE2 i a la psicopedagoga de l'EAP del municipi com SE3.

Primer, en relació a l'ús que fan els i les joves de les xarxes socials, els resultats de les entrevistes mostren disconformitats d'opinions. Per una banda afirmen que els i les joves no fan un bon ús de les xarxes socials, titllant-lo de *“excessiu”* i *“descontrolat”* (SE2) i evidenciant una manca de capacitat crítica davant dels continguts als que s'exposen (Taula 21). Per altra banda però, també es posa sobre la taula la consideració de que les xarxes socials no tenen sempre una connotació negativa en quant a l'ús dels i les adolescents: *“Tot i que sóc conscient que també treuen coses positives, com per exemple durant la pandèmia que les xarxes socials els va ajudar molt a seguir connectats i que no fos tan catastròfica la situació(SE1)”*.

I segon quan es pregunta per la finalitat de l'ús de les xarxes socials, les tres entrevistades coincideixen en que la finalitat té la base en la imitació de conductes i la comunicació amb els seus iguals: *“Considero que l'ús de les xarxes socials radica sobretot en la imitació dels i les adolescents (SE1)”*, *“La finalitat absoluta és la comunicació entre els seus iguals, l'aprovació d'aquests i buscar la seva identitat a través de la imitació de models (SE3)”* (Taula 22).

Afirmacions que coincideixen amb els resultats de les enquestes i que per tant donen resposta a l'objectiu específic. S'evidencia que els motius més comuns per utilitzar les xarxes socials entre els i les adolescents en relació a la seva imatge són trobar consells que després poden recrear en la seva vida quotidiana, independentment si son aconsellables o no. Sempre buscant consonància amb el que es publicita a les xarxes socials com perfecte, imitant-ho, i així trobar l'acceptació i aprovació del seu grup d'iguals.

9.2. Resultats relatius a l'objectiu específic 2

El segon objectiu específic que aquesta investigació es marca és esbrinar si existeixen canvis en el comportament dels i les adolescents després de l'ús continuat de les xarxes socials.

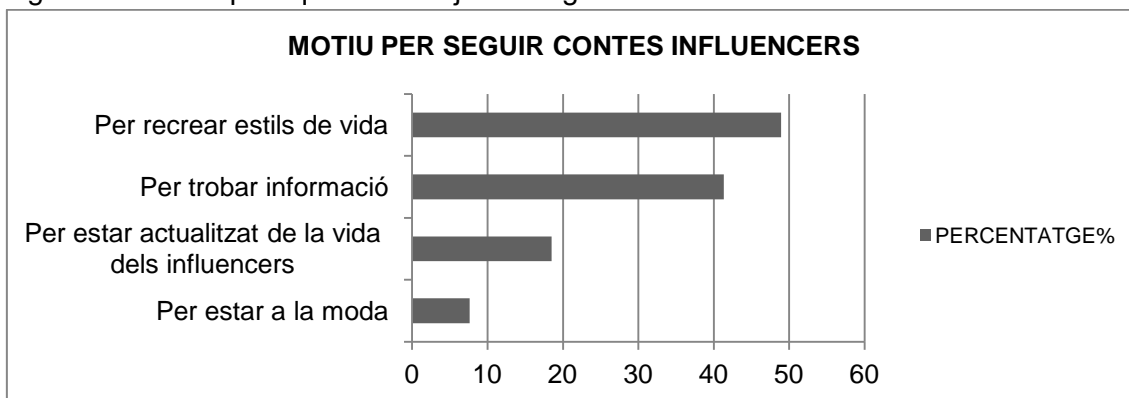
9.2.1. Resultats obtinguts a través de l'enquesta als i les joves

Els resultats obtinguts han estat investigats a través dels ítems: seguiment de les influencers per part dels i les joves, el contingut de les xarxes socials més consumit, el motiu pel que hi ha aquest consum, la imitació o no de conductes vistes a les xarxes i el motiu d'aquesta imitació.

Primer, els resultats a la pregunta: "Segueixes comptes d' influencers?" mostren que el 91,30% dels enquestats evidència que si que segueixen comptes d' influencers (Taula 6). Essent aquests relacionats amb continguts d'estil de vida (56,52%), exercici (56,52%), moda (55,43%) i nutrició (35,87%). A més d'un 25% dels enquestats que també segueix contingut relacionat amb els videojocs (Taula 7).

Segon, quan es pregunta per la finalitat de consulta i seguiment d'aquests influencers dedicats al contingut abans esmentat, un 48,91% dels enquestats afirma que és per poder recrear estils de vida i un 41,30% per trobar informació. Seguit d'un 18,47% que explica que és per estar a la moda, un 17,39% que és simplement per estar actualitzat de la vida dels i les influencers més famosos/es i un 7.60% que ho fa per moda (Taula 8).

Figura 3 : Motius pels que els i les joves segueixen contes d'influencers



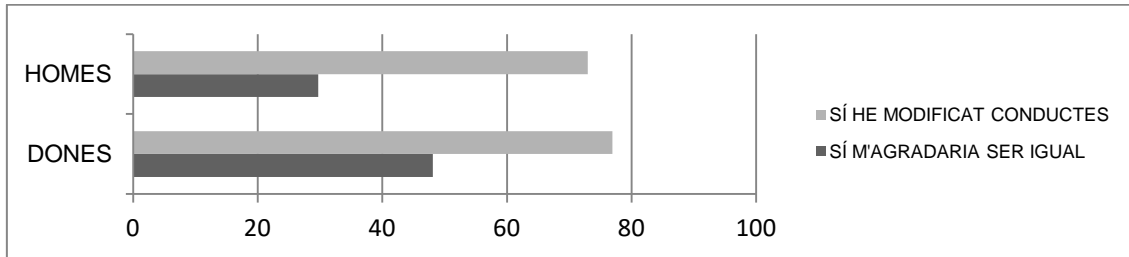
Resultats que coincideixen amb els de l'apartat anterior. La finalitat de l'ús de les xarxes socials per part dels i les adolescents és la imitació dels referents que troben en aquestes, prenent-los com un exemple en el que inspirar-se i comparar-se, independentment de tenir una bona capacitat crítica que pugui ajudar a discernir del que és adequat amb el que no.

Tercer, en relació a la imitació resultant dels últims apartats, i a la pregunta: "Has reproduït ocasionalment alguna acció que hagi vist a les xarxes?", el 76% dels enquestats afirma que si que ho ha fet (Taula 9).

Reproduint contingut relacionat amb exercici (44,56%), bromes (38,04%), consells de moda (36,95%), compres (31,52%), vida saludable (30,43%) i alimentació (28,36%) (Taula 10). D'aquesta manera es fa palès la incidència que tenen les xarxes socials en els i les adolescents, modificant les conductes amb la finalitat de poder assemblar-se a allò que s'estereotipa com bell.

Quart, quan es relacionen les dades del gènere i la imitació per parts dels i les adolescents els resultats mostren que les adolescents noies tendeixen a apropar més la seva realitat amb la mostrada a les xarxes socials. (Taula 11)

Figura 4: Modificació de conductes i imitació dels i les joves

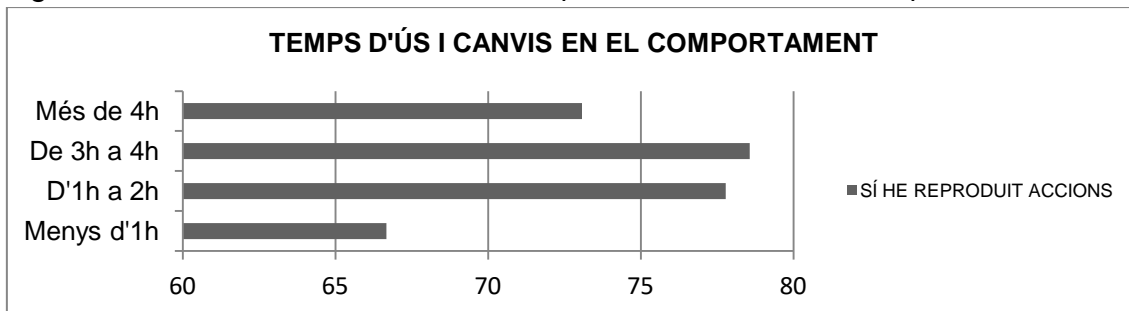


Afirmant un 48% d'elles que els agradaria ser igual que les influencers d' Instagram, davant d'un 29,7% dels homes. A més, el 76,96% de les noies enquestades també confirma que ha reproduït en alguna ocasió algun contingut exposat a les xarxes socials, davant d'un 72,97% dels homes, que tot i que és un resultat també alt, el de les noies segueix estant per damunt.

Evidenciant així que la població de risc, a banda de ser l'etapa vital de l'adolescència, les noies tenen una major incidència i influència per part de les xarxes socials.

Cinquè, quan es relacionen les dades de temps d'ús i el fet de seguir influencers, els resultats mostren una relació positiva. És a dir, que a més temps d'ús a les xarxes socials més tendència a seguir influencers hi ha. Els enquestats que fan un ús de menys d'1 hora diària i els de 1 a 2 hores diàries mostren un 83,33% d'afirmatius quan se'ls pregunta si segueixen o no a influencers i en canvi els de més de 4 hores diàries un 96,15% (Taula 12). De la mateixa manera que quan es relacionen les variables de temps d'ús i reproducció d'accions observades a les xarxes socials, també hi ha una relació positiva (Taula 13).

Figura 5: Correlació entre la variables temps d'ús i els canvis de comportament



D'aquesta manera, a més temps d'ús de les xarxes socials més tendència a la imitació del que apareix en les mateixes. Doncs les persones que fan un ús inferior a 1 hora diària només han confirmat aquesta reproducció d'actes en un 66,66%, en canvi les persones que fan un ús d'entre 1 i 2 hores han contestat que sí un 77,77%, les de 3 a 4 hores diàries en un 78,57% i les de més de 4 hores diàries un 73%. Donant resposta així a l'objectiu específic 2. Ja que si que hi ha una relació directa i positiva entre els temps d'ús de les xarxes socials i la major imitació de conductes que apareixen en aquestes.

9.2.2. Resultats obtinguts a través de l'entrevista a les psicopedagogues

En relació a la imitació que fan els i les joves, les entrevistes afirmen que les xarxes socials es mouen per modes i que els i les adolescents també: *"Sembla que sigui com una moda (SE1)"* comenten, però no només a través del consum de les xarxes socials sinó també per la imitació de conductes estereotipades que veuen en el seu grup d'iguals: *"I arran d'aquí hi va haver moltes noies que van començar a imitar-la (SE1)"* explica quan exemplifica que una noia amb TCA va servir com a model dins de tot el seu grup d'iguals. Evidenciant doncs, que la imitació en moltes ocasions no va lligada a un criteri crític capaç de discernir l'adequat de l'inadequat: *"Ells fan un seguiment d'aquests estereotips que moltes vegades no són els més adequats (SE2)"* (Taula 23).

En referència als continguts que més exposen als i les joves a la imitació, les entrevistes mostren influència al voltant del contingut de nutrició el qual havia extret un 35,87% a les enquestes: *"Però no cal arribar a aquests trastorns per poder veure que hi ha mala relació amb el menjar. Dietes de batuts, operacions biquinis amb dietes horribles o dejú intermitent, són algunes pràctiques que es veuen dia a dia i que són preocupants perquè són joves (SE2)"*.

Fent palès la importància de la imatge davant del grup d'iguals per l'aprovació dels iguals. Per tant, des de les entrevistes es dona resposta al segon objectiu específic corroborant la influència de les xarxes en la modificació de conductes dels i les joves: *"Els adolescents estan en una època en el que s'emmirallen molt per poder definir qui són i la seva personalitat. I tot i que aquesta influència ben gestionada no té perquè ser negativa, la influència hi és. Igual que les modes. I les xarxes faciliten aquesta influència perquè són molt accessibles (SE3)"* (Taula 24).

9.3. Resultats relatius a l'objectiu específic 3

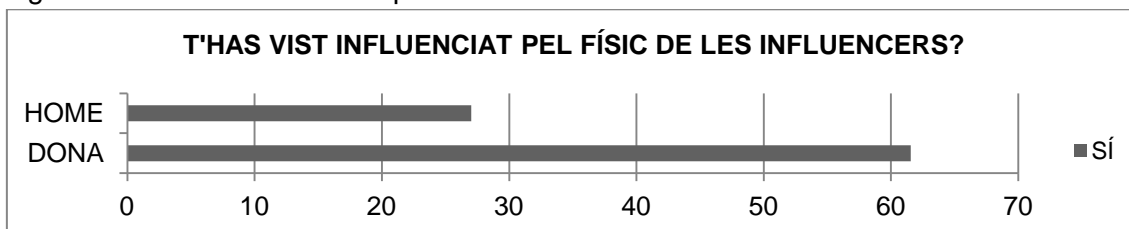
El tercer objectiu específic que aquesta investigació es marca és correlacionar els diferents ideals de bellesa publicitats a les xarxes socials amb l'impacte emocional que generen aquests en els i les adolescents.

9.3.1. Resultats obtinguts a través de l'enquesta als i les joves

Els resultats han estat investigats a través de: la existència d'un cànon de bellesa imposat a les xarxes socials i la influència d'aquest sobre els i les joves; i els sentiments generats per l'ús de les xarxes socials en els i les joves segons els diferents continguts que es consumeixen.

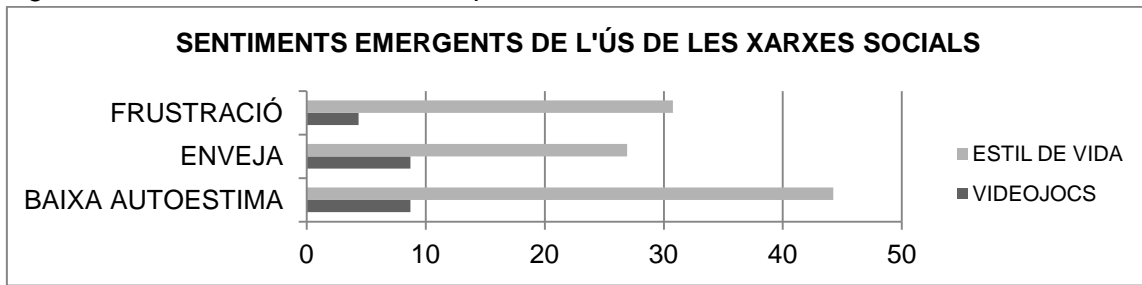
Primer, a la pregunta: "Creus que existeix un cànon de bellesa instaurat a les xarxes socials?" els resultats mostren que el pensament grupal és que el 69.56% dels enquestats diuen que sí (Taula 14). Establint una influència molt significativa en les joves de gènere femení doncs el 64.130% pensa que són elles qui reben la major part dels estereotips dins d'aquest cànon, seguit del 33.696% que considera que ambdós gèneres reben influències (Taula 15). Tot i així, els resultats obtinguts a la pregunta: "Et veus o t'has vist influenciat per l'aspecte físic normatiu de les influencers?" evidencien una clara predisposició de les joves a sentir influència per part dels continguts que apareixen a les xarxes socials Doncs el 61,538% de les noies enquestades diuen que sí, vers el 27,027% dels nois. (Taula 16).

Figura 6: T'has vist influenciat pel físic dels i les influencers?



Segon, afirmant la influència de les xarxes socials, es pregunta per quins són els sentiments que sorgeixen en els enquestats quan fan un ús continuat d'aquestes. Els resultats mostren que els sentiments més repetits són la baixa autoestima (33,696%), l'enveja (22,826%), la frustració (21,739%) i l'angoixa (15,217%). Seguit del remordiment (6,522%), la força (3,261%), la felicitat (2,174%) i la valentia (2,174%) (Taula 17). Fent palès que la gran majoria d'aquests sentiments són sentiments negatius i que no afavoreixen a la millora del benestar personal i l'autoestima, sinó pel contrari afavoreixen la comparació i el menyspreu a aquelles persones que no segueixen els cànon. Però, concretant més en la recerca que estableix l'objectiu específic 3, es relacionen les variables de contingut i amb els tres sentiments més escollits en l'anterior pregunta. (Taula 18)

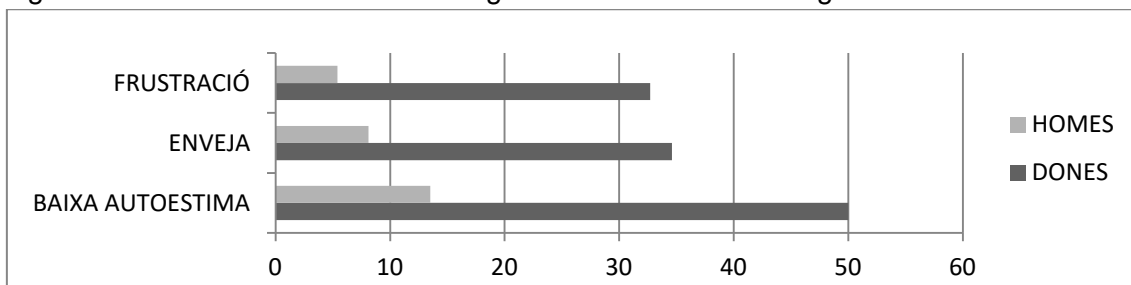
Figura 7: Quins sentiments tens després de l'ús de les xarxes socials ?



Els resultats mostren que els enquestats que consumeixen continguts relacionats amb videojocs afirmen en un 8,69% que senten baixa autoestima, en un 8,69% enveja i 4,34% frustració. Essent resultats molt més inferiors a la mitja dels altres continguts on, per exemple els que estan relacionats amb l'estil de vida, mostren un 44,23% de baixa autoestima, un 26,92% d'enveja i un 30,76% de frustració. Per tant, concloent que els continguts relacionats amb la imatge són molt més influents.

Tercer, es relacionen les variables sentiments i gènere, per donar concordança als resultats i veure si aquesta influència vers al gènere femení es confirmava. (Taula 19)

Figura 8: Correlació entre la variable gènere i sentiments emergents



I efectivament, els resultats mostren que les dones segueixen essent la població de risc per excel·lència, mostrant-se molt més vulnerables davant de les xarxes clarificant resultats molt més superiors als homes. La baixa autoestima s'afirma en un 50% per les dones i un 13,51% pels homes; la enveja amb un 34,61% per les dones i un 8,10% pels homes; i la frustració en un 32,69% per les dones i un 5,40% pels homes.

Per últim, per tal d'acabar evidenciant l'impacte emocional que hi ha per part de les xarxes socials als i les joves i la relació que hi ha entre el contingut consumit i els sentiments emergents d'aquest, es pregunta sobre el moviment bodypositive. Es pregunta per, en cas de consumir-ho, quins són els sentiments que aquest els i les genera. Els resultats mostren una influència més positiva en els i les joves doncs un 82,60% dels enquestats senten més acceptació amb el propi cos, un 65,21% diu ajudar-los a superar complexes i tenir més confiança; i un 56,52% afirma una millora del propi benestar (Taula 20). Reiterant la relació entre els sentiments emergents i el contingut consumit i evidenciant que les xarxes socials, lligades a un bon ús de les mateixes, podent també ser un motor de canvi i d'influència positiva.

9.3.2. Resultats obtinguts a través de l'entrevista a les psicopedagogues

En relació a la implicació emocional que comporta l'ús de les xarxes socials per part dels i les joves, les entrevistades tenen opinions dispars. Per una banda s'evidencia que les xarxes socials afecten en l'estat emocional dels i les més joves: *"Jo crec que sí. Els adolescents estan en búsqueda de trobar el seu forat al món i els hi afecta molt (SE2)"*. I per l'altra banda, quan es concreta en la influència dels continguts relacionats amb la imatge hi ha qui opina que aquest tipus de contingut no tenen més rellevància que altres sobre els i les joves: *"La veritat que no crec que tingui una influència més gran que altres tipus de contingut(SE1)"*. Però, pel contrari: *"Jo crec que els crea angonya perquè no són com aquestes persones que segueixen (SE2)"* i *"Jo crec que estan fent molt de mal. No hi ha representació de la realitat a les xarxes i per tant no es veuen reflectides en aquestes i es frustren (SE2)"* (Taula 25). Opinió que s'ajusten més als resultats obtinguts a les enquestes.

La importància del que apareix a les entrevistes i que dona un altre punt de vista als resultats de les enquestes són els condicionants que marquen les professionals a l'hora de poder patir o no patir la influència de les xarxes socials. Condicionants que actuen com factors de risc i factors de protecció cap als i les joves en referència al desenvolupament d'un TCA. Primer, condicionants personals (Taula 26), com el caràcter d'una persona. La capacitat crítica que l'ajudarà a poder discernir el contingut adequat del que no ho és i relativitzar correctament tot el que veu a les xarxes socials: *"Però el problema està quan hi ha gent que publica contingut inadequat i els adolescents ho consumeixen sense saber que no ho és (SE1)"*. Els i les adolescents que posseeixen una bona capacitat crítica estan molt menys exposats a la realitat que es mostra a les xarxes socials, doncs entenen que aquestes no tenen la veracitat al cent per cent. I per altra banda, comenten que la falta d'autoestima, així com altres trastorns emocionals, repercutirà en una sobreexposició al contingut de les xarxes socials: *"Considero que hi ha una predisposició prèvia a l'afectació, sobretot en relació a la falta de suport del context o la falta d'autoestima (SE3)"* i *"Crec que de base també ha d'haver trastorns emocionals que afavoreixin que l'adolescent pugui reproduir aquests trastorns (SE3)"*.

Segon, especifiquen la importància del suport del context (família, amics, escola, etc.), considerant-lo un factor de protecció clau en l'establiment de límits, en l'acompanyament i en la construcció d'una bona capacitat crítica que els permeti fer un bon ús de les xarxes socials (Taula 27). *"O amb més i menys recolzament familiar o d'amics que puguin donar un altre cop de vista i que els ajuda a poder discernir el que està bé i el que no, el que és real del que no (SE2)"* i *"Si no es fa un bon acompanyament en relació a l'establiment de límits poden ser catastròfiques (SE3)"*.

I per últim, els condicionants externs dels quals ja hem vist la influència en els apartats anteriors (Taula 28). *"Les xarxes no ajuden a fomentar una bona base que recolzi l'autoestima i l'autoconcepte (SE1)"*. Tot i que també hi ha entrevistades que volen posar èmfasi en que la influència de les xarxes ben treballada també podria ser un motor de canvi: *"Jo estic d'acord en que hi hagi molta difusió d'hàbits saludables i informació al respecte que promogui cuidar-se, no per estar prim sinó per estar sa (SE1)"*.

10. DISCUSSIÓ

A l'inici d'aquesta investigació es plantejaven tres hipòtesis que donarien resultat als tres objectius específics establerts. La primera hipòtesi era que els i les adolescents feien ús de les xarxes socials amb la finalitat d'acceptació grupal, autoaprovació i perpetuació de la imatge corporal publicitada per una bona percepció del grup social. L'estudi d'aquesta hipòtesi s'establí a través de l'anàlisi de tres variables: el temps d'ús dels i les adolescents, la xarxa social que feien servir i la finalitat d'aquesta. Per una banda, s'ha arribat a la conclusió que tal i com especificava Soler (2021) i Pasca (2021) l'ús que tenen els i les joves de les xarxes socials és *"excessiu i sense control (SE2)"* establint-se en una mitja de 3 i 4 hores diàries amb una freqüència de resposta d'un 45.65%. Per altre banda, la xarxa social més utilitzada és Instagram coincidint també amb l'estudi que va realitzar Pasca (2021) que comenta que el 91% dels enquestats del seu estudi feia ús sobretot d'aquesta xarxa. I per últim, l'anàlisi de les dades ha conclòs que els i les adolescents fan ús de les xarxes socials amb la finalitat de trobar consells de moda, dietes i vida saludable (66,30%), tafanejar la vida dels altres (54,34%) i buscar informació (27,17%). D'aquesta manera podem afirmar que la finalitat dels i les joves és sobretot buscar inspiració i models d'imitació, és a dir, trobar consells i informació que els pugui proporcionar idees per canviar quelcom de la seva vida diària i així assimilar-la més a la que es publicita a les xarxes i buscar l'aprovació dels iguals. De la mateixa manera que ho ratifiquen les entrevistes quan afirmen que: *"La finalitat absoluta és la comunicació entre els seus iguals, l'aprovació d'aquests i buscar la seva identitat a través de la imitació de models (SE3)"*.

Per tant, podem concloure que la primera hipòtesi que la investigació es va plantejar a l'inici s'ha confirmat, doncs efectivament els i les joves fan ús de les xarxes socials buscant l'autoaprovació i la perpetuació de la imatge corporal per la bona percepció del grup social tal i com especificava Brecha (2020) quan mostrava aquestes finalitats com a factors de risc en si mateixes.

La segona hipòtesi va ser evidenciar que després d'un ús continuat de les xarxes socials els i les joves modifiquen algunes de les seves conductes. L'estudi d'aquesta hipòtesi s'establí a través de l'anàlisi de tres variables: conèixer en quin grau els i les joves segueixen comptes d'influencers i quin és el contingut que aquests/es publiciten, estudiar la influència que tenen aquestes en la modificació de conductes dels i les joves i per últim, saber si es pot establir una relació entre el temps d'ús de les xarxes socials i el canvi de comportament dels i les joves. Per una banda, les enquestes afirmen que el 91,30% dels i les joves segueixen comptes d'influencers sobretot relacionades amb contingut d'estil de vida (56,52%), exercici (56,52%), moda (55,43%) i nutrició (35,87%). Les quals actuen com a motor de publicitat de models de bellesa basats en la primesa, la comparació entre iguals, la cultura de dieta i la preocupació pel pes, ja que, essent o no professionals, aquestes influencers es dediquen a ser referents de vida perfecta, consells de bellesa i moda, dietes, etc. (Soler, 2021). A més, els motius que els i les joves tenen per seguir aquests comptes són sobretot recrear estils de vida (48,91%) i per trobar informació (41,30%).

És a dir, motius que perpetuen la vulnerabilitat dels i les adolescents a les xarxes socials quan son aconsellats i influenciats per les influencers (Lozano-Muñoz, Borralló-Riego, & Guerra-Martín, 2022), sense tenir la capacitat crítica suficient com per no donar total veracitat a tot el contingut només perquè es promocionat per aquestes persones.

Per altra banda, inevitablement aquesta influència desemboca en la perpetuació d'accions, a la imitació de models. El 76% dels enquestats afirma que si que ha portat a la pràctica quelcom que ha vist a les xarxes socials tractant-se sobretot de contingut relacionat amb exercici (44,56%), bromes (38,04%), consells de moda (36,95%), compres (31,52%), vida saludable (30,43%) i alimentació (28,36%). I és que tal i com especifica la bibliografia, els i les adolescents tendeixen a voler seguir els cànons de bellesa, és a dir, les especificitats que socialment es consideren boniques i atractives (Soler, 2021). El problema radica quan els i les adolescents volen assemblar-se portant al extrem el missatge i els consell erronis que donen (Soler, 2021), sense capacitat crítica que els ajudi a discernir el que és correcte del que no ho és. Sobretot dins del gènere femení, doncs el 48% de les enquestades afirma que els hi agradaria ser igual que les persones que segueixen per les xarxes socials, en comparació al gènere masculí que ho escull en un 29,7%, reforçant la idea que les adolescents noies són les que més reben aquesta pressió per part de les xarxes socials dins dels continguts relacionats amb la imatge. Tanmateix, és per aquesta raó que l'adolescència presenta un major risc de desenvolupar un TCA, etapa en la que l'autoestima, la personalitat i el rol social estan en ple desenvolupament i per tant, és més vulnerable davant d'un entorn social en el que la pressió per la imatge és excessivament elevada (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). Coincidint amb el que diuen les entrevistes: *“Els adolescents estan en una època en el que s'emmirallen molt per poder definir qui són i la seva personalitat. I tot i que aquesta influència ben gestionada no té perquè ser negativa, la influència hi és. Igual que les modes. I les xarxes faciliten aquesta influència perquè són molt accessibles (SE3)”*.

I per últim, l'anàlisi de les dades ha mostrat que els i les adolescents que fan més ús continuat de les xarxes socials tenen més predisposició a seguir influencers i per tant a imitar i perpetuar accions que en elles vegin. Els resultats de les enquestes mostren que les persones que fan un ús inferior a 1 hora diària només han confirmat aquesta reproducció d'actes en un 66,66%, en canvi les persones que fan un ús d'entre 1 i 2 hores han contestat que sí un 77,77%, les de 3 a 4 hores diàries en un 78,57% i les de més de 4 hores diàries un 73%. Coincidint amb el que diu la bibliografia que com més elevat sigui l'ús de les xarxes socials més risc té la persona de desenvolupar un TCA doncs major exposició a contingut irreal que pot modificar la percepció d'un mateix i de la realitat social que l'envolta, i per tant les seves conductes (Ojeda-Martín, López-Morales, Jauregui-Lobera, & Herrero-Martín, 2021). D'aquesta manera podem confirmar la segona hipòtesi que es va plantejar evidenciant que efectivament després d'un ús continuat de les xarxes socials els i les joves modifiquen algunes de les seves conductes amb la finalitat d'imitar el que es publicita sota l'etiqueta de perfecte.

La tercera hipòtesi és l'establiment d'una relació causa-efecte entre el consum de determinats continguts a les xarxes socials amb l'impacte emocional en els i les adolescents. Aquesta s'establia a partir de l'anàlisi de: la influència emocional de les xarxes socials en els i les adolescents, els sentiments que se'n derivaven i el contingut

que més ho propiciava. Per una banda, la influència emocional de les xarxes socials recau sobretot en l'establiment d'un cànon de bellesa irreal instaurat en les mateixes, del qual el 69,56% dels enquestats n'és conscient, coincidint amb l'estudi de Soler (2021). A més, el 64,13% dels enquestats afirma que és un cànon sobretot dirigit a les noies, seguit del 33,69% que considera que és quelcom d'ambdós gèneres.

Cal tenir en compte que la bibliografia internacional ens afirma que cada deu casos de TCA, nou són de dones i un és un home, de manera que podem dir que els TCA afecten principalment als adolescents i amb més incisió a les dones joves d'entre 12 i 21 anys (López & Treasure, 2011). Quan es pregunta de manera personal als i les joves si es senten influïts emocionalment pels físics que les xarxes socials mostren, el 61,53% de les noies diu que sí, vers el 27,02% dels nois. Coincidint amb els resultats de l'estudi de Pasca (2021) on s'especificava que els i les adolescents es senten influenciats per l'aspecte físic de les i els celebritats.

Per altra banda, els sentiments que emergeixen després de l'ús continuat de les xarxes socials són la baixa autoestima (33,69%), l'enveja (22,82%), la frustració (21,73%) i l'angoixa (15,21%). Seguit del remordiment (6,52%), la força (3,26%), la felicitat (2,17%) i la valentia (2,17%). Coincidint amb les entrevistes: *"Jo crec que els crea angoixa perquè no són com aquestes persones que segueixen. Jo crec que els crea frustració per no ser tan prima, o tan famós, o tan guapo, com aquella persona que segueixen (SE2)"*. Concloent doncs, tal i com comenta Pasca (2021), que arran de l'ús desproporcionat que fan els i les joves de les xarxes socials, aquest cànon de bellesa els arriba de manera més directa ocasionant un descontent amb el propi cos i provocant un sentiment de culpa amb si mateixos per no poder arribar a tenir o a ser el que veuen publicitat.

Per últim s'ha de tenir en compte que els continguts relacionats amb la imatge tenen molta més influència que els altres. Els resultats mostren que de totes les persones que segueixen contingut de videojocs només el 8,69% afirmen sentir baixa autoestima, el 8,69% enveja i el 4,34% frustració. En comparació a les persones que segueixen contingut relacionat amb estil de vida que mostren un 44,23% de baixa autoestima, un 26,92% d'enveja i un 30,76% de frustració. Resultats molts diferents i que evidencien la major incidència d'aquest tipus de continguts.

Actualment les xarxes socials són un altaveu d'un patró estètic molt definit i basat en una dona prima, lligant la primesa a l'èxit i la bellesa, i és per aquesta raó que les xarxes estan inundades de contingut relacionat amb esport, bellesa, cossos saludables i perfectes, etc. (Soler, 2021). I tot i que la SE1, en la entrevista comenta que: *La veritat que no crec que tingui una influència més gran que altres tipus de contingut. L'alimentació, en aquestes edats no crec que sigui res important. I el fitness tampoc (SE1)"*, l'evidència mostra que les xarxes socials, a través de la promoció d'aquest cànon, permeten la comparació entre iguals incrementant així la preocupació pel pes i la vulnerabilitat de patir un TCA (Lozano-Muñoz, Borrillo-Riego, & Guerra-Martín, 2022). I per tant, els i les usuaris/es de les xarxes socials, en aquest cas els i les adolescents, estan exposats de manera diària a riscos com la visualització d'imatges ideals que poden desenvolupar en una relació negativa amb l'alimentació i la salut (Brecha, 2020).

Per tant, es pot confirmar també la tercera hipòtesi, corroborant la relació causa-efecte entre el consum de determinats continguts a les xarxes socials amb l'impacte emocional en els i les adolescents. Essent el que està relacionat amb la imatge que es projecta a l'exterior molt més influent que la resta.

Per acabar, es pot concloure, tal i com pretenia analitzar l'objectiu general d'aquesta investigació, que efectivament les xarxes socials en si mateixes poden ésser un factor de risc pels i les joves doncs conflueixen tres factors molt importants com són: l'ús descontrolat sense capacitat crítica que fan els i les adolescents de les xarxes socials, la imitació de models com a base primordial del desenvolupament de la personalitat en l'adolescència i la influència emocional que propicien continguts relacionats amb la imatge promocionats a les xarxes socials sense cap control.

Tot i així, és important tenir en compte els condicionants personals, familiars i socials com a protectors o facilitadors d'aquesta influència negativa de les xarxes cap als i les adolescents. S'ha de ser conscient que les xarxes socials requereixen d'un bon ús de les mateixes, una bona autoestima i una mirada crítica (Lozano-Muñoz, Borralló-Riego, & Guerra-Martín, 2022). Però també poden confluïr altres elements que facilitin o protegeixin als i les adolescents de patir TCA.

Per una banda els condicionants personals doncs *“la baixa autoestima i el caràcter perfeccionista ajuda a perpetuar el trastorn alimentari.”* (Rodríguez, 2018 citat a Soler, 2021 p. 7). Coincidint amb el que les entrevistades comentaven: *“Si que és cert que després també depèn de les característiques de cadascú. Hi ha adolescents amb més i menys criteri crític (SE2)”* i *“Crec que de base també ha d'haver trastorns emocionals que afavoreixin que l'adolescent pugui reproduir aquests TCA (SE3)”*. D'aquesta manera, pel que fa a les futures línies de la pràctica educativa, s'evidencia la importància de treballar de manera preventiva amb els i les adolescents sobre l'autoestima i l'autocura, a més d'entendre que són les xarxes socials i la importància de que un bon ús de les mateixes passa pel requeriment d'una bona capacitat crítica que ajudi a la reflexió del contingut al que estan exposats.

És per aquesta raó que a Espanya la llei relativa a l'educació per la salut, impulsa els segells de vida saludable a aquells centres docents que entre d'altres finalitats, tenen especial atenció als TCA amb la promoció de l'educació en salut (Taula 29). Educació que potenciï l'educació física i l'esport, a més de promoure una adequada utilització de l'oci com són les xarxes socials (Cremades García, 2018). Actuacions també esmentades per les professionals: *“es promouen hàbits de vida saludable i hi ha diferents xerrades i accions des de tutoria que ho treballen. Hàbits lligat també al benestar emocional amb un mateix i amb els altres”* (SE1) i *“Sí, a les tutories. Hi ha activitats en els que es treballen els TCA però no com a trastorn sinó com tots els conceptes que deriven d'aquests. Dieta saludable, l'autocura, l'autoestima, etc.”* (SE2). Coincidint amb el que proposa l'Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia quan proposa la promoció d'estratègies i habilitats relacionades amb l'autoestima saludable, les habilitats socials, una imatge corporal positiva, sentit crític vers la pressió social, foment d'un estil de vida saludable, etc.

Per altra banda, els condicionants familiars doncs la vivència en un ambient familiar desestructurat on no existeix una estructura estable i segura (Associació contra

l'Anorèxia i la Bulímia), poden ésser factors de risc. Ja que no existeix un acompanyament ni reforç parental que els ajudi a establir límits clars i segurs amb ells i elles mateixos. Tal i com especifica a les entrevistes quan comenten: *“La importància del recolzament familiar o d'amics que puguin donar un altre cop de vista i que els ajuda a poder discernir el que està bé i el que no, el que és real del que no (SE2)”*.

D'aquesta manera és important que els grups que envolten el dia a dia dels i les adolescents siguin espais segurs i de protecció on puguin trobar el recolzament i l'aprovació necessària com per a que puguin desenvolupar aquestes habilitats que la bibliografia estableix com a necessària i protectora. Un exemple podria ser l'escola, desenvolupant-se pels infants i les famílies com un espai protector en el que es poden buscar espais per treballar l'autoestima i l'estil de vida saludable, proposar activitats que desenvolupin el pensament crític vers les xarxes socials i promocionar el respecte entre companys a més de donar-los eines per fer front a les crítiques (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). Essent aquest un punt clau a tenir en compte en la pràctica educativa doncs seria important emfatitzar aquesta promoció de la salut de forma comunitària.

I per últim, els condicionants socials, que imposen una pressió en relació al model de bellesa imperant, a la imatge i la perfecció, al sistema de talles actual, a possibles burles i crítiques relacionades amb el físic o inclús practicar determinats esports o professions que fan un mal ús de la imatge o del pes dels i les esportistes, etc. (Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia). Evidentment *“Les xarxes no ajuden a fomentar una bona base que recolzi l'autoestima i l'autoconcepte (SE1)”* i un canvi en el contingut de la mateixa promocionaria uns valors molt diferents als abans esmentats. Tal i com evidencia Pasca (2021) quan afirma que les imatges i les representacions del bodypositive a les xarxes socials, estan emergint un efecte positiu sobre l'estat d'ànim de les persones que ho consumeixen. Coincidint amb els resultats d'aquesta investigació que evidencien un augment d'acceptació del propi cos, una millora en la superació de complexos, més confiança i una millora del propi benestar emocional després del consum d'aquest contingut. Concloent doncs en que la influència de les xarxes socials treballada i ben gestionada pot ser un motor de canvi si es fa un bon ús de les mateixes, i que per tant, tot i que aquests condicionants són presents els i les adolescents han de ser conscients dels riscos i beneficis que aporta el consum d'un determinat contingut.

Del contrari, seguim estant davant d'una societat, també la de Torredembarra, en la que les xarxes socials són promotores dels trastorns de la conducta alimentària a través dels seus continguts publicitat. Corroborant amb les entrevistes que la incidència d'aquest trastorn, també a Torredembarra, és alta: *“Crec que la incidència és alta” (SE2)* i *“Considero que la incidència és alta. Potser podríem dir entre un 3 i 5 per cent dels joves entre els dos instituts de la zona essent un total de 500 alumnes al IES Torredembarra i 700 al Ramon de la Torre” (SE3) (Taula 30)*. Coincidint amb les dades que es presentaven a l'inici de la investigació sobre els últims estudis realitzats a Espanya els quals mostren un creixement dels TCA entre els i les més joves, doncs entre el 4,1 i el 4,5% de la població d'entre 12 i 21 anys els pateixen (Lozano-Muñoz, Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, 2022).

11. CONCLUSIONS

Les conclusions que es poden extreure d'aquesta investigació són:

Per una banda, d'acord al primer objectiu específic que pretenia definir quin són els usos que fan els i les adolescents de les xarxes socials en relació a la seva imatge, es pot concloure en que la finalitat més abundant entre els i les adolescents de Torredembarra és trobar consells de moda, dietes i vida saludable. És a dir, es fa palès la importància que pren la imatge corporal en aquesta franja d'edat evidenciant l'ús de les xarxes socials com a perpetuadores de la mateixa, amb la finalitat d'autoaprovació del grupal social tal i com especificava Brecha (2020) en el seu estudi quan titllava aquest fet com un catapultador de les xarxes socials a ésser un factor de risc en si mateixes.

Per altra banda, d'acord al segon objectiu específic que pretenia esbrinar si existeixen canvis en el comportament dels i les adolescents després de l'ús continuat de les xarxes socials, podem concloure en que efectivament la imitació de conductes mostrades a les xarxes socials i l'assumpció dels continguts d'aquestes com a models de referència per part dels i les adolescents de Torredembarra és una realitat. Però s'ha de tenir en compte que el problema no rau en la imitació en si mateixa, doncs és una metodologia d'autoconeixement que s'usa en l'adolescència, si no sobretot en la capacitat crítica mostrada pels joves davant d'aquests imitacions, és a dir, la capacitat de reflexió que ajudi a discernir el contingut adequat del que no ho és i que permeti la relativització del mateix. Tal i com especifica Soler (2021) quan comenta que el problema radica en els i les joves, quan volen assemblar-se portant al extrem el missatge i els consells erronis que es donen a les xarxes socials (Soler, 2021).

També, d'acord al tercer objectiu específic que buscava correlacionar els diferents ideals de bellesa publicitats a les xarxes socials amb l'impacte emocional que generen, es pot concloure en que els i les adolescents de Torredembarra si es senten influenciats emocionalment per les xarxes socials i sobretot amb els continguts que promocionen la imatge, com per exemple l'estil de vida, la nutrició i/o l'exercici. Mostrant la perpetuació de sentiments com la baixa autoestima, la frustració o l'enveja en una freqüència molt més alta que altres continguts com els videojocs. D'aquesta manera es conclou que efectivament els i les adolescents estan exposats de manera diària a riscos com la visualització d'imatges ideals que poden desenvolupar en una relació negativa amb l'alimentació i la salut (Brecha, 2020). Doncs la promoció dels cànons de bellesa basats en la primera, permeten la comparació entre iguals incrementant així la preocupació pel pes i la vulnerabilitat de patir un TCA (Lozano-Muñoz, Borrallo-Riego, & Guerra-Martín, 2022).

Per últim, evidenciant els resultats obtinguts en els objectius específics anteriors i en referència a l'objectiu principal d'aquesta investigació que era analitzar si les xarxes socials són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentària en els i les adolescents del municipi de Torredembarra, es pot concloure en que dins d'aquest municipi, i d'igual manera que la bibliografia ens presenta la realitat social, les xarxes socials si són un factor de risc pels adolescents de Torredembarra davant de la promoció dels TCA.

12. LIMITACIONS I PROPOSTES DE MILLORA

Després de realitzar aquesta investigació i extreure les conclusions anteriorment esmentades es vol posar sobre la taula les limitacions de la mateixa.

Primer, la dificultat per generalitzar els resultats concloents de la investigació per la mida reduïda de la mostra, arran de les complicacions per accedir al perfil de participants amb el que es volia treballar dins dels centres educatius. La mostra pretenia ésser molt més extensa però pel contrari només ha estat d'uns i unes 90 participants aproximadament, número limitat per la generalització de resultats dins d'una població més extensa com és Torredembarra. A més, tampoc s'ha pogut garantir al cent per cent que tots els i les participants de la investigació són pertanyents del municipi de Torredembarra tenint en compte el procés de recollida de dades utilitzat, aspecte que tampoc facilita l'estudi i valoració de la realitat del municipi. D'aquesta manera com a proposta de millora per futurs estudis es proposa la possibilitat d'establir un acord amb els centres educatius amb suficient perspectiva com per a que accedeixin a participar-hi, o pel contrari, poder contactar amb totes les organitzacions no formals existents al municipi i realitzar una recollida de dades conjunta amb elles, sempre incloent una pregunta específica dins de l'enquesta que especifiqui si l'alumne és o no de Torredembarra i així contextualitzar al cent per cent els resultats.

Segon, la mostra només s'ha centrat en dos dels tres actors dins del procés educatiu i per tant no s'ha comptat amb perspectives complementàries com poden ser les dels i les professors/es. Tanmateix, s'és conscient de que la visió dels i les docents dels instituts hauria estat una vessant d'informació molt valuosa doncs són els i les que comparteixen més temps i espai amb els i les joves, i per tant tenen més contacte amb ells/es i coneixent la seva realitat més properament. Aquest podrien ratificar o no les afirmacions que les psicopedagogues han compartit en les seves entrevistes sobre la influència que les xarxes socials tenen sobre els i les adolescents en qüestió d'actituds i sentiments, aportant més informació al respecte. D'aquesta manera com a proposta de millora es suggereix poder ampliar la mostra i incloure als i les docents de les escoles de Torredembarra en aquesta.

I tercer, hi ha una manca d'aprofundiment en certes qüestions com són els condicionants personals, familiars i socials que la bibliografia proposava com a factors influents en la realitat dels i les joves. És important tenir-los en compte doncs molts resultats obtinguts, com la influència emocional, poden estar condicionats per les realitats personals de cadascun dels i les joves que han participat i per tant la relació d'influència de les xarxes socials podria veure's modificada per altres factors. D'aquesta manera s'inclou com a proposta de millora afegir qüestions relacionades amb aquests factors dins de les enquestes, per tal de poder veure després la correlació d'aquestes realitats amb els resultats obtinguts, aportant així més realitat a les conclusions.

13. PROSPECTIVA DE FUTUR

Després de la realització d'aquesta investigació i tenint present les limitacions i millores proposades en l'anterior apartat, es presenten les possibles perspectives de futur les quals tenen com a objectiu augmentar l'abast de l'estudi extraient conclusions generalitzables que puguin oferir a la comunitat educativa evidències que promoguin actuacions de prevenció.

Primer, tenint en compte que els resultats obtinguts dins del municipi de Torredembarra van en consonància als resultats que presenten les diferents investigacions realitzades pels autors consultats, es proposa augmentar la mostra de la investigació a la província de Tarragona o inclús a la comunitat autònoma de Catalunya, essent una investigació prou clarificadora com per poder donar respostes de prevenció i intervenció educatives eficaces a aquesta problemàtica social tant preocupant.

Segon, es considera que la concepció dels i les joves és important però no l'única a l'hora d'avaluar l'estat d'una qüestió, doncs les experiències dels i les professionals aporten informació prou rellevant també. D'aquesta manera, com a perspectiva de futur es suggereix poder incloure a tots els professionals que conformen la comunitat educativa, és a dir: professors/es, directors/es, coordinadors/es, mestres especialistes, psicopedagogs/es, etc. Aportant així una visió global del que està passant amb els i les adolescents i les xarxes socials dins de l'etapa de l'adolescència.

I tercer, partint de l'evident influència que tenen els condicionants personals, socials i familiars mostrada per la bibliografia, es proposa analitzar-los i correlacionar-los amb els resultats obtinguts i per tant aportar més fiabilitat i validesa als resultats. Alguns dels més importants poden ser: la capacitat crítica, el recolzament familiar i l'escola com a espai protector.

14. BIBLIOGRAFIA

Álvarez, P. (2018). Cartilla ética e investigación. *boletín Virtual* , 7 (2).

Arrarás, S. A. (2022). *Las redes sociales como factor relevante en la aparición de trastornos de conducta alimentaria en adolescentes*. Universidad de Navarra.

Associació contra l'Anorèxia i la Bulímia . (s.f.). Obtenido de Què són els TCA?: <https://www.acab.org/els-trastorns-de-la-conducta-alimentaria/que-son-els-tca/>

Association's, A. P. (2014). Trastornos alimentarios y de la ingestión de alimentos. Guía de consulta de los criterios diagnósticos del DSM-5.

Brecha, E. (2020). *Efectes psicològics d'Instagram en pacients amb Trastorn de la Conducta Alimentària*. Universitat de Girona .

Catalunya, E. d. (2017). DECRET 150/2017, de 17 d'octubre, de l'atenció educativa a l'alumnat en el marc d'un sistema educatiu inclusiu.

Commission, E. (s.f.). *European Education Area*. Recuperado el 2023, de <https://education.ec.europa.eu/>

Cremades García, P. (2018). Tratamiento jurídico de una enfermedad social. Los trastornos de la conducta alimentaria (TCA). *Actualidad Jurídica Iberoamericana* (9), 44-85.

Fócil, N. U., & Rodríguez Ocaña, M. A. (2022). El uso del bodypositive en las campañas de moda y su influencia en la autoestima de las mujeres . *Ciencia Latina Revista Multidisciplinar* , 6 (6), 4218-4236.

Herrera García, R. (2022). Bodypositive y la visualización de los cuerpos no normativos en instagram. Universidad de Sevilla.

IDESCAT. (2022). Obtenido de <https://www.idescat.cat/emex/?id=431536&lang=en>

IDESCAT. (2022). Obtenido de <https://www.idescat.cat/emex/?id=431536&lang=en>

Latzer, Y. S.-L., & & Katz, R. (2015). Disordered eating and media exposure among adolescent girls: the role of parental involvement and sense of empowerment. *International Journal of Adolescence and Youth* , 20 (3), 375-391.

LOMLOE. (2020). Ley Orgánica 3/2020, de 29 de diciembre, por la que se modifica la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación.

López, C., & Treasure, J. (2011). Trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes: descripción y manejo. *Revista Médica Clínica Las Condes* , 22(1), 85-97.

Lozano-Muñoz, N., Borrallo-Riego, A., & Guerra-Martín, M. (2022). Influencia de las redes sociales sobre la anorexia y la bulimia en las adoelscentes: una revisión sistemática. *ANALES del sistema sanitario de Navarra* , 45, 1-10.

Navarrete Villanueva, D., Castel Feced, S., Romanos Calvo, B., & Bruna Barranco, I. (2017). Influencia negativa de las redes sociales en la salud de adolescentes y adultos jóvenes: una revisión bibliográfica. *Psicología y Salud* , 27 (2), 255-267.

Ojeda-Martín, Á., López-Morales, M. d., Jauregui-Lobera, I., & Herrero-Martin, G. (2021). Uso de redes sociales y riesgo de padecer TCA en jóvenes. *Journal of negative & no positive results* , 6 (10), 1289-1307.

Opazo, H. (2011). Ética en investigación: Des de los códigos de conducta hacia la formación del sentido ético. *Revista Iberoamericana sobre calidad, eficacia y cambio en educación* , 9 (2).

Osorio González, R., & Castro Ricalde, D. (2021). Aproximaciones a una metodología mixta. *NovaRUA* , 13 (22), 65-84.

Pasca, A. G. (2021). *La percepción del "Body Positive" en las redes sociales y su impacto entre los jóvenes* . Universitat Jaume I.

Pla de prevenció de trastorns de la conducta alimentària. (2022). Obtenido de https://www.acab.org/wp-content/uploads/2021/11/Pla-Prevencio-TCA_2022-1.pdf

Rodríguez-Gómez, D. (2018). *El projecte d'investigació*. UOC.

Sabariego, M. (2009). La investigación educativa: gènesis, e volució y características. *Metodología de la investigación educativa* , 51-87.

Soler, B. (2021). *La influencia de las redes sociales en los trastornos de la conducta alimentaria en adolescentes*. . Universitat Rovira i Virgili .

Tójar, J. C., & Serrano, J. (2000). Ética e investigación educativa. *Revista Electrónica de Investigación y Evaluación Educativa* , 6 (2).

15. ANNEXOS

Annex 1: Model consentiment informat

DECLARACIÓ DE CONSENTIMENT INFORMAT

TREBALL FINAL DE MÀSTER DE PSICOPEDAGOGIA UNIVERSITARI EN LES XARXES SOCIALS COM A FACTOR DE RISC PEL DESENVOLUPAMENT DE TRASTORNS DE LA CONDUCTA ALIMENTARIA (TCA) ENTRE ELS I LES ADOLESCENTS DEL MUNICIPI DE TORREDEMBARRA

Aquest document vol informar-vos sobre un treball (d'ara en endavant en direm "Estudi") al que us convidem a participar. Aquest Estudi el duu a terme un/a estudiant en el marc de l'assignatura TREBALL FINAL DE MÀSTER i ha sigut aprovat pel professorat responsable de l'assignatura. La nostra intenció és que rebeu la informació correcta i suficient per a què pugueu decidir si accepteu o no participar en aquest Estudi. Us demanem que llegiu aquest document amb atenció i que ens formuleu els dubtes que tingueu.

Títol de l'estudi: *Les xarxes socials com a factor de risc pel desenvolupament de trastorns de la conducta alimentaria (TCA) entre els i les adolescents del municipi de Torredembarra.*

Objectiu de l'estudi: En aquest estudi el que volem és analitzar si les xarxes són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentaria en els i les adolescents del municipi de Torredembarra. Per a fer-ho, volem analitzar de manera quantitativa, a través d'enquestes als alumnes d'entre 16 i 21 anys, els diferents usos que aquests fan de les xarxes socials, si existeixen o no canvis en el seu comportament després de l'ús continuat de les xarxes i correlacionar si existeix alguna relació entre el consum de contingut lligat a l'ideal de bellesa amb l'impacte emocional que genera en els i les adolescents. I paral·lelament, de manera qualitativa, a través d'una entrevista a la psicopedagoga, conèixer la incidència de TCA a l'escola durant els darrers anys i els protocols d'actuació en referència a aquesta problemàtica.

Responsable de l'estudi: *Sara Torres Velilla*

Jo, el Sr./la Sra. _____ major d'edat, amb DNI número _____ i correu electrònic _____, actuant en el meu propi nom i representació, mitjançant el present document,

MANIFESTO QUE HE ESTAT INFORMAT/DA DE LES QÜESTIONS SEGÜENTS RELACIONADES AMB L'ESTUDI:

- La meva participació en aquest estudi és voluntària i, si en qualsevol moment desitjo canviar la meva decisió, puc retirar el meu consentiment en qualsevol moment.
- La participació en aquest estudi consisteix en respondre una enquesta o entrevista per tal de poder analitzar les dades referents al consum de xarxes socials per part dels i les adolescents de l'institut. La persona Responsable del tractament de les meves dades personals és Sara Torres Velilla.
- Les meves dades personals seran recollides i tractades amb finalitats exclusivament docents i d'investigació i sense ànim de lucre.
- Les meves dades seran anonimitzades, de manera que no es podrà conèixer la meva identitat a partir de les dades que es recullen.

- Es guardarà secret sobre la informació personal que facilito, i només es farà servir amb finalitat docent i d'investigació en el marc d'aquest Estudi, de manera que no se'm pugui identificar en els resultats de l'estudi.
- Seguint el principi de minimització, només es recolliran les dades mínimes que siguin necessàries per portar a terme l'Estudi, i una vegada hagi acabat la finalitat docent o de recerca que es derivi d'aquest estudi, es destruirà tota la informació de caràcter personal que hagi facilitat de forma definitiva.
- He estat informat/da mitjançant el present document sobre l'Estudi, sobre la seva finalitat i sobre les dades que es recolliran, i he consentit a participar en aquest Estudi.
- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so aquestes dades es recolliran a través dels mitjans de gravació que utilitzi l'estudiant, i només es faran servir amb la finalitat de realitzar la investigació en el marc de l'Estudi. Aquestes gravacions només duraran el temps necessari i indispensable per a l'elaboració del treball, i no rebré cap contraprestació econòmica.
- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so, aquestes dades es faran servir per a l'Estudi respectant la normativa aplicable i en cap cas suposaran una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets al meu honor, intimitat personal i pròpia imatge.
- El tractament de les dades de caràcter personal de tots els participants s'ajustarà al que es disposa al Reglament General de Protecció de Dades (UE) 2016/679 i a la Llei Orgànica 3/2018 de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals. D'acord amb el que s'estableix en aquesta legislació, podeu exercir els drets d'accés, modificació, oposició i supressió de les vostres dades de caràcter personal dirigint-vos al Responsable del tractament, identificat a continuació i a través dels canals de contacte establerts.

AUTORITZACIÓ A PARTICIPAR A L'ESTUDI:

Autoritzo al Sr./Sra. Sara Torres Velilla, responsable de l'estudi, amb DNI número 48139992A i correu electrònic personal storresvel@uoc.edu Estudiant de l'assignatura Treball Final de Màster (TFM) del Màster en Psicopedagogia de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) perquè tracti les meves dades de caràcter personal facilitades per a la realització de la recerca descrita en el marc de l'Estudi indicat. A la taula següent es resumeix de manera esquemàtica com es tractaran aquestes dades:

Informació bàsica sobre protecció de dades personals	
Responsable del tractament	Sara Torres Velilla [Redacted Email Address] [Redacted DNI Number]
Finalitats	<ul style="list-style-type: none"> - Dur a terme les activitats de recerca detallades al marc de l'Estudi - Només si vostè ens ho autoritza, gestionar la autorització d'ús de la seva imatge i utilitzar el material fotogràfic i audiovisual que contingui la seva imatge i veu al marc de l'Estudi.
Legitimació	<ul style="list-style-type: none"> - Consentiment de l'interessat. - En cas que es recullin imatges, el seu consentiment per l'ús de la seva imatge/vídeo/so

Destinatari	Les seves dades seran utilitzades únicament per <i>Sara Torres Velilla</i> i no es comunicaran a tercers sense el seu consentiment, excepte en el supòsits previstos per la llei.
Drets dels interessats	Podreu exercitar el vostre dret d'accés, rectificació, suspensió, oposició, portabilitat i limitació enviant un correu electrònic a uoc@uoc.edu adjuntant una fotocòpia del DNI o document acreditatiu de la seva identitat.
Informació addicional	Podreu revisar la informació addicional sobre el tractament de les dades personals a l'apartat següent.

A _____, a ___ de _____ 20__

El Sr./La Sra. _____

AUTORITZACIÓ PER A L'ÚS DE LA IMATGE/SO/VÍDEO

Amb la finalitat de dur a terme la investigació en el marc de l'Estudi i l'elaboració del treball, necessitarem fer gravacions audiovisuals de la imatge i veu dels participants en l'Estudi.

Fent una creueta al requadre següent, dono permís a Sara Torres Velilla per fer ús del material audiovisual que elabori durant la realització de les activitats que formin part de l'Estudi en les que seré partícip i, en virtut de l'Estudi, on aparegui la meua imatge i/o la meua veu, durant el temps necessari i indispensable per a l'elaboració de l'Estudi i sense cap contraprestació econòmica.

L'estudiant es compromet a que la utilització d'aquestes imatges respecti la normativa aplicable i que en cap cas suposi una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets a l'honor, intimitat personal i pròpia imatge dels participants.

- Autoritzo l'ús de la meua imatge en els termes indicats.
 Autoritzo l'ús de la meua veu en els termes indicats.

A _____, a ___ de _____ 20__

El Sr./La Sra. _____

[\(Retorn al text\)](#)

Annex 2: Consentiments informats firmats


 Universitat Oberta
de Catalunya

DECLARACIÓ DE CONSENTIMENT INFORMAT

TREBALL FINAL DE MÀSTER DE PSICOPEDAGOGIA UNIVERSITARI EN LES XARXES SOCIALS COM A FACTOR DE RISC PEL DESENVOLUPAMENT DE TRASTORNS DE LA CONDUCTA ALIMENTÀRIA (TCA) ENTRE ELS I LES ADOLESCENTS DEL MUNICIPI DE TORREDEMBARRA

Aquest document vol informar-vos sobre un treball (d'ara en endavant en direm "Estudi") al que us convidem a participar. Aquest Estudi el duu a terme un/a estudiant en el marc de l'assignatura TREBALL FINAL DE MÀSTER i ha sigut aprovat pel professorat responsable de l'assignatura. La nostra intenció és que rebeu la informació correcta i suficient per a què pugueu decidir si accepteu o no participar en aquest Estudi. Us demanem que llegiu aquest document amb atenció i que ens formuleu els dubtes que tingueu.

Títol de l'estudi: *Les xarxes socials com a factor de risc pel desenvolupament de trastorns de la conducta alimentària (TCA) entre els i les adolescents del municipi de Torredembarra.*

Objectiu de l'estudi: En aquest estudi el que volem és analitzar si les xarxes són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentària en els i les adolescents del municipi de Torredembarra. Per a fer-ho, volem analitzar de manera quantitativa, a través de qüestionaris als alumnes d'entre 16 i 18 anys, els diferents usos que aquests fan de les xarxes socials, si existeixen o no canvis en el seu comportament després de l'ús continuat de les xarxes i correlacionar si existeix alguna relació entre el consum de contingut lligat a l'ideal de bellesa amb l'impacte emocional que genera en els i les adolescents. I paral·lelament, de manera qualitativa, a través d'una entrevista a la psicopedagoga, conèixer la incidència de TCA a l'escola durant els darrers anys i els protocols d'actuació en referència a aquesta problemàtica.

Responsable de l'estudi: *Sara Torres Velilla*

Jo, el Sr./la Sra. _____, major d'edat, amb DNI número _____ i correu electrònic _____, actuant en el meu propi nom i representació, mitjançant el present document,

MANIFESTO QUE HE ESTAT INFORMAT/DA DE LES QÜESTIONS SEGÜENTS RELACIONADES AMB L'ESTUDI:

- La meva participació en aquest estudi és voluntària i, si en qualsevol moment desitjo canviar la meva decisió, puc retirar el meu consentiment en qualsevol moment.
- La participació en aquest estudi consisteix en respondre un qüestionari o entrevista per tal de poder analitzar les dades referents al consum de xarxes socials per part dels i les adolescents de l'institut. La persona Responsable del tractament de les meves dades personals és Sara Torres Velilla.
- Les meves dades personals seran recollides i tractades amb finalitats exclusivament docents i d'investigació i sense ànim de lucre.
- Les meves dades seran anonimitzades, de manera que no es podrà conèixer la meva identitat a partir de les dades que es recullin.
- Es guardarà secret sobre la informació personal que facilito, i només es farà servir amb finalitat docent i d'investigació en el marc d'aquest Estudi, de manera que no se'm pugui identificar en els resultats de l'estudi.
- Seguint el principi de minimització, només es recolliran les dades mínimes que siguin necessàries per portar a terme l'Estudi, i una vegada hagi acabat la finalitat docent o de recerca que es derivi d'aquest estudi, es destruirà tota la informació de caràcter personal que hagi facilitat de forma definitiva.
- He estat informat/da mitjançant el present document sobre l'Estudi, sobre la seva finalitat i sobre les dades que es recolliran, i he consentit a participar en aquest Estudi.



Universitat Oberta
de Catalunya

- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so aquestes dades es recolliran a través dels mitjans de gravació que utilitzi l'estudiant, i només es faran servir amb la finalitat de realitzar la investigació en el marc de l'Estudi. Aquestes gravacions només duraran el temps necessari i indispensable per a l'elaboració del treball, i no rebré cap contraprestació econòmica.
- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so, aquestes dades es faran servir per a l'Estudi respectant la normativa aplicable i en cap cas suposaran una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets al meu honor, intimitat personal i pròpia imatge.
- El tractament de les dades de caràcter personal de tots els participants s'ajustarà al que es disposa al Reglament General de Protecció de Dades (UE) 2016/679 i a la Llei Orgànica 3/2018 de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals. D'acord amb el que s'estableix en aquesta legislació, podeu exercir els drets d'accés, modificació, oposició i supressió de les vostres dades de caràcter personal dirigint-vos al Responsable del tractament, identificat a continuació i a través dels canals de contacte establerts.

AUTORITZACIÓ A PARTICIPAR A L'ESTUDI:

Autoritzo al Sr./Sra. Sara Torres Velilla, responsable de l'estudi, amb DNI número [redacted] i correu electrònic personal [redacted]. Estudiant de l'assignatura Treball Final de Màster (TFM) del Màster en Psicopedagogia de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) perquè tracti les meves dades de caràcter personal facilitades per a la realització de la recerca descrita en el marc de l'Estudi indicat. A la taula següent es resumeix de manera esquemàtica com es tractaran aquestes dades:

Informació bàsica sobre protecció de dades personals	
Responsable del tractament	Sara Torres Velilla [redacted] [redacted]
Finalitats	[redacted] i finalitats de recerca detallades al marc de l'Estudi - Només si vostè ens ho autoritza, gestionar la autorització d'ús de la seva imatge i utilitzar el material fotogràfic i audiovisual que contingui la seva imatge i veu al marc de l'Estudi.
Legitimació	- Consentiment de l'interessat. - En cas que es recullin imatges, el seu consentiment per l'ús de la seva imatge/vídeo/so
Destinataris	Les seves dades seran utilitzades únicament per Sara Torres Velilla i no es comunicaran a tercers sense el seu consentiment, excepte en el supòsits previstos per la llei.
Drets dels interessats	Podreu exercitar el vostre dret d'accés, rectificació, suspensió, oposició, portabilitat i limitació enviant un correu electrònic [redacted] juntant una fotocòpia del DNI o document acreditatiu de la seva identitat.
Informació addicional	Podreu revisar la informació addicional sobre el tractament de les dades personals a l'apartat següent.

A TORREDELLIBRE 4 de maig 2023

El Sr./La Sra. [redacted]



Universitat Oberta
de Catalunya

Amb la finalitat de dur a terme la investigació en el marc de l'Estudi i l'elaboració del treball, necessitarem fer gravacions audiovisuals de la imatge i veu dels participants en l'Estudi.

Fent una creueta al requadre següent, dono permís a Sara Torres Velilla per fer ús del material audiovisual que elabori durant la realització de les activitats que formin part de l'Estudi en les que seré partícep i, en virtut de l'Estudi, on aparegui la meua imatge i/o la meua veu, durant el temps necessari i indispensable per a l'elaboració de l'Estudi i sense cap contraprestació econòmica.

L'estudiant es compromet a que la utilització d'aquestes imatges respecti la normativa aplicable i que en cap cas suposi una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets a l'honor, intimitat personal i pròpia imatge dels participants.

Autoritzo l'ús de la meua imatge en els termes indicats.

Autoritzo l'ús de la meua veu en els termes indicats.

A TORRESVELILLA SARA 4 de MAIG 2023

El Sr./La Sra. DOLORS





DECLARACIÓ DE CONSENTIMENT INFORMAT

TREBALL FINAL DE MÀSTER DE PSICOPEDAGOGIA UNIVERSITARI EN LES XARXES SOCIALS COM A FACTOR DE RISC PEL DESENVOLUPAMENT DE TRASTORNS DE LA CONDUCTA ALIMENTÀRIA (TCA) ENTRE ELS I LES ADOLESCENTS DEL MUNICIPI DE TORREDEMBARRA

Aquest document vol informar-vos sobre un treball (d'ara en endavant en direm "Estudi") al que us convidem a participar. Aquest Estudi el duu a terme un/a estudiant en el marc de l'assignatura TREBALL FINAL DE MÀSTER i ha sigut aprovat pel professorat responsable de l'assignatura. La nostra intenció és que rebeu la informació correcta i suficient per a què pugueu decidir si accepteu o no participar en aquest Estudi. Us demanem que llegiu aquest document amb atenció i que ens formuleu els dubtes que tingueu.

Títol de l'estudi: *Les xarxes socials com a factor de risc pel desenvolupament de trastorns de la conducta alimentària (TCA) entre els i les adolescents del municipi de Torredembarra.*

Objectiu de l'estudi: En aquest estudi el que volem és analitzar si les xarxes són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentària en els i les adolescents del municipi de Torredembarra. Per a fer-ho, volem analitzar de manera quantitativa, a través de qüestionaris als alumnes d'entre 16 i 18 anys, els diferents usos que aquests fan de les xarxes socials, si existeixen o no canvis en el seu comportament després de l'ús continuat de les xarxes i correlacionar si existeix alguna relació entre el consum de contingut lligat a l'ideal de bellesa amb l'impacte emocional que genera en els i les adolescents. I paral·lelament, de manera qualitativa, a través d'una entrevista a la psicopedagoga, conèixer la incidència de TCA a l'escola durant els darrers anys i els protocols d'actuació en referència a aquesta problemàtica.

Responsable de l'estudi: Sara Torres Velilla

Jo, el Sr./la Sra. [Redacted] major d'edat, amb DNI núm. [Redacted] correu electrònic [Redacted] actuant en el meu propi nom i representació, mitjançant el present document,

MANIFESTO QUE HE ESTAT INFORMAT/DA DE LES QÜESTIONS SEGÜENTS RELACIONADES AMB L'ESTUDI:

- La meva participació en aquest estudi és voluntària i, si en qualsevol moment desitjo canviar la meva decisió, puc retirar el meu consentiment en qualsevol moment.
- La participació en aquest estudi consisteix en respondre un qüestionari o entrevista per tal de poder analitzar les dades referents al consum de xarxes socials per part dels i les adolescents de l'institut. La persona Responsable del tractament de les meves dades personals és Sara Torres Velilla.
- Les meves dades personals seran recollides i tractades amb finalitats exclusivament docents i d'investigació i sense ànim de lucre.
- Les meves dades seran anonimitzades, de manera que no es podrà conèixer la meva identitat a partir de les dades que es recullin.
- Es guardarà secret sobre la informació personal que facilito, i només es farà servir amb finalitat docent i d'investigació en el marc d'aquest Estudi, de manera que no se'm pugui identificar en els resultats de l'estudi.
- Seguint el principi de minimització, només es recolliran les dades mínimes que siguin necessàries per portar a terme l'Estudi, i una vegada hagi acabat la finalitat docent o de recerca que es derivi d'aquest estudi, es destruirà tota la informació de caràcter personal que hagi facilitat de forma definitiva.
- He estat informat/da mitjançant el present document sobre l'Estudi, sobre la seva finalitat i sobre les dades que es recolliran, i he consentit a participar en aquest Estudi.


 Universitat Oberta
de Catalunya

- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so aquestes dades es recolliran a través dels mitjans de gravació que utilitzi l'estudiant, i només es faran servir amb la finalitat de realitzar la investigació en el marc de l'Estudi. Aquestes gravacions només duraran el temps necessari i indispensable per a l'elaboració del treball, i no rebré cap contraprestació econòmica.
- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so, aquestes dades es faran servir per a l'Estudi respectant la normativa aplicable i en cap cas suposaran una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets al meu honor, intimitat personal i pròpia imatge.
- El tractament de les dades de caràcter personal de tots els participants s'ajustarà al que es disposa al Reglament General de Protecció de Dades (UE) 2016/679 i a la Llei Orgànica 3/2018 de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals. D'acord amb el que s'estableix en aquesta legislació, podeu exercir els drets d'accés, modificació, oposició i supressió de les vostres dades de caràcter personal dirigint-vos al Responsable del tractament, identificat a continuació i a través dels canals de contacte establerts.

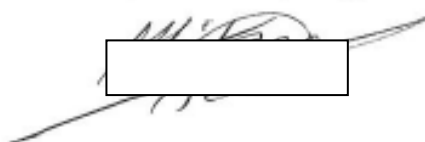
AUTORITZACIÓ A PARTICIPAR A L'ESTUDI:

Autoritzo al Sr./Sra. Sara Torres Velilla, responsable de l'estudi, amb DNI número [REDACTED] correu electrònic [REDACTED] Estudiant de l'assignatura Treball Final de Màster (TFM) del Màster en Psicopedagogia de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) perquè tracti les meves dades de caràcter personal facilitades per a la realització de la recerca descrita en el marc de l'Estudi indicat. A la taula següent es resumeix de manera esquemàtica com es tractaran aquestes dades:

Informació bàsica sobre protecció de dades personals	
Responsable del tractament	Sara Torres Velilla [REDACTED] [REDACTED]
Finalitats	- Dur a terme les activitats de recerca detallades al marc de l'Estudi - Només si vostè ens ho autoritza, gestionar la autorització d'ús de la seva imatge i utilitzar el material fotogràfic i audiovisual que contingui la seva imatge i veu al marc de l'Estudi.
Legitimació	- Consentiment de l'interessat. - En cas que es recullin imatges, el seu consentiment per l'ús de la seva imatge/video/so
Destinatari	Les seves dades seran utilitzades únicament per Sara Torres Velilla i no es comunicaran a tercers sense el seu consentiment, excepte en el supòsits previstos per la llei.
Drets dels interessats	Podreu exercir el vostre dret d'accés, rectificació, suspensió, oposició, portabilitat i limitació enviant un correu electrònic [REDACTED] adjuntant una fotocòpia del DNI o document acreditatiu de la seva identitat.
Informació addicional	Podreu revisar la informació addicional sobre el tractament de les dades personals a l'apartat següent.

A Barcelona a 10 de Maig 2023

El Sr./La Sra. [REDACTED]


AUTORITZACIÓ PER A L'ÚS DE LA IMATGE/SO/VÍDEO



Universitat Oberta
de Catalunya

Amb la finalitat de dur a terme la investigació en el marc de l'Estudi i l'elaboració del treball, necessitem fer gravacions audiovisuals de la imatge i veu dels participants en l'Estudi.

Fent una creueta al requadre següent, dono permís a Sara Torres Velilla per fer ús del material audiovisual que elabori durant la realització de les activitats que formin part de l'Estudi en les que seré partícip i, en virtut de l'Estudi, on aparegui la meua imatge i/o la meua veu, durant el temps necessari i indispensable per a l'elaboració de l'Estudi i sense cap contraprestació econòmica.

L'estudiant es compromet a que la utilització d'aquestes imatges respecti la normativa aplicable i que en cap cas suposi una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets a l'honor, intimitat personal i pròpia imatge dels participants.

Autoritzo l'ús de la meua imatge en els termes indicats.
Autoritzo l'ús de la meua veu en els termes indicats.

A Torres, a 10 de 5 2023

El Sr./La Sra. [Redacted]





DECLARACIÓ DE CONSENTIMENT INFORMAT

TREBALL FINAL DE MÀSTER DE PSICOPEDAGOGIA UNIVERSITARI EN LES XARXES SOCIALS COM A FACTOR DE RISC PEL DESENVOLUPAMENT DE TRASTORNS DE LA CONDUCTA ALIMENTÀRIA (TCA) ENTRE ELS I LES ADOLESCENTS DEL MUNICIPI DE TORREDEMBARRA

Aquest document vol informar-vos sobre un treball (d'ara en endavant en direm "Estudi") al que us convidem a participar. Aquest Estudi el duu a terme un/a estudiant en el marc de l'assignatura TREBALL FINAL DE MÀSTER i ha sigut aprovat pel professorat responsable de l'assignatura. La nostra intenció és que rebeu la informació correcta i suficient per a que pugueu decidir si accepteu o no participar en aquest Estudi. Us demanem que llegiu aquest document amb atenció i que ens formuleu els dubtes que tingueu.

Títol de l'estudi: *Les xarxes socials com a factor de risc pel desenvolupament de trastorns de la conducta alimentària (TCA) entre els i les adolescents del municipi de Torredembarra.*

Objectiu de l'estudi: En aquest estudi el que volem és analitzar si les xarxes són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentària en els i les adolescents del municipi de Torredembarra. Per a fer-ho, volem analitzar de manera quantitativa, a través de qüestionaris als alumnes d'entre 16 i 18 anys, els diferents usos que aquests fan de les xarxes socials, si existeixen o no canvis en el seu comportament després de l'ús continuat de les xarxes i correlacionar si existeix alguna relació entre el consum de contingut lligat a l'ideal de bellesa amb l'impacte emocional que genera en els i les adolescents. I paral·lelament, de manera qualitativa, a través d'una entrevista a la psicopedagoga, conèixer la incidència de TCA a l'escola durant els darrers anys i els protocols d'actuació en referència a aquesta problemàtica.

Responsable de l'estudi: *Sara Torres Velilla*

Jo, el Sr./la Sra. [Redacted] major d'edat, amb DNI número [Redacted] correu electrònic [Redacted] actuant en el meu propi nom i representació, mitjançant el present document,

MANIFESTO QUE HE ESTAT INFORMAT/DA DE LES QÜESTIONS SEGÜENTS RELACIONADES AMB L'ESTUDI:

- La meua participació en aquest estudi és voluntària i, si en qualsevol moment desitjo canviar la meua decisió, puc retirar el meu consentiment en qualsevol moment.
- La participació en aquest estudi consisteix en respondre un qüestionari o entrevista per tal de poder analitzar les dades referents al consum de xarxes socials per part dels i les adolescents de l'institut. La persona Responsable del tractament de les meves dades personals és Sara Torres Velilla.
- Les meves dades personals seran recollides i tractades amb finalitats exclusivament docents i d'investigació i sense ànim de lucre.
- Les meves dades seran anonimitzades, de manera que no es podrà conèixer la meua identitat a partir de les dades que es recullin.
- Es guardarà secret sobre la informació personal que facilito, i només es farà servir amb finalitat docent i d'investigació en el marc d'aquest Estudi, de manera que no se'm pugui identificar en els resultats de l'estudi.
- Seguint el principi de minimització, només es recolliran les dades mínimes que siguin necessàries per portar a terme l'Estudi, i una vegada hagi acabat la finalitat docent o de recerca que es derivi d'aquest estudi, es destruirà tota la informació de caràcter personal que hagi facilitat de forma definitiva.
- He estat informat/da mitjançant el present document sobre l'Estudi, sobre la seva finalitat i sobre les dades que es recolliran, i he consentit a participar en aquest Estudi.



Universitat Oberta
de Catalunya

- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so aquestes dades es recolliran a través dels mitjans de gravació que utilitzi l'estudiant, i només es faran servir amb la finalitat de realitzar la investigació en el marc de l'Estudi. Aquestes gravacions només duraran el temps necessari i indispensable per a l'elaboració del treball, i no rebré cap contraprestació econòmica.
- En el cas que l'estudi requereixi recollir dades de so, aquestes dades es faran servir per a l'Estudi respectant la normativa aplicable i en cap cas suposaran una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets al meu honor, intimitat personal i pròpia imatge.
- El tractament de les dades de caràcter personal de tots els participants s'ajustarà al que es disposa al Reglament General de Protecció de Dades (UE) 2016/679 i a la Llei Orgànica 3/2018 de Protecció de Dades Personals i garantia dels drets digitals. D'acord amb el que s'estableix en aquesta legislació, podeu exercir els drets d'accés, modificació, oposició i supressió de les vostres dades de caràcter personal dirigint-vos al Responsable del tractament, identificat a continuació i a través dels canals de contacte establerts.

AUTORITZACIÓ A PARTICIPAR A L'ESTUDI:

Autoritzo al Sr./Sra. Sara Torres Velilla, responsable de l'estudi, amb DNI nú. [redacted] i correu electrònic personal storresvel@uoc.edu Estudiant de l'assignatura Treball Final de Màster (TFM) del Màster en Psicopedagogia de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC) perquè tracti les meves dades de caràcter personal facilitades per a la realització de la recerca descrita en el marc de l'Estudi indicat. A la taula següent es resumeix de manera esquemàtica com es tractaran aquestes dades:

Informació bàsica sobre protecció de dades personals	
Responsable del tractament	Sara Torres Velilla [redacted] [redacted]
Finalitats	- Dur a terme les activitats de recerca detallades al marc de l'Estudi - Només si vostè ens ho autoritza, gestionar la autorització d'ús de la seva imatge i utilitzar el material fotogràfic i audiovisual que contingui la seva imatge i veu al marc de l'Estudi.
Legitimació	- Consentiment de l'interessat. - En cas que es recullin imatges, el seu consentiment per l'ús de la seva imatge/vídeo/so
Destinatari	Les seves dades seran utilitzades únicament per Sara Torres Velilla i no es comunicaran a tercers sense el seu consentiment, excepte en el supòsits previstos per la llei.
Drets dels interessats	Podreu exercir el vostre dret d'accés, rectificació, suspensió, oposició, portabilitat i limitació enviant un correu electrònic a [redacted] adjuntant una fotocòpia del DNI o document acreditatiu de la seva identitat.
Informació addicional	Podreu revisar la informació addicional sobre el tractament de les dades personals a l'apartat següent.

A [redacted] a [redacted] de [redacted] 2023

El Sr./La Sra



Universitat Oberta
de Catalunya

Amb la finalitat de dur a terme la investigació en el marc de l'Estudi i l'elaboració del treball, necessitem fer gravacions audiovisuals de la imatge i veu dels participants en l'Estudi.

Fent una creueta al requadre següent, dono permís a Sara Torres Velilla per fer ús del material audiovisual que elabori durant la realització de les activitats que formin part de l'Estudi en les que seré partícep i, en virtut de l'Estudi, on aparegui la meua imatge i/o la meua veu, durant el temps necessari i indispensable per a l'elaboració de l'Estudi i sense cap contraprestació econòmica.

L'estudiant es compromet a que la utilització d'aquestes imatges respecti la normativa aplicable i que en cap cas suposi una intromissió il·legítima ni una vulneració dels drets a l'honor, intimitat personal i pròpia imatge dels participants.

Autoritzo l'ús de la meua imatge en els termes indicats.
Autoritzo l'ús de la meua veu en els termes indicats.

A Madrid, a 12 de Juny 2013

El Sr./La Sra. [Signature]



Annex 3: Model entrevista

LES XARXES SOCIALS COM A FACTOR DE RISC PEL DESENVOLUPAMENT DE TRASTORNS DE LA CONDUCTA ALIMENTÀRIA (TCA) ENTRE ELS I LES ADOLESCENTS DEL MUNICIPI DE TORREDEMBARRA

La incidència de les xarxes socials en el comportament dels i les adolescents d'entre 16 i 21 anys

La següent entrevista forma part del Treball Final de Màster en Psicopedagogia de la Universitat Oberta de Catalunya que té com a títol *Les xarxes socials com a factor de risc pel desenvolupament de trastorns de la conducta alimentària (TCA) entre els i les adolescents del municipi de Torredembarra*. L'objectiu principal d'aquesta investigació és analitzar si les xarxes socials són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentària en els i les adolescents del municipi de Torredembarra. Aquesta entrevista és voluntària i les dades extretes seran tractades amb finalitat exclusivament educatives i d'investigació.

Estàs d'acord amb que s'utilitzin les dades extretes per les finalitats abans esmentades sempre dins del marc d'aquesta recerca? (encercla la teva resposta)

SI **NO**

-
1. Nom
 2. Professió
 3. Anys exercint
 4. Anys a l'Institut
 5. Quin consideres que és l'ús de les xarxes més habitual dels i les adolescents?
 6. Com qualificaries l'ús que fan els i les adolescents de les xarxes socials?
 7. Com creus que afecten les xarxes als i les adolescents?
 8. Creus que el contingut relacionat amb fitness, alimentació i moda, té un grau elevat d'influència entre els i les adolescents?
 9. De quina manera influeix aquest àmbit en el seu comportament?
 10. Com consideres que aquesta influència afecta a l'establiment de les bases de l'autoestima i l'autoconcepte dels i les adolescents?
 11. Quina relació establiries entre els consells de vida saludable reproduïts per les xarxes socials i el cànon de bellesa establert en elles en referència als TCA dels i les adolescents?
 12. Coneixes quina ha estat la incidència dels TCA en aquest institut en els darrers anys?
 13. S'aborda d'alguna manera aquesta temàtica a les aules directament a mode de prevenció?
 14. Quins són els protocols d'actuació que s'apliquen en aquests casos?
 15. Com valoraries l'efectivitat de resposta que té l'institut vers aquesta problemàtica?

[\(Retorn al text\)](#)

Annex 4: Model enquesta

LES XARXES SOCIALS COM A FACTOR DE RISC PEL DESENVOLUPAMENT DE TRASTORNS DE LA CONDUCTA ALIMENTÀRIA (TCA) ENTRE ELS I LES ADOLESCENTS DEL MUNICIPI DE TORREDEMBARRA

La incidència de les xarxes socials en el comportament dels i les adolescents d'entre 16 i 21 anys

La següent enquesta forma part del Treball Final de Màster en Psicopedagogia de la Universitat Oberta de Catalunya que té com a títol *Les xarxes socials com a factor de risc pel desenvolupament de trastorns de la conducta alimentària (TCA) entre els i les adolescents del municipi de Torredembarra*. L'objectiu principal d'aquesta investigació és analitzar si les xarxes socials són un factor de risc que pot promoure o no els trastorns de la conducta alimentària en els i les adolescents del municipi de Torredembarra. Aquesta enquesta és anònima i voluntària. Les dades extretes seran tractades amb finalitats exclusivament educatives i d'investigació.

Estàs d'acord amb que s'utilitzin les dades extretes per les finalitats abans esmentades sempre dins del marc d'aquesta recerca? (encercla la teva resposta)

SI **NO**

-
1. Gènere:
 - Dona
 - Home
 - No binari
 - Prefereixo no respondre

 2. Edat:
 - 16-17
 - 18-19
 - 20-21

 3. Quina és la xarxa social que més utilitzes? (només pots escollir una resposta)
 - LinkedIn
 - Facebook
 - Twitter
 - Instagram
 - Tik tok

 4. Quant de temps fas servir les xarxes socials?
 - Més de 4 hores diàries
 - De 3 a 4 hores diàries
 - De 1 a 2 hores diàries
 - Menys d'1 hora diària

5. Que és el que més t'impulsa a utilitzar les xarxes socials? (pots escollir més d'una resposta)
 - Penjar fotografies per aconseguir likes
 - Trobar consells de moda, dietes, vida saludable, exercici, jocs, etc.
 - Buscar informació
 - Tafanejar la vida dels altres

6. Segueixes comptes d' "influencers"?
 - Sí
 - No

7. En cas que sí, perquè ho fas? (pots escollir més d'una resposta)
 - Per estar a la moda
 - Per estar actualitzat de la seva vida
 - Per poder trobar informació
 - Per poder recrear consells o estils de vida

8. En cas que sí, quin tipus de contingut publiquen els i les influencers? (pots escollir més d'una resposta)
 - Videojocs
 - Estil de vida
 - Moda
 - Exercici
 - Nutrició

9. T'agradaria poder ser igual que ell/a?
 - Sí
 - No

10. Has contactat amb algun/a "influencer" per a demanar algun tipus de consell?
 - Sí
 - No
 - No m'he atrevit però ho faria
 - Sí però ara no ho hagués fet

11. En cas afirmatiu, que li vas demanar?

12. Has reproduït ocasionalment alguna cosa i/o acció que hagis vist a les xarxes?
 - Sí
 - No

13. En cas afirmatiu, el què? (pots escollir més d'una resposta)
 - Consell de moda
 - Consell d'exercici
 - Consell de vida saludable
 - Consell d'alimentació

- Repte o broma
- Compres

14. Creus que hi ha un cànon de bellesa instaurat a les xarxes socials?

- Sí
- No

15. En cas afirmatiu, quin creus que és?

16. Creus que aquest cànon està més influenciat cap a un gènere que cap a un altre?

- Sí, afecta més a les dones
- Sí, afecta més als homes
- Sí, afecta més a les persones de gènere no binari
- No, afecta a tots els gèneres per igual

17. Et veus o t'has vist influenciat per l'aspecte físic normatiu de les influencers?

- Sí
- No

18. En cas afirmatiu, quines han estat les teves emocions al respecte?
(pots escollir més d'una resposta)

- Angoixa
- Remordiment
- Baixa autoestima
- Enveja
- Frustració
- Felicitat
- Força renovada
- Valentia

19. Creus que últimament hi ha una major quantitat de publicacions de persones amb cossos no normatius?

- Sí
- No

20. Coneixes el moviment bodypositive?

- Sí
- No

21. En cas afirmatiu, creus que el contingut bodypositive a les xarxes ha ajudat a donar visibilitat i veu a les persones que no tenen un cànon de bellesa dins de l'establert?

- Sí
- No

22. Segueixes comptes bodypositive?

- Sí
- No

23. En cas afirmatiu, quines emocions et desperten aquest tipus de contingut?
(pots més d'una resposta)

- Acceptació personal
- Millora del benestar
- Superació de complexos
- Pau
- Confiança en tu mateix/a

[\(Retorn al text\)](#)

Annex 5: Resultats relatius a l'objectiu específic 1

TAULA 3: TEMPS D'ÚS DE LES XARXES SOCIALS

TEMPS D'ÚS	Freqüència	Percentatge %
- 1H	6	6.522
1-2H	18	19.565
3-4H	42	45.652
+4H	26	28.261
Total	92	100.000

TAULA 4: XARXA SOCIAL MÉS UTILITZADA

XARXA SOCIAL	Freqüència	Percentatge %
INSTAGRAM	57	61.957
TIK-TOK	32	34.783
YOUTUBE	3	3.261
Total	92	100.000

TAULA 5: FINALITAT D'ÚS DE LES XARXES SOCIALS

Penjar fotografies per aconseguir likes	Freqüència	Percentatge %
SÍ	5	5.435
NO	87	94.565
Total	92	100.000

Trobar consells de moda, dietes, vida saludable, etc	Freqüència	Percentatge %
SÍ	61	66.304
NO	31	33.696
Total	92	100.000

Buscar informació	Freqüència	Percentatge %
SI	25	27.174
NO	67	72.826
Total	92	100.000

Tafanejar la vida dels altres	Freqüència	Percentatge %
SI	50	54.348
NO	42	45.652
Total	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Annex 6: Resultats relatius a l'objectiu específic 2

Taula 6: Seguir influencers

SEGUIR INFLUENCERS	Freqüència	Percentatge %
SI	84	91.304
NO	8	8.696
Total	92	100.000

[\(retorn al text\)](#)

Taula 7: Contingut influencer que es segueix

VIDEOJOCS	Freqüència	Percentatge %
SI	23	25.000
NO	69	75.000
Total	92	100.000

ESTIL DE VIDA	Freqüència	Percentatge %
SI	52	56.522
NO	40	43.478
Total	92	100.000

MODA	Freqüència	Percentatge %
SI	51	55.435
NO	41	44.565
Total	92	100.000

EXERCICI	Freqüència	Percentatge %
SI	52	56.522
NO	40	43.478
Total	92	100.000

NUTRICIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	33	35.870
NO	59	64.130
Total	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 8: Motiu per seguir influencers

Per estar a la moda	Freqüència	Percentatge %
SI	7	7.609
NO	85	92.391
Total	92	100.000

Per estar actualitzat de la vida dels influencers	Freqüència	Percentatge %
SI	17	18.478
NO	75	81.522
Total	92	100.000

Per trobar informació	Freqüència	Percentatge %
SI	38	41.304
NO	54	58.696
Total	92	100.000

Per recrear estils de vida	Freqüència	Percentatge %
SI	45	48.913
NO	47	51.087
Total	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 9: Canvi en el comportament

Reproducció d'actes	Freqüència	Percentatge %
SI	70	76.087
NO	22	23.913
Total	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 10: Motiu pel canvi en el comportament

Consell de Moda	Freqüència	Percentatge %
SI	41	44.565
NO	51	55.435
Total	92	100.000

Exercici	Freqüència	Percentatge %
SI	28	30.435
NO	64	69.565
Total	92	100.000

Vida Saludable	Freqüència	Percentatge %
SI	28	30.435
NO	64	69.565
Total	92	100.000

Alimentació	Freqüència	Percentatge %
SI	26	28.261
NO	66	71.739
Total	92	100.000

Broma	Freqüència	Percentatge %
SI	35	38.043
NO	57	61.957
Total	92	100.000

Compres	Freqüència	Percentatge %
SI	29	31.522
NO	63	68.478
Total	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 11: Correlació gènere i canvi comportament

GENERE	VOLER SER IGUAL	Freqüència	Percentatge %
DONA	SI	25	48.077
	NO	27	51.923
HOME	SI	11	29.730
	NO	26	70.270

GENERE	CANVI COMPORAMENT	Freqüència	Percentatge %
DONA	SI	40	76.923
	NO	12	23.077
HOME	SI	27	72.973
	NO	10	27.027

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 12: Correlació temps d'us i seguir influencers

TEMPS D'ÚS	SEGUIR INFLUENCERS	Freqüència	Percentatge %
- 1H	SI	5	83.333
	NO	1	16.667
1-2H	SI	15	83.333
	NO	3	16.667
3-4H	SI	39	92.857
	NO	3	7.143
+4H	SI	25	96.154
	NO	1	3.846

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 13: Correlació temps d'us i canvis en el comportament

TEMPS D'ÚS	CANVI COMPORAMENT	Freqüència	Percentatge %
- 1H	SI	4	66.667
	NO	2	33.333
1-2H	SI	14	77.778
	NO	4	22.222
3-4H	SI	33	78.571
	NO	9	21.429
+4H	SI	19	73.077
	NO	7	26.923

[\(Retorn al text\)](#)

Annex 7: Resultats relatius a l'objectiu específic 3

Taula 14: Existència cànon de bellesa

EXISTÈNCIA CANON DE BELLESA	Freqüència	Percentatge %
SI	64	69.565
NO	28	30.435
TOTAL	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 15: Influència cànon de bellesa pensament global

INFLUÈNCIA CÀNON DE BELLESA	Freqüència	Percentatge %
MÉS A LES DONES	59	64.130
MÉS ALS HOMES	1	1.087
MÉS ALS NO BINARIS	1	1.087
A TOTS PER IGUAL	31	33.696
Total	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 16: Correlació cànon de bellesa i gènere

GENERE	INFLUÈNCIA PROPIA	Freqüència	Percentatge %
DONA	SI	32	61.538
	NO	20	38.462
HOME	SI	10	27.027
	NO	27	72.973

[\(retorn al text\)](#)

Taula 17: Influència emocional de les xarxes socials

ANGOIXA	Freqüència	Percentatge %
SI	14	15.217
NO	77	83.696
Total	92	100.000

REMORDIMENT	Freqüència	Percentatge %
SI	6	6.522
NO	85	92.391
Total	92	100.000

BAIXA AUTOESTIMA	Freqüència	Percentatge %
SI	31	33.696
NO	60	65.217
Total	92	100.000

ENVEJA	Freqüència	Percentatge %
SI	21	22.826
NO	70	76.087
Total	92	100.000

FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	20	21.739
NO	71	77.174
Total	92	100.000

FELICITAT	Freqüència	Percentatge %
SI	2	2.174
NO	89	96.739
Total	92	100.000

FORÇA	Freqüència	Percentatge %
SI	3	3.261
NO	88	95.652
Total	92	100.000

VALENTIA	Freqüència	Percentatge %
SI	2	2.174
NO	89	96.739
Total	92	100.000

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 18: Correlació contingut seguit i sentiments generats

VIDEOJOCS	BAIXA AUTOESTIMA	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	2	8.696
	NO	21	91.304
NO	SI	29	42.029
	NO	39	56.522

VIDEOJOCS	ENVEJA	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	2	8.696
	NO	21	91.304
NO	SI	19	27.941
	NO	49	72.059

VIDEOJOCS	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	1	4.348
	NO	22	95.652
NO	SI	19	27.536
	NO	49	71.014

ESTIL DE VIDA	BAIXA AUTOESTIMA	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	23	44.231
	NO	29	55.769
NO	SI	8	20.000
	NO	31	77.500

ESTIL DE VIDA	ENVEJA	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	14	26.923
	NO	38	73.077
NO	SI	7	17.500
	NO	32	80.000

ESTIL DE VIDA	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	16	30.769
	NO	36	69.231
NO	SI	4	10.000
	NO	35	87.500

MODA	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	17	33.333
	NO	34	66.667
NO	SI	14	34.146
	NO	26	63.415

MODA	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	12	23.529
	NO	39	76.471
NO	SI	9	21.951
	NO	31	75.610

MODA	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	12	23.529
	NO	39	76.471
NO	SI	8	19.512
	NO	32	78.049

EXERCICI	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	15	28.846
	NO	37	71.154
NO	SI	16	40.000
	NO	23	57.500

EXERCICI	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	14	26.923
	NO	38	73.077
NO	SI	7	17.500
	NO	32	80.000

EXERCICI	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	11	21.154
	NO	41	78.846
NO	SI	9	22.500
	NO	30	75.000

NUTRICIÓ	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	13	39.394
	NO	20	60.606
NO	SI	18	30.508
	NO	40	67.767

NUTRICIÓ	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	8	24.242
	NO	25	75.758
NO	SI	13	22.034
	NO	45	76.271

NUTRICIÓ	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	9	27.273
	NO	24	72.727
NO	SI	11	18.644
	NO	47	79.661

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 19: Correlació sentiments i gènere

GENERE	BAIXA AUTOESTIMA	Freqüència	Percentatge %
DONA	SI	26	50.000
	NO	25	48.077
HOME	SI	5	13.514
	NO	32	86.486

GENERE	ENVEJA	Freqüència	Percentatge %
DONA	SI	18	34.615
	NO	33	63.462
HOME	SI	3	8.108
	NO	34	91.892

GENERE	FRUSTRACIÓ	Freqüència	Percentatge %
DONA	SI	17	32.692
	NO	34	65.385
HOME	SI	2	5.405
	NO	35	94.595

[\(Retorn al text\)](#)

Taula 20: Influència emocional del bodypositive

SEGUIMENT BODYPOSITIVE	ACCEPTACIÓ	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	19	82.609
	NO	4	17.391

SEGUIMENT BODYPOSITIVE	MILLORA BENESTAR	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	13	56.522
	NO	10	43.478

SEGUIMENT BODYPOSITIVE	SUPERACIÓ DE COMPLEXES	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	15	65.217
	NO	8	34.783

SEGUIMENT BODYPOSITIVE	PAU	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	8	34.783
	NO	15	65.217

SEGUIMENT BODYPOSITIVE	CONFIANÇA	Freqüència	Percentatge %
SI	SI	15	65.217
	NO	8	34.783

[\(Retorn al text\)](#)

Annex 8: Codificació de les entrevistes

ENTREVISTES	Variables que confirmen la hipòtesi	Variables que no confirmen la hipòtesi
Qualitat d'ús de les xarxes socials	1	2
Finalitat ús de les xarxes socials	3	4
Canvis comportament	5	6
Motiu canvis comportament	7	8
Influència emocional de les xarxes socials	9	10
Condicionants externs	11	12
Prevenió intervenció educativa	13	14
Incidència TCA a les aules	15	16

Subjecte entrevistat 1 (psicopedagoga IES Torredembarra) → SE1

Subjecte entrevistat 2 (psicopedagoga IES Ramon de la Torre) → SE2

Subjecte entrevistat 3 (psicopedagoga EAP Torredembarra) → SE3

TAULA 21	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
<p>Taula 21: Qualitat d'ús de les xarxes socials</p> <p>(Retorn al text)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - No el fan en positiu (SE1) - A les xarxes no sempre es publiquen imatges reals, però els adolescents això no ho veuen així (SE1) - Un ús excessiu i sense control (SE 2) - Idealitzant bel·leses que no són reals o models de pornografia que distorsionen la realitat. Sense tenir en compte que aquella persona no és cap professional i per tant la seva vida o la seva realitat no ha de perquè ser la veritat absoluta (SE 2) 	<ul style="list-style-type: none"> - Tot i que sóc conscient que també treuen coses positives, com per exemple durant la pandèmia que les xarxes socials els va ajudar molt a seguir connectats i que no fos tan catastròfica la situació(SE1)

TAULA 22	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
<p>Taula 22: Finalitat ús de les xarxes socials</p> <p>(Retorn al text)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Considero que l'ús de les xarxes socials radica sobretot en la imitació dels i les adolescents (SE1) - Sempre la finalitat màxima és aconseguir likes dels altres. Interactuar amb els iguals (SE1) - Els adolescents sempre volen imitar el que veuen, sense tenir en compte si és real o no, o si és aconsellable o no (SE1) - La finalitat és fer-se veure i la seva vida privada, sigui pública. Fer-se veure davant dels seus iguals. Buscar l'aprovació dels altres (SE2) - La finalitat absoluta és la comunicació entre els seus iguals, l'aprovació d'aquests i buscar la seva identitat a través de la imitació de models (SE3) 	

TAULA 23	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
Taula 23: Canvis comportament (Retorn al text)	<ul style="list-style-type: none"> - Sembla que sigui com una moda (SE1) - Ells fan un seguiment d'aquests estereotips que moltes vegades no són les més adequades (SE2) - Però no cal arribar a aquests trastorns per poder veure i entendre que hi ha molts casos de mala relació amb el menjar. Dietes de batuts, operacions biquinis abans d'estiu amb dietes horribles o dejú intermitent, són algunes pràctiques que es veuen dia a dia i que són preocupants perquè són joves i estan en creixement (SE2) 	

TAULA 24	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
Taula 24: Motiu canvis comportament (Retorn al text)	<ul style="list-style-type: none"> - I arran d'aquí hi va haver moltes noies que van començar a imitar-la (SE1) - Terrible! Si no es senten acceptats, el seu comportament és terrible! Busquen destacar de totes les maneres possibles ja sigui fent accions adequades o no, el que els importa es fer-se veure (SE1) - . I agafar referents a qui imitar (SE2) - Seguir i imitar els passos de gent que segueixen, comportaments i actituds que han vist (SE2) - Sí, perquè els adolescents estan en una època en el que s'emmirallen molt per poder definir qui són i la seva personalitat. I tot i que aquesta influència ben gestionada no té perquè ser negativa, la influència hi és. Igual que les modes. I les xarxes faciliten aquesta influència perquè són molt accessibles (SE3). - Crec que els models que imiten indudablement modifiquen el seu comportament doncs tendeixen a imitar tot el que veuen i a emmirallar-se com abans deia. Reproduint actituds o comportaments és una manera més de conèixer-se i seguir formant la seva identitat (SE3) 	

TAULA 25	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
<p>Taula 25: Influència emocional RRHH</p> <p>(Retorn al text)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - El problema radica quan vols ser alguna cosa que no és real i no és assumible.. Per tant et frustres, et compares, etc. (SE1) - Jo crec que els crea angoixa perquè no són com aquestes persones que segueixen. Jo crec que els crea frustració per no ser tan prima, o tan famós, o tan guapo, com aquella persona que segueixen (SE2) - Jo crec que sí. Els adolescents estan en búsqueda de trobar el seu forat al món i els hi afecta molt (SE2) - Sí, crec que afecta molt sobretot en quant al tema de la frustració. Com que no poden aconseguir el que veuen es frustren (SE2) - com que no sóc qui vull ser no tinc suficient valia. Si no m'assemblo a la persona que segueixo per instagram, no sóc bo o no sóc capaç, o no tinc les qualitats que m'agradaria tenir. Crec que no tenen un bon acompanyament en aquest procés d'adolescència (SE2) - Jo crec que estan fent molt de mal. No hi ha representació de la realitat a les xarxes i per tant no es veuen reflectides en aquestes i es frustren (SE2) - Crec que les xarxes poden donar un concepte no verídic. Tant cap a més com cap a menys. No per tenir més o menys likes a les teves fotografies augmenta o no la teva valia com a persona (SE3) 	<p>- La veritat que no crec que tingui una influència més gran que altres tipus de contingut. La moda crec que ara mateix està essent prou positiva i que s'està posant les piles amb les talles grans i la moda "oversize". L'alimentació, en aquestes edats no crec que sigui res important. I el fitness tampoc (SE1)</p>

TAULA 26	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
<p>Taula 26: Condicionants 1 (personals)</p> <p>(retorn al text)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Les característiques pròpies de cada persona també influeix molt en com prens aquest feedback, si el reculls com una crítica que et destrueix o si bloqueges i no fas cas perquè estàs segur de tu mateix. Has de estar content de tu mateix, no has de voler ser el del costat, hi ha moltes coses que influeixen. Sobretot mancances emocionals dins de la família on no troben el recolzament suficient (SE1) - Els afecta segons l'adolescent(SE1) - Has de ser tu qui ho has de saber valorar i acceptar-ho, bloquejar-ho, confrontar-ho, etc. (SE1) - Però el problema està quan hi ha gent que publica contingut inadequat i els adolescents ho consumeixen sense saber que no ho és (SE1) - D'una noia molt bona estudiant i molt exigent, que ja solen ser els perfils amb més risc (SE1) - Si que és cert que després també depèn de les característiques de cadascú. Hi ha adolescents amb més i menys criteri (SE2) - Que per les seves característiques personals i familiars fan mal ús de les xarxes socials (SE3) - Considero que hi ha una predisposició prèvia a l'afectació, sobretot en relació a la falta de suport del context o la falta d'autoestima (SE3) - Crec que de base també ha d'haver trastorns emocionals que afavoreixin que l'adolescent pugui reproduir aquests trastorns (SE3) 	

TAULA 27	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
<p>Taula 27: Condicionants 2 (familiars/amics)</p> <p>(retorn al text)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - O amb més i menys recolzament familiar o d'amics que puguin donar un altre cop de vista i que els ajuda a poder discernir el que està bé i el que no, el que és real del que no (SE2) - Que per les seves característiques personals i familiars fan mal ús de les xarxes socials (SE3) - Si no es fa un bon acompanyament en relació a l'establiment de límits poden ser catastròfiques (SE3) - Considero que hi ha una predisposició prèvia a l'afectació, sobretot en relació a la falta de suport del context o la falta d'autoestima(SE3) 	

TAULA 28	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
Taula 28: Condicionants 3 (social) (Retorn al text)	<ul style="list-style-type: none"> - Les xarxes no ajuden a fomentar una bona base que recolzi l'autoestima i l'autoconcepte (SE1) - Però el problema està quan hi ha gent que publica contingut inadequat i els adolescents ho consumeixen sense saber que no ho és (SE1) 	<p>D'igual manera que et deia abans. Jo estic d'acord en que hi hagi difusió d'hàbits saludables i informació al respecte que promogui cuidar-se, no per estar prim sinó per estar sa (SE1)</p>

TAULA 29	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
<p>Prevenió intervenció educativa</p> <p>(Retorn al text)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Actualment està amb atenció domiciliària perquè no pot vindre a l'escola (SE1) - Sí, des de l'institut es promouen hàbits de vida saludable i hi ha diferents xerrades i accions des de tutoria que ho treballen. Hàbits lligat també al benestar emocional amb un mateix i amb els altres (SE1) - Quan l'alumne comunica la problemàtica, perquè ho ha de comunicar sinó no es pot fer res, s'avisava als pares i se'ls comunica a ells. Després es fa derivació a CSMIJ i des d'allà es valora la gravetat i la possibilitat o no d'ingrés. Quan està ingressat no hi ha seguiment educatiu a l'ITA de Tarragona per exemple. Però quan estan fent seguiment des del centre de dia si que tenen seguiment educatiu (SE1) - Correcte, dins dels recursos que tenim, es fa molta prevenció a les accions de tutoria i també intervenció per part meua (SE1) - Però amb el que hi ha considero que el recolzament i acompanyament que es fa és bo (SE1) - Sí, a les tutories. Hi ha activitats en els que es treballen els TCA però no com a trastorn sinó com tots els conceptes que deriven d'aquests. Dieta saludable, l'autocura, l'autoestima, etc. (SE2) - Quan es veu es posa en marxa el protocol, s'avisava a la família i es deriva a salut, tant física com mental (CSMIJ) (SE2) - Crec que es bona. El recolzament que els tutors donen des de tutoria crec que es prou constant i eficaç com per fer una bona prevenció, detecció i intervenció (SE2) - Sí, aquesta temàtica s'aborda des de les aules a través de les tutories amb xerrades, grups de suport, etc. (SE3) - Normalment amb la derivació de la psicopedagoga de l'institut és suficient per a que la família i salut puguin actuar davant de la problemàtica. Però quan el cas és greu i m'arriba a mi si que hem realitzat intervencions més específiques com atenció domiciliària (SE3) - Correcte, es vetlla molt pel benestar dels joves des dels instituts. Es vetlla perquè no tinguin conductes addictives, perquè siguin respectuosos amb la salut, perquè puguin treballar la part emocional. A part de la vessant acadèmica crec que el seguiment emocional és molt important i si que es fa (SE3) 	<p>Però clar, els recursos són els que són i tan de bo poder tenir-ne més per fer-ne més perquè fa falta (SE1)</p>

TAULA 30	V. que confirmen la hipòtesi	V. que no confirmen la hipòtesi
Incidència TCA a les aules (Retorn al text)	<ul style="list-style-type: none"> - És a dir a passat de casi no haver casos, a haver en aquests quatre anys 6 o 7 alumnes que es sàpiga i que s'hagi obert el protocol des de l'institut perquè se m'ha comunicat i han estat ingressats. Però en sé de molts altres que la detecció ha estat a casa i ha estat des d'allà des de on s'ha tramitat tot i l'adolescent està acudint al centre de dia de CSMIJ, per tant hi ha més de 25 segur (SE1) - Hi ha hagut casos de anorèxia i bulímia (SE2) - Crec que la incidència és alta. Un dels més preocupants va ser un jove amb bulímia que encara tenim a l'institut però que fa un parell d'anys ell mateix va acabar demanant ajuda perquè estava desbordat, i el van haver d'ingressar per estabilitzar-lo (SE2) <p>Considero que la incidència és alta. Potser podríem dir entre un 3 i 5 per cent dels joves entre els dos instituts de la zona essent un total de 500 alumnes al IES Torredembarra i 700 al Ramon de la Torre (SE3)</p>	