



UNIVERSIDAD NACIONAL DEL ESTE
FACULTAD DE FILOSOFÍA
CARRERA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN



**INFLUENCIA DE LOS NUEVOS MEDIOS EN LA IMAGEN CORPORAL
DE ESTUDIANTES DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Autora:

Francielly Pérez Domínguez

Correo: franpd3@gmail.com

Orientadora:

Lic. Graciela Duarte Maidana

Correo: graciela.duarte@filosofiaune.edu.py

Trabajo Final de Grado presentado a la Facultad de Filosofía de la Universidad
Nacional del Este como requisito para la obtención del título de Licenciatura en
Ciencias de la Comunicación

Ciudad del Este - Paraguay

Año 2021

RESUMEN

El propósito de este estudio cuantitativo de tipo descriptivo, de diseño no experimental transversal, es analizar la influencia de los nuevos medios de comunicación en la percepción de la imagen corporal, teniendo como muestra a estudiantes universitarios. Como instrumento se aplicó un cuestionario de elaboración propia a estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, en Ciudad del Este, Paraguay, la misma está compuesta por $n=67$, de edades entre 18 y 45 años, del primero al cuarto año. Dicho instrumento fue aplicado de manera virtual entre los meses de octubre y noviembre del año 2020. Con relación a los objetivos, se buscó identificar los nuevos medios de comunicación utilizados, determinar la utilidad que dan a los nuevos medios, identificar la experiencia en los nuevos medios con relación a la imagen corporal y describir las conductas en los nuevos medios relacionadas a la imagen corporal de los estudiantes de Ciencias de la Comunicación. Los resultados del estudio, según las respuestas de la muestra, refieren que existen experiencias y conductas relacionadas a la imagen corporal que se presentan por utilizar los nuevos medios de comunicación, si bien la respuesta no es “siempre”, se constató que sí existe cierto nivel de influencia. El trabajo concluye que los medios de comunicación, específicamente los denominados “nuevos medios” sí influyen de cierta forma a los estudiantes, principalmente en aquellos que utilizan de manera continua las redes sociales, además se identificó que los nuevos medios más utilizados por la muestra son las redes sociales, seguidamente se encuentran los periódicos digitales y las radios virtuales.

Palabras claves: nuevos medios; imagen corporal; influencia.

ABSTRACT

The purpose of this descriptive quantitative study, with a non-experimental cross-sectional design, is to analyze the influence of the new media on the perception of body image in a sample of university students. As an instrument, a self-elaborated questionnaire was applied to students of the Communication Sciences career of the Facultad de Filosofía de la Universidad Nacional del Este, in Ciudad del Este, Paraguay, it is composed of $n=67$, of ages between 18 and 45 years old, from the first to the fourth year. This instrument was applied virtually between the months of October and November of the year 2020. Regarding the objectives, it was sought to identify the new media used, determine the usefulness they give to the new media, identify the experience in the new media in relation to body image and describe the behaviors in the new media related to body image of Communication Sciences students. The results of the study, according to the responses of the sample, refer that there are experiences and behaviors related to body image that are presented by using the new media, although the answer is not "always", it was found that if there is a certain level of influence. The study concludes that the media, specifically the so-called "new media" if they influence students in a certain way, mainly those who continuously use social networks. Furthermore, it was identified that the new media most used by the sample are social networks, followed by digital newspapers and virtual radios.

Keywords: new media, body image, influence.