

Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua, León  
Facultad de Ciencias Médicas  
Carrera de Psicología



Tesis para optar al Título de Licenciado en Psicología

“Actitudes y grados de preocupación por la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León, abril - octubre del 2014”

**Autor:**

Br. Armando José Quintana Barraza

**Tutor(a):**

Lic. María Isabel Caballero Sánchez. MSc.  
Profesora auxiliar de la Facultad de Ciencias Médicas.  
UNAN-León.

**León, 15 de Junio del 2015**

“A la libertad, por la Universidad”

## Índice de Contenido.

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
Introducción.....	1
Antecedentes.....	3
Justificación.....	8
Planteamiento del Problema.....	10
Objetivos.....	12
Marco Teórico.....	13
Material y Método.....	31
Resultados.....	49
Discusión de Resultados.....	55
Conclusiones.....	59
Recomendaciones.....	61
Referencias Bibliográficas.....	62
Apéndice.....	77

## Índice de Tablas

<b>Contenido</b>	<b>Página</b>
<b>Tabla N° 1:</b>	
Distribución porcentual de los datos sociodemográficos de la población de estudio.....	49
<b>Resultados Cualitativos:</b>	
Componentes: cognoscitivos, afectivos y conductuales en relación a la imagen corporal.....	50
<b>Diagrama N° 1:</b>	
Grados de Preocupación.....	54

## *Dedicatoria.*

*Dedico este trabajo monográfico a Jehová Dios por brindarme el don de la vida y haberme concedido llegar hasta la culminación de mi carrera universitaria.*

*A mis padres por brindarme su apoyo incondicional en todo momento y motivarme para alcanzar mis metas en la vida.*

*A mi tutora Lic. María Isabel Caballero, por su paciencia y motivación en la realización de este estudio monográfico.*

## *Agradecimiento.*

*Agradezco a Jehová Dios por brindarme el don de la vida y ayudarme con su sabiduría para culminar mis estudios universitarios.*

*A mis padres por cuidar de mí e incentivarme a seguir adelante y lograr mis metas en la vida.*

*A mi tutora, por dedicar su tiempo a orientarme con su sabiduría y experiencia en la realización de este estudio monográfico.*

*A los jóvenes de los gimnasios quienes abrieron su mente y corazón al brindar información valiosa que es la esencia de este estudio, asimismo a los dueños de los gimnasios quienes confiaron en mí y me permitieron acceder a sus instalaciones para llevar a cabo la realización de este estudio monográfico.*

## **Resumen.**

Actitudes y grados de preocupación por la imagen corporal, es un estudio Cualitativo-cuantitativo de corte transversal, tiene como objetivo indagar sobre las actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino. La muestra cuantitativa estuvo conformada por un total de 71 jóvenes varones, la información obtenida fue procesada sometiendo los datos a un análisis estadístico a través del programa SPSS® versión 15.0. Se les aplicó el cuestionario de datos socio demográficos y para medir los grados de preocupación por la imagen corporal: el test (ACQ) Adonis Complex Questionnaire; Para la recolección de los datos cualitativos se eligieron a 12 participantes, los que fueron seleccionados por conveniencia y se les realizó una entrevista a profundidad, los resultados obtenidos en este estudio demuestran que la mayoría de los jóvenes presentan grado medio a moderado del complejo de Adonis, que el entrenamiento corporal es bueno para la salud del cuerpo, internet ha sido un método novedoso y práctico para conocer acerca de los ejercicios físicos y sus beneficios, asimismo sienten preocupación y frustración ante la idea de que deben ser fuertes físicamente. Se recomienda informarse sobre los peligros de administrarse esteroides, consultar con un médico sobre el estado de salud y dar continuidad a la temática abordada.

### **Palabras Claves:**

Actitud, Grados de Preocupación, Imagen Corporal, Gimnasio.

## **Introducción.**

En el transcurso de la historia el ser humano ha construido ideales en torno al cuerpo y la salud, como signos de bienestar, los mismos que determinan el grado de aceptación en el medio social. En la actualidad la dedicación al cuerpo ha repercutido en una nueva perspectiva de vida. Tratándose de una moderna obsesión por alcanzar los ideales de la perfección física que tiene distintas formas de manifestarse bajo el deseo de una imagen corporal perfecta.

Cuando una persona se siente insatisfecha con su imagen corporal, suele referir a una devaluación de su apariencia y a una preocupación excesiva por su cuerpo. En esta insatisfacción además de manifestarse los aspectos afectivos y cognitivos, se presentan aspectos perceptivos, que influyen en la valoración de su cuerpo. Las personas insatisfechas con sus cuerpos, tienden a ocultarlos, someterlos a dietas y ejercicios extremos, así como evitar situaciones sociales en donde puedan ser objeto de la mirada de otros (Espina; Ortego; Ochoa; Yenes & Alemán, 2001).

Las alteraciones de la imagen corporal se caracterizan por una valoración cognitiva y actitudinal distorsionada en sentido negativo del propio cuerpo y

constituye un factor decisivo en la motivación para realizar algún tipo de dieta restrictiva o ejercicio físico demandante. (Miguez; De la Montaña; González & Rodríguez, 2010)

El culto que rinde al cuerpo nuestra sociedad es cada vez más importante induciendo a conductas de riesgo para el bienestar físico y psicológico, siendo el hombre afectado por el sinnúmero de mensajes de belleza masculina que ofrecen los medios de comunicación social y la publicidad. Tener una buena o mala imagen corporal influye en nuestros pensamientos, sentimientos y conductas, también en la forma en cómo nos respondan los demás. (Baile, 2003)

El propósito de este estudio es indagar sobre las actitudes y el grado de preocupación hacia la imagen corporal que tienen los jóvenes del sexo masculino que frecuentan los gimnasios, los resultados del estudio servirán a los dueños de los gimnasios para dar un salto de calidad y buscar entrenadores calificados y psicólogos del deporte que orienten a los usuarios de gimnasios y a los entrenadores para brindar entrenamientos físicos que estén acorde al estado físico y de salud de los usuarios. Siendo el estudio beneficioso al servir de información para conocer sobre las presiones psicológicas y las medidas que suelen tomar estos jóvenes para alcanzar sus fines propuestos e intentar encajar en una sociedad que le concede gran importancia a la imagen corporal.

## **Antecedentes.**

Iannotti (2005) En su estudio titulado: *“contraste de la percepción corporal entre hombres y mujeres”* señala en los resultados del estudio de la muestra formada por 20 personas (10 hombres y 10 mujeres) elegidas al azar, y con edades de 18 a 30 años de edad; se logró determinar en el grupo masculino que el 48,75% tuvieron una percepción por debajo del valor real de su IMC (Índice de masa corporal) así también menciona que la vigorexia causa problemas físicos y estéticos: desproporción entre cuerpo y cabeza, problemas óseos y articulares, falta de agilidad y acortamiento de músculos y tendones.

Gutiérrez; Ferreira (2007) Concluye en su investigación titulada: *“Vigorexia: Estudio sobre la adicción al ejercicio. Un enfoque de la problemática actual”*, que: la influencia del ejercicio se da en gran escala desde el nivel sociocultural, que desde los aspectos biológicos, el 29% en la variabilidad en la práctica de la actividad física es debida a factores genéticos, mientras que el 71% restante es producto de la propia interacción de cada individuo con los elementos del exterior, de igual forma el estudio destaca que desde el cine y la publicidad se difunde el modelo de hombre fuerte y atlético, como prototipo de salud y éxito, lo cual puede causar una obsesión por el culto al cuerpo y una frustración en jóvenes varones cuya complejión no se adopte a estos cánones.

Rodríguez; Rabito (2010) En su estudio titulado: *“Vigorexia: de la adicción al ejercicio a entidad nosológica independiente”*, destaca lo siguiente: en la muestra de estudio se sigue cumpliendo el perfil del vigoréxico descrito por Baile en 2005, en hombres entre los 18 y los 35 años, que practican alrededor de 3 horas diarias de deporte. Entre las variables socio demográficas el nivel educativo aparece como variable significativa en ambos análisis, por lo que se podría considerar un factor de riesgo. La muestra estaba formada por 85 participantes voluntarios usuarios habituales de gimnasios, de la muestra 60 eran varones y 25 mujeres entre 15 y 54 años de edad, siendo la edad media 28 años. La mayor parte de la muestra tenía un nivel de estudios por encima del bachillerato (60 sujetos) y 19 de ellos poseían una titulación deportiva. De los 85 participantes, 25 (29. 41% de los sujetos) fueron señalados como Vigoréxicos según la evaluación de expertos. A cada uno de los sujetos que compone la muestra se le administro una batería de test bajo el nombre de estudios sobre aspectos psicológicos del ejercicio físico. Asimismo, El ideal de belleza se midió con el Adonis Complex Questionnaire.

Fanjul Peyró (2013) En su estudio experimental titulado: *“Estereotipo somático del hombre en la publicidad de estética y su influencia en la vigorexia masculina”* señala que: Como un primer acercamiento al estudio de la influencia de los modelos masculinos publicitarios en la vigorexia, Fanjul desarrolla una investigación con una muestra de 195 usuarios de gimnasio, sobre esta muestra, se analiza: cuál es el modelo masculino que contemplan como predominante en la publicidad, la consideración de este modelo como ideal estético a alcanzar y

cómo influye el estereotipo somático masculino en la percepción y valoración del propio cuerpo. Posteriormente, investiga lo mismo pero aplicadas a un subgrupo de esta muestra considerado como de potenciales vigoréticos (39 casos en total), teniendo en cuenta para su determinación la importancia que estos sujetos habían manifestado en la obtención de una mayor masa muscular. El estudio se realizó a través de una encuesta con 30 ítems que abordan diversos aspectos (individuales, psicológicos y sociales) para poder vincular la vigorexia con la influencia mediática, la publicidad y los modelos masculinos, en la que se concluye según el grupo de usuarios de gimnasios de acuerdo a la influencia de los modelos masculinos en la auto percepción corporal que el (43%) responde que si influye en gran manera, el (27%) en algunas ocasiones se sienten persuadidos, y el (30%) la publicidad no influye en casi nada. En cambio en el caso de los potenciales vigoréticos que corresponden a la otra parte de la muestra total, los cuales refieren lo siguiente en la influencia de los modelos masculinos en la auto percepción corporal, el (56%) refiere que la publicidad de estética masculina si influye demasiado, el (31%) en ocasiones, y el (13%) la publicidad no influye en nada en sus vidas.

Abirnaga (2013) En su investigación titulada: *“Comportamientos relacionados con la Dismorfia Muscular en usuarios de esteroides anabolizantes”* en el cual determinó que: la dismorfia muscular es una alteración de la imagen corporal estrechamente relacionada con el entrenamiento de la fuerza; en este estudio investigativo se trabajó con una muestra de 150 varones, de los que 71(32,57%)

conformaban un grupo de fisicoculturistas competidores y 79 (36,24 %) formaban un grupo de fisicoculturistas no competidores. Los primeros debían haber participado en competencias oficiales de fisicoculturismo durante al menos los dos últimos años y ambos grupos debían cumplir con el requisito de llevar al menos dos años practicando musculación de manera continuada (más de tres días por semana) y como ejercicio principal. En cuanto a la dimensión de preocupación por el físico, se evidencio como los fisicoculturistas competidores muestran en mayor número comportamientos de evitación a mostrarse físicamente y se sienten mal tras compararse físicamente, en comparación con los no competidores.

En la búsqueda de información relacionada a la imagen corporal, se encontró a nivel local, en la ciudad de Chichigalpa, una investigación dirigida al aspecto físico de varones en correspondencia a su imagen corporal, Espinoza; Silva (2012) Con su estudio titulado *“Actitudes alimentarias y satisfacción corporal en jóvenes que realizan ejercicios físicos en diferentes gimnasios de Chichigalpa. Abril 2011-Mayo del 2012”*, se concluye lo siguiente: En una muestra conformada por 100 jóvenes usuarios habituales de gimnasios, de los cuales 50 eran hombres y 50 mujeres. En cuanto a la valoración actual sobre la imagen corporal de los hombres se registró que el 30% de los participantes se encuentran insatisfechos con su imagen corporal.

En este contexto se considera que el poder persuasivo de los modelos de belleza masculinos difundidos a través de los medios de comunicación social

Podría estar influyendo la manera de pensar dirigida al ideal de belleza masculina y afectar negativamente la imagen corporal de los jóvenes del sexo masculino, derivando en actitudes y preocupaciones en relación a su propia imagen corporal.

## **Justificación.**

El interés creciente del hombre por su aspecto físico e imagen corporal es un fenómeno social que cada día se arraiga más en nuestra sociedad. La imagen corporal ideal, es una generalización preconcebida sobre los atributos o características de las personas en los diferentes grupos sociales, en el caso de género, atributos asignados a hombres y mujeres en función de su sexo. (Colás & Villaciervos, 2007).

El propósito de este estudio es indagar sobre las actitudes y el grado de preocupación hacia la imagen corporal que tienen los jóvenes del sexo masculino que frecuentan los gimnasios, los resultados del estudio servirán a los dueños de los gimnasios para dar un salto de calidad y buscar entrenadores calificados y psicólogos del deporte que orienten a los usuarios de gimnasios y a los entrenadores para brindar entrenamientos físicos que estén acorde al estado físico y de salud de los usuarios. Siendo el estudio beneficioso al servir de información para conocer sobre las presiones psicológicas y las medidas que suelen tomar estos jóvenes para alcanzar sus fines propuestos e intentar encajar en una sociedad que le concede gran importancia a la imagen corporal.

La información recopilada en este estudio será de utilidad para los jóvenes de ambos sexos que deseen conocer las actitudes hacia la imagen corporal en sus tres componentes: cognoscitivo, afectivo y conductual, asimismo la preocupación que experimentan los hombres que asisten a gimnasios de entrenamiento físico, en relación a la apariencia de su imagen corporal.

Además, servirá como herramienta de información científica para estudiantes de la carrera de Psicología, carreras afines y a la Universidad debido a que facilitara la búsqueda de documentos relacionados con este tema de estudio en investigaciones posteriores que deseen indagar sobre las actitudes y grados de preocupación de los jóvenes del sexo masculino en relación a su imagen corporal.

## **Planteamiento del Problema.**

En la actualidad las mujeres no son las únicas protagonistas de las historias de moda por alcanzar el ideal de belleza perfecta, hoy día vemos que la necesidad por estar bien físicamente afecta de igual forma a los hombres. Según Compte (2009): El desarrollo de la preocupación por la imagen corporal en el hombre se relaciona directamente con trastornos del estado del ánimo. Tal es el caso de Trastorno Depresivo Mayor y Trastornos Bipolares, el 58% de los hombres afectados por su imagen corporal desarrollaban al menos un Episodio Depresivo Mayor a lo largo de su vida, siendo el 20% del total de los voluntarios del sexo masculino quienes cursaban con algún tipo de Trastorno Bipolar.

Campos (2007) concluye que la masculinidad del varón, es un factor que influye desde que el niño empieza a tomar conciencia de esta, a lo cual el hombre ha sido considerado que para ser hombre se necesita ser fuerte, varonil, y que nunca se debe mostrar debilidad física ni emocional, lo cual incluye la manera de pensar y comportarse y de adaptarse a los ideales de imagen corporal en torno a la masculinidad.

La imagen corporal del hombre en la publicidad de estética masculina ha sido promulgada masivamente por los medios de comunicación social y el cual es

interiorizado, elevado y buscado por los hombres, ya sea de forma consciente o inconsciente.

En este contexto se considera que el poder persuasivo de la imagen corporal que se fomenta al hombre desde que es un infante y lo representado como el ideal de estética de belleza masculina presente en los medios de comunicación social y la publicidad , podría estar derivando en una manera de pensar dirigida al ideal de masculinidad e influir en las actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en los jóvenes del sexo masculino que asisten a gimnasios de entrenamiento físico.

Mediante lo expuesto anteriormente se plantea la siguiente interrogante de investigación:

¿Cuáles son las actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal de los jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León, en el período comprendido de Abril - Octubre del 2014?

## **Objetivos.**

### **General:**

Indagar sobre las actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León, en el período abril-octubre del 2014

### **Específicos:**

Mencionar las características sociodemográficas de la población de estudio.

Identificar los componentes: cognoscitivos, afectivos y conductuales de las actitudes en estos jóvenes en relación a su imagen corporal.

Medir los grados de preocupación de la imagen corporal en la población de estudio.

## Marco Teórico.

### 1. Teoría General de las Actitudes de Floyd Allport:

Floyd Henry Allport (nació en Milwaukee, Wisconsin, Estados Unidos, 22 de agosto de 1890 – fallece en Los Altos, California, Estados Unidos, 15 de octubre de 1978) Allport, desarrolla su teoría de las actitudes en base a sus investigaciones de psicología social, su teoría de las actitudes destaca lo siguiente (Rodríguez, 1991):

**1.1 Actitud:** es una creencia o sentimiento de una persona que determina a valorar su predisposición favorable o desfavorablemente los objetos y sujetos que la rodean y que por ende influyen en su comportamiento. La integran las opiniones o creencias, los sentimientos y las conductas, factores que a su vez se interrelacionan entre sí. Las opiniones son ideas que uno posee sobre un tema y no tienen por qué sustentarse en una información objetiva. Por su parte, los sentimientos son reacciones emocionales que se presentan ante un objeto, sujeto o grupo social. Finalmente, las conductas son tendencias a comportarse según opiniones y/o sentimientos propios. Las actitudes orientan los actos si las influencias externas sobre lo que se dice o se hace tienen una mínima incidencia. (Farré; Lasheras & Casas, 2002)

## 1.2 Componentes de la actitud.

Revista EduFísica (2014) señala que la teoría de las actitudes de Allport, está estructurada por tres componentes de los cuales se hacen mención los siguientes:

**1.2.1 Componente Cognoscitivo:** es el conjunto de datos e información que el sujeto sabe acerca del objeto del cual toma su actitud. Un conocimiento detallado del objeto favorece la asociación al objeto. Para que exista una actitud, es necesario que exista también una representación cognoscitiva del objeto. Está formada por las percepciones y creencias hacia un objeto, así como por la información que tenemos sobre un objeto. (Rodríguez, 1991)

**1.2.2 Componente Afectivo:** son las sensaciones y sentimientos que dicho objeto produce en el sujeto, es el sentimiento en favor o en contra de un objeto social. Es el componente más característico de las actitudes. Aquí radica la diferencia principal con las creencias y las opiniones que se caracterizan por su componente cognoscitivo. El sujeto puede experimentar distintas experiencias con el objeto estos pueden ser positivos o negativos. (Rodríguez, 1991)

**1.2.3 Componente Conductual:** son las intenciones, disposiciones o tendencias hacia un objeto, es cuando surge una verdadera asociación entre objeto y sujeto. Es la tendencia a reaccionar hacia los objetos de una determinada manera. (Rodríguez, 1991)

## **2. Construcción social de la belleza en el hombre y su influencia en la masculinidad.**

Fanjul Peyró (2006) menciona que el ideal de belleza para el hombre se inspiró en Grecia y en su arte, principalmente en la escultura, Winckelmann fue uno de los principales promotores en la exaltación y defensa de la belleza en la escultura griega.

El prototipo masculino de la antigüedad en la Grecia clásica, era el del atleta u hombre de perfil griego, cuyo aspecto físico era en sumo atractivo. El cuerpo masculino desnudo es el tema de la escultura y la pintura griega, desde el siglo VIII a.C. atribuyéndoles a estos la plenitud de la juventud y la belleza. (García Romero, 2013)

La imagen corporal se define como el modo en el que uno percibe, imagina, siente y actúa respecto a su propio cuerpo. Es muy importante entre los jóvenes y aunque el control del peso puede disminuir el riesgo de padecer enfermedades crónicas en la vida adulta, la preocupación excesiva por estar delgado e hipermusculado puede llevar a prácticas negativas para la salud que suponen un factor de riesgo para la desnutrición y también para trastornos de la conducta alimentaria. (Arroyo; Rocandio, 2005)

La imagen corporal del hombre se ha convertido en un factor a tener en cuenta en la práctica deportiva. Los atletas varones ven en el deporte una forma de cumplir con los estereotipos sociales de imagen corporal masculina. Asimismo, la sociedad ha adoptado la imagen corporal del hombre atlético y lo ha implantado como un estereotipo social de belleza en el varón. (Lallana del Río, 2013)

La imagen que cada individuo tiene de su propio cuerpo es tan subjetiva que no necesariamente ha de coincidir con la que de él tienen los demás. En la auto percepción corporal influyen múltiples factores que interaccionan entre sí, como las vivencias afectivas y experiencias que van consolidando la personalidad o la autoestima. (Marrodán; Montero-Roblas, 2007).

El hombre se ve sometido desde su infancia a intentar demostrarse ante sí mismo y los demás lo que no es más que lo que verdaderamente es: no dependo de nadie, no soy un fracasado, no soy un perdedor, no soy un impotente y sobre todo no soy un afeminado. Ello implica una serie de prohibiciones, que desde lo cultural son impuestas a los hombres. Estas prohibiciones interfieren en la satisfacción de sus necesidades, ponen en peligro a veces su vida, y en ocasiones, la de los demás. (Molina & Dayron, 2011)

## **2.1 Actitudes de los varones ante la imagen corporal de belleza masculina**

Todo lo percibido por los seres humanos puede considerarse como simbólico, o funcional o como ambas cosas. El significado simbólico funciona dentro del inconsciente ya sea verbalmente o no. Los símbolos implican más bien lo que un objeto o situación significa para nosotros, que lo que nos diría. Los significados simbólicos parecen constituir la base sobre la cual la percepción se convierte en algo profundamente significativo. (Fanjul Peyró; González, 2013)

Los medios de comunicación, desde un punto de vista estricto, podrían ser considerados como instrumentos o medios técnicos destinados a la transmisión de información. Siendo también un medio de incitación al consumo y, por tanto, de transmisión y generación de deseos, conductas, actitudes y dentro de los medios de comunicación, un importante papel lo desempeña la publicidad, la cual representa ideales de imagen corporal masculina los cuales están cargados emotivamente, y lo que es más, la emoción representa un papel regulador de lo cognitivo. (Fernández & Ansó, 2002)

El concepto de la imagen corporal ha sido poco estudiado en el campo de la Psicología Organizacional. Dicho tema ha estado vinculado mayormente con aspectos psicopatológicos relacionados a trastornos alimentarios. La imagen corporal es un constructo psicológico complejo, que se refiere a cómo la

autopercepción del cuerpo genera una representación mental que incluye emociones, pensamientos y conductas asociadas. (León Vargas; Ornelas Contreras, 2014)

La publicidad de estética masculina y su influencia en la imagen corporal en la sociedad es objeto constante de críticas y prejuicios, sobre todo en aquellos aspectos que están relacionados con factores estéticos, publicidad de culto al cuerpo, la publicidad presenta un nuevo tipo de hombre. Un hombre que ha entrado en mundos que parecían exclusivos de la mujer: consume productos antes percibidos como exclusivamente femeninos (culto al cuerpo), ocupa sectores que se reservaban tradicionalmente a la mujer (el hogar, el cuidado de los hijos, la belleza y la alimentación). De la misma manera, se observa un cierto desplazamiento hacia las figuras masculinas, de los roles tradicionalmente femeninos (por ejemplo, de la mujer objeto se ha derivado el hombre objeto). (Carrillo, 2011)

La imagen corporal en la publicidad es una comunicación persuasiva y, como tal, su principal objetivo va a ser siempre convencer; crea, a través de los valores que connota a sus productos, modas, mitos o fetiches en los que los individuos ven un reflejo, un ideal o un potencial. Gran parte de la información visual que percibimos se dirige al umbral inconsciente. La imagen corporal masculina en la publicidad, el mensaje denotado está más dirigido a ser procesado por el plano consciente, mientras que el mensaje connotado intenta alcanzar el plano

inconsciente del receptor. Los estímulos visuales o gráficos son más intensos que las palabras y más fáciles de procesar, ya que la percepción visual se realiza de forma global y rápida. (Fanjul & González, 2010)

Los medios de comunicación con la televisión al frente, promueven un canon general como perfección física de la especie humana, donde los jóvenes son los más vulnerables, y en la que la imagen corporal masculina en la publicidad de estética masculina, le importa más la rentabilidad económica estando por encima del bienestar social y de cualquier otro valor educativo o de protección de la juventud. (García, 2006)

La materialidad somática ocupa un lugar central en el proceso de mediación de la experiencia humana, convirtiéndose en un medio y un valor tan fuerte que se ha transformado en sujeto de culto, en un bien de uso y consumo sobre el que recaen expresiones simbólicas y figurativas de la perfección y la felicidad. La realidad de la imagen corporal se ha convertido en símbolo expresivo del posicionamiento del individuo dentro de la sociedad. Deseamos gustar, ser aceptados, triunfar y ser felices, los anuncios de belleza masculinos transmitidos socialmente por los medios y la publicidad, influyen en el establecimiento de las relaciones sociales y en los juicios sobre la propia imagen corporal o la de los demás. La mayor o menor correspondencia de nuestro cuerpo con los cánones de belleza establecidos puede llegar a influir en nuestra autoestima y respeto por nuestro cuerpo. (Fanjul Peyró, 2013)

La imagen corporal está relacionada con la autoestima, que es la capacidad de tener confianza y respeto por sí mismo. La imagen corporal está ligada al género, que se refiere a las diferencias entre los hombres y las mujeres en cuanto a ideas, valores y modos de actuar. Estas diferencias no tienen un origen biológico, sino que son construcciones sociales que determinan lo que en cada sociedad significa ser hombre o ser mujer. Los medios de comunicación proponen ideales que influyen enormemente en hombres y mujeres, para crear imágenes corporales ideales que la mayoría de las veces los confunden y dañan. (Aguilar; Botello & Aumak, 2013)

La preocupación constante por algún defecto inexistente en la imagen corporal, cuando en realidad se presenta un aspecto físico normal, es la principal característica del trastorno dismórfico corporal. A causa del aparente origen físico, los sujetos con trastorno dismórfico corporal buscarán al profesional de la salud relacionado con el sector del cuerpo comprometido, siendo muy frecuente la visita al cirujano plástico. Quienes se ven afectados en su imagen corporal poseen un alto índice tentativas de suicidio, entre el 21% y el 29%, como también un grado de estrés y sufrimiento psicológico superior a pacientes con depresión, diabetes o con recientes ataques cardíacos. (Barlow & Durand, 2006).

El sujeto de la cultura del culto al cuerpo cultiva un estilo de vida propio basado en elecciones rigurosas y conscientes. Sabe qué comer o a qué horarios debe

hacerlo. Conoce la importancia de hacer deporte, pues su imagen corporal reclama la estética, pero su organismo también necesita irradiar salud. Cada una de las elecciones que realiza está cuidadosamente meditada. El cuidado del propio cuerpo y el estar en forma son responsabilidades del sujeto del estilo de vida del culto al cuerpo, el cual asume elogios o críticas desde el exterior y se hace cargo de su propia apariencia. (Garcés; Ramos, 2013)

Los jóvenes disponen de una amplia cultura publicitaria debido a que están muy familiarizados con la publicidad; ésta forma parte de su acervo cultural y representa publicidad. Para ellos esta es una forma o vehículo de expresión social y cultural. A través de la publicidad se expresan algunos de los problemas de los jóvenes, se proyectan personajes y símbolos con los que identificarse, se reinterpretan los valores culturales de los jóvenes; La publicidad busca mostrar una estética en la que se reflejen los jóvenes. En este sentido se observa cómo en los últimos años se han producido cambios en los patrones de belleza publicitarios. (Sánchez; Mejías & Rodríguez, 2004)

La manifestación de lo que un individuo es y/o lo que quiere ser se plasma principalmente a través de su imagen corporal, un modelo coherente e integrado de su identidad personal que se construye en un contexto relacional y abierto. En la percepción social de lo bello, la belleza está íntimamente asociada a la sensualidad de los cuerpos y de los objetos, y cuando la belleza se hace discurso, su finalidad manifiesta es precisamente la seducción por la vía de la sensualidad.

No se está hablando de la belleza intelectual o espiritual, sino de la apariencia externa de las cosas, de lo que entra directamente por la vista e impacta la conciencia. (Fanjul Peyró, 2013)

### **3. El cuerpo como ente fundamental en la preocupación de la imagen corporal**

La imagen corporal es la representación del cuerpo que cada persona construye en su mente y la vivencia que tiene del propio cuerpo. Una cosa es la apariencia física y otra distinta la imagen corporal, personas con una apariencia física que se aleja de los cánones de belleza pueden sentirse bien con su imagen corporal y de modo contrario, personas socialmente evaluadas como bellas pueden no sentirse así. La apariencia física es la primera fuente de información en la interacción social, es la realidad física. (Salaberria; Rodríguez & Cruz, 2007)

En la sociedad occidental globalizada, la construcción social del cuerpo masculino ha generalizado las prácticas de cuidado estético entre los varones. Algunos autores sostienen que este fenómeno es una consecuencia de la desestructuración de los patriarcados tradicionales, por lo que el modelo masculino de belleza estaría renovándose mediante su feminización y su sexualización. En la actualidad, el modelo normativo de belleza masculina es el modelo del atleta caracterizado a partir de la representación de los héroes en el cine estadounidense, o bien mediante la explotación de la imagen de deportistas

profesionales en el discurso publicitario. De este modo, el morfotipo atlético se ha convertido en el ideal estético al que aspiran millones de varones en el mundo occidental, los cuales han generalizado la práctica del bodybuilding (culturismo) en lo que se puede considerar un fenómeno social abarcador. (Sambade, 2013)

Cuanto mayores son las posibilidades que se nos ofrecen, más se desestabiliza nuestro conocimiento acerca de qué es el cuerpo en realidad. De hecho, parece claro que en la actualidad estamos viviendo en una época en la que el cuerpo y su significado sociocultural han tomado dimensiones inusitadas. La insistente transmisión por los más diversos y escurridizos medios de comunicación de imágenes con cuerpos musculosos (en hombres), unidas a mensajes sobre felicidad, éxito, y autoestima, ha asentado en el inconsciente colectivo la idea de que un cuerpo perfecto es sinónimo de vida perfecta. Lo cual abarca la idea de: sin un buen cuerpo no puede llevarse una buena vida y a mejor cuerpo, mejor vida. El problema aparece cuando, ante la creciente impotencia de alcanzar continuamente con los imposibles y cambiantes modelos corporales socialmente contruidos como deseables siendo esta una especie de encarnación de la autoestima a menudo se convierte en fuente de angustia. El deseo de alcanzar esa imagen y esa vida ideal, unido a la práctica imposibilidad de lograrlo, provoca, en general, un autoconcepto de imagen corporal negativo, lo cual, unido a otros factores, a veces se traduce en graves enfermedades psicosomáticas como la anorexia, la bulimia y la incipiente vigorexia en los hombres. (Adorni, 2013)

El rol protector de una autopercepción positiva en tanto ésta se asocia a una mayor resiliencia, bienestar subjetivo, una actitud positiva hacia la escuela y el estudio y un desempeño académico favorable. A su vez, una autopercepción negativa puede funcionar como un factor de riesgo de numerosas problemáticas en la niñez. En este sentido, se vincula a una mayor predisposición a la depresión, ideas suicidas y ansiedad e inadaptación. Asimismo, predice la agresividad, el comportamiento antisocial y la delincuencia en niños y adolescentes. (Gómez; Sánchez; Mahedero, 2012)

La imagen corporal del hombre hipermusculado que ofrece la publicidad, puede llevar a hombres desde edades adolescentes a desarrollar un trastorno en hombres llamado vigorexia o dismorfia corporal, la cual ha sido menos estudiada por diversas razones: por su reciente aparición dentro del panorama epidemiológico actual, porque su vivencia no pone en riesgo la vida de los sujetos que la padecen (aparentemente) y porque afecta a un grupo muy específico de deportistas. (Alcántara Moreno, 2008)

Al hablar de la percepción de la imagen corporal en hombres la hipermusculación deviene como ideal fundamental en la categoría de belleza masculina, teniendo un claro impacto en la vigorexia como búsqueda de que entre mayor aumento de masa muscular, más varón se es. En los hombres se ha reconocido el desarrollo de una preocupación patológica por la musculatura, que se caracteriza por un miedo intenso a ser demasiados pequeños, flacos o débiles.

Asimismo, la influencia de la publicidad de belleza masculina, se enmarcan otros antecedentes en el desarrollo de la dismorfia corporal en hombres, debido a la patente insatisfacción que muchos varones tienen en torno a su aspecto físico, el origen es multicausal e incluye factores individuales, socioculturales y ambientales. (Ortega Becerra, 2010)

La mayor parte de la gente está expuesta a la publicidad, pero no todos presentaran las alteraciones. Los sujetos con rasgos obsesivos serán los de mayor riesgo para el desarrollo de los llamados trastornos de la conducta alimentaria y los comportamientos obsesivos basados en la imagen corporal y la salud. (Alcántara Moreno, 2008)

La práctica de ejercicio continuado puede estar recompensado psicológicamente de diversas maneras: mejorando el estado de ánimo, proporcionando más ocasiones para relacionarse socialmente y estas recompensas pueden fomentar un comportamiento de ejercicio continuado, este proceso se ha descrito como una motivación intrínseca de la práctica del ejercicio. El culto al cuerpo masculino puede desencadenar en vigorexia, para los especialistas es claro que su causa es más profunda. Al igual que en la anorexia, cuyo carácter hereditario es cada vez más evidente, el vigoréxico puede presentar trastornos con los neurotransmisores del cerebro, como la serotonina, cuyo déficit lleva a quien es obsesivo-compulsivo a repetir sus actos una y otra vez. Lo

fundamental es el tratamiento psicológico, que debe centrarse en la recuperación de la autoestima. (Gutiérrez & Ferreira, 2007)

### **3.1 Consecuencias de la preocupación de la imagen corporal en hombres.**

El trastorno dismórfico corporal se inicia generalmente en la adolescencia y se relaciona con la imagen corporal negativa, pero puede pasar desapercibido durante muchos años debido a que con frecuencia los individuos con este trastorno no quieren revelar sus síntomas. El inicio puede ser gradual o repentino; el curso es continuo, con pocos intervalos sin síntomas, a pesar de que su intensidad puede presentar altibajos. La parte del cuerpo en la que se centra la preocupación puede ser siempre la misma o variar con el tiempo. (Allen; Pincus; Firts & Widiger, 1995)

La percepción, la evaluación, la valoración, la vivencia del propio cuerpo está relacionada con la imagen de uno mismo como un todo, con la personalidad y el bienestar psicológico. En la formación de la imagen corporal existen dos variables importantes, por un lado la importancia de la imagen corporal para la autoestima y la satisfacción o insatisfacción con la misma, La presión social y cultural predispone al hombre hacia la fuerza asociada a potencia muscular y masculinidad como factor predisponente. (Salaberria; Rodríguez; Cruz, 2007)

El impacto negativo que eventualmente implica la gran preocupación de los hombres por ser musculosos, el tiempo y recursos destinados a conseguirlo (gasto económico, regímenes alimentarios especiales, entrenamiento), se manifiesta en deterioro de las relaciones interpersonales y de la vida sexual, en la merma del desempeño académico y laboral. (Behar; Molinari, 2010)

La vigorexia es un trastorno más habitual entre hombres con baja autoestima, pobre imagen corporal y extremadamente obsesionados por obtener el ideal de cuerpo musculoso. (De la Rosa, 2009)

Entre las características de practicar ejercicios de hipermusculación en los varones están: Distorsión severa de la imagen corporal, y obsesión por ella, conducta de tipo adictiva, compulsión al entrenamiento, el gimnasio pasa a ser su segundo hogar, aspecto narcisista, siempre se preocupan como engrosar sus músculos a cualquier costo ( Se observan permanentemente en el espejo sobre todo en sus sesiones de entrenamiento), Pérdida de las relaciones sociales por su relación adictiva con el gimnasio. (Mirella, 2013)

Los trastornos que ocasionan alteraciones en la percepción mental de la imagen corporal, son episodios patológicos con un trasfondo socio-psicobiológico, que ocurren por lo general en personas muy susceptibles a la ansiedad, en quienes la preocupación excesiva por el peso corporal y el aspecto físico, se transforman en el eje central en su vida. (Olmos & Hernández, 2009)

Las imágenes idealizadas de los estereotipos actuales de delgadez extrema impactan todavía más en el género femenino que en el masculino, y a los más mayores de edad. Así, la comparación por género mostró en las niñas de manera significativa una menor autoestima general y corporal que en los niños; igualmente, la imagen corporal ideal y futura de las niñas fue menor, es decir, desean más la figura delgada que los varones. Al buscar posibles diferencias asociadas al género, se analizaron como muestras independientes, de lo que se desprendió que idealmente los varones de más edad quieren físicos más desarrollados (imagen corporal ideal) que los pequeños; también tienen una menor autoestima general y corporal. Sin embargo, al parecer dichas diferencias suelen hacerse más significativas conforme se avanza hacia la adolescencia, y todo indica que los varones tienen la misma tendencia, incluyendo una mayor preocupación por su cuerpo. (Trujano; Navas, 2010)

La imagen corporal de belleza establecidos en la sociedad actual responden más a criterios mercantilistas que a modelos de salud y bienestar. Del mismo modo que un buen libro estimula la inteligencia racional y se disfruta su lectura, los medios de comunicación y la publicidad desafían la inteligencia visual, buscando provocar placer a través de sus imágenes de cuerpos masculinos atractivos. (Fanjul Peyró, 2006)

El grado de sobrepeso y obesidad también influye en la percepción de la imagen corporal. Los hombres se auto perciben de forma más correcta cuando se encuentran en valores de normopeso y sobrepeso. Sin embargo, tanto los hombres como las mujeres más corpulentos se auto perciben más delgados de lo que son en realidad, aunque en los hombres esta tendencia es más acusada. (Montero; Morales, 2004)

La vigorexia o dismorfia corporal masculina es una enfermedad principalmente desarrollada en los hombres con pobre imagen corporal, y es más aceptada que cualquier enfermedad de desórdenes alimenticios, estos están caracterizados por irregularidades en la forma de alimentarse, normalmente son relacionados a desórdenes mentales y se ha sugerido que la dependencia al ejercicio podría ser análoga a la anorexia nerviosa. (Durán, 2011)

El atractivo físico ha llegado a ser una característica extremadamente importante y probablemente uno de los principales criterios por los que las personas evalúan a los demás y a sí mismas. La mejora de la imagen corporal no siempre implica la aceptación del propio cuerpo y puede generar una obsesión patológica por la búsqueda de un ideal imposible de lograr. (Gándara & García, 2009)

Existe una clara evidencia que la dependencia del ejercicio puede producir alteración en hombres que practican deporte cotidianamente, tanto en el ámbito social, físico como en el psicológico así entre quienes dejaban de practicar ejercicio físico se reportan síntomas de abstinencia, que llegan a cuadros depresivos, incremento de la intolerancia, y disturbios en el funcionamiento psicológico y fisiológico. (Abirnaga & Caracuel, 2009)

Las nosografías psicopatológicas se han ampliado y han aparecido enfermedades como la ortorexia, vigorexia que podríamos ubicar junto a la anorexia y la bulimia como trastornos de la alimentación, en relación al tema de las cirugías apareció lo que se conoce como dismorfofobia que es la preocupación excesiva por un defecto corporal mínimo o por defectos corporales imaginarios. (Maldonado & Natale, 2009)

La imagen corporal importa mucho en los jóvenes, su apariencia física, la imagen que proyecta, el ser bajo, alto, flaco, obeso, poco atractivo o tener belleza y ciertos atributos físicos envuelven al joven dentro de un mundo que le vende cada vez más, la imagen de estereotipos de lo bello y lo hermoso, donde el problema central contemporáneo es la belleza, incluso lo más básico como lo es la salud comienza sujetándose a la belleza estética violentando muchas veces normalmente los ritmos normales del organismo. (Castillo Leal, 2004)

## **Material y Método.**

### **Tipo de Estudio.**

Se trata de un estudio Cualitativo-Cuantitativo de corte transversal.

### **Área de Estudio.**

Este estudio tuvo lugar en 4 gimnasios de la ciudad de León:

1. Gimnasio Alonso, de la ferretería Eramac (ubicada en el barrio San Felipe) 20 varas arriba.
2. Mole Gym ubicado del aserrío santa fe ½ cuadra abajo.
3. Danny White situado en el barrio de Guadalupe, frente al colegio Rubén Darío.
4. Shark Gym situado de la iglesia de la Ermita de Dolores 1 cuadra al sur.

### **Universo de Estudio.**

Estuvo constituida por 315 jóvenes del sexo masculino, que asisten de manera sistemática a los gimnasios seleccionados. En el Gimnasio Alonso: 90 jóvenes, en el Mole Gym: 80 jóvenes, en el Danny White: 78, y en el Shark Gym frecuentan diariamente 67 jóvenes de diferentes edades.

**Tamaño de la Muestra.**

El tamaño de la muestra del estudio cuantitativo se obtuvo aplicando la siguiente fórmula estadística para muestras de tamaño pequeña con población conocida. La muestra ha sido estimada a partir de los siguientes criterios: confianza, precisión, frecuencia y universo.

**N:** Es el tamaño de la población

**Z:** Nivel de confianza 95%

**P:** Proporción de individuos con la característica

**E:** Error Muestral

Fórmula del tamaño muestral:

$$n = \frac{N z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}{(N-1)e^2 + z_{\alpha/2}^2 P(1-P)}$$

**Cálculo del tamaño de la muestra con población conocida.**

<b>N=</b>	<b>315</b>
<b>Z=</b>	0.96
<b>P=</b>	0.5
<b>E=</b>	0.05

$$n = \frac{315 \cdot 0.9216 + 0.25}{314 \cdot 0.0025 + 0.9216 + 0.25} = \frac{72.576 \text{ numerador}}{1.0154 \text{ denominador}}$$

**Tamaño Muestral.**

**n=71**

**Para los datos cuantitativos:**

La muestra quedo conformada por un total de 71 jóvenes del sexo masculino que asisten periódicamente a los diferentes gimnasios mencionados anteriormente.

**Para los datos cualitativos:**

Se seleccionaron un total de 12 participantes, lo que corresponde a 3 participantes por gimnasios de entrenamiento físico, estos fueron seleccionados por conveniencia. El muestreo por conveniencia es una técnica de muestreo no probabilístico donde los sujetos son seleccionados dada la conveniente accesibilidad y proximidad de los sujetos para el investigador. (Hernández Sampieri, Fernández & Collado, 2003)

**Tipo de Muestreo.**

Se trata de un muestreo aleatorio simple estratificado. Donde se dividió la población total en clases homogéneas, llamadas estratos; grupos de edades, por sexo (Hernández Sampieri, et al, 2003). Posteriormente se muestrea cada grupo

aleatoriamente, para obtener la parte proporcional de la muestra. A cada estrato o grado se le asignó una cuota que determino el número de miembros del mismo que compuso la muestra. Para ello se hizo uso de la fórmula de la fracción para cada estrato (fijación proporcional):

$$fh = \frac{n}{N} = \boxed{Fh=71/315 \quad fh= 0.2254}$$

El total de la cantidad de participantes de cada gimnasio de entrenamiento físico se multiplico por esta fracción constante a fin de obtener el tamaño para el estrato. Cada estrato estuvo constituido por los diferentes gimnasios de entrenamiento físico.

Tal como se señala en la siguiente tabla:

<b>Estrato</b>	<b>Gimnasio</b>	<b>Total de población</b>	<b>Fracción del estrato (fh=0,2254)</b>	<b>Muestra</b>
<b>1</b>	Alonso	90	90*0,2254	21
<b>2</b>	Mole Gym	80	80*0,2254	18
<b>3</b>	Danny White	78	78*0,2254	17
<b>4</b>	Shark Gym	67	67*0,2254	15
<b>Total de muestra</b>				<b>71</b>

Para la recogida de los datos cualitativos se utilizó un muestreo por conveniencia.

### **Procedimiento de Recolección de la Información.**

1. Al haber sido seleccionados los escenarios de la investigación, se procedió a visitar los gimnasios para darles a conocer en qué consistirá la investigación y solicitar el debido permiso para llevar a cabo el estudio.
2. Se le solicitó una carta de permiso a la directora de la carrera de Psicología: Lic. Rosalina Meléndez, para llevar a cabo el estudio, carta que manifestó los pormenores del estudio, y constaba con la debida firma y sello de la directora.
3. Al aprobarse dicho permiso, se les solicitó a los propietarios de los gimnasios correspondientes, la lista de los jóvenes que asisten de manera invariable al gimnasio y que tuvieran un mínimo de asistencia de 1 año.
4. Posterior a haber conocido el total de jóvenes del sexo masculino que asisten por cada gimnasio de forma periódica, se realizó una sumatoria para conocer el universo de estudio y así poder seleccionar la muestra adecuada para llevar a cabo la recogida de información. Dando como resultado un total de 315 jóvenes del sexo masculino que asisten periódicamente a los gimnasios.

5. Los instrumentos de evaluación que se utilizaron en el estudio, fueron sometidos a una prueba piloto a usuarios del sexo masculino que asisten periodicamente a gimnasios de entrenamiento físico, antes de la recogida de información definitiva con el propósito de valorar la comprensión e interpretación del participante en las interrogantes mencionadas por cada instrumento de evaluación.
  
6. El escenario donde se llevo a cabo la recolección de la información brindada por los participantes del estudio fue en cada gimnasio donde los jóvenes entrenan, en una hora que no les interrumpio su sesión de entrenamiento, y en la que se llego a un acuerdo con ellos para que se les pudiera realizar la aplicación de los instrumentos de evaluación: cuestionario de datos sociodemográfico, la guía de preguntas y The Adonis Complex Questionnaire (ACQ), antes de su sesión habitual de entrenamiento físico para evitar que los jóvenes se sintieran muy fatigados.
  
7. Antes de la aplicación de los instrumentos de evaluación se le pidio el consentimiento informado a cada uno de los participantes del estudio.
  
8. El tiempo de duración en la aplicación de los instrumentos cuantitativos vario de acuerdo a los conocimientos de cada participante, para esto se les explico cualquier acápite del instrumento que no lograran comprender. Asimismo, el estimado de tiempo por estos instrumentos de evaluación fue de 5 minutos máximo por cada participante. La duración de la entrevista a

profundidad dependió también de los conocimientos y experiencias del participante en lo que demanda cada interrogante de la guía de preguntas que corresponde al instrumento cualitativo, teniendo un tiempo máximo de 20 minutos por participantes.

9. La aplicación de los instrumentos cuantitativos: The Adonis Complex Questionnaire (ACQ) y el cuestionario de datos sociodemográficos, fueron brindados a cada participante de forma individual. La entrevista a profundidad que consta de una guía de seis preguntas, se realizó de forma individual, y fue realizada por el investigador hacia cada participante.
10. Mediante la entrevista a profundidad se indagó acerca de las actitudes de la población de estudio en relación a su imagen corporal, en sus tres componentes básicos: componente cognoscitivo, componente afectivo y componente conductual, cada componente estuvo constituido por dos preguntas siguiendo el orden mencionado con anterioridad, asimismo tomando en consideración cada una de las respuestas brindadas de acuerdo a los conocimientos y experiencias previas y actuales de los participantes en concordancia a las actitudes que manifiestan hacia su imagen corporal.
11. Posterior a la recolección de los datos se les agradeció a los participantes la información brindada y el tiempo requerido por cada instrumento de evaluación, asimismo se les comunicó que los datos han sido utilizados con fines investigativos manteniendo la confidencialidad de los mismos.

12. Se les manifesto a cada propietario de los centros de entrenamiento físico los respectivos resultados del estudio.

### **Criterios de Inclusión.**

Jóvenes del sexo masculino dentro del rango de edad de 18 a 30 años.

Asistencia de forma continúa al gimnasio, teniendo como un mínimo de 1 año de entrenamiento.

Que ingieran o se administren algún suplemento nutricional para el aumento de masa muscular.

No tuvieran un historial clínico de trastornos de la conducta alimentaria y además que quisieran participar libremente en el estudio.

### **Instrumentos de Recolección de la Información.**

Para recolectar la información necesaria que el estudio requiere se aplicaron los siguientes instrumentos:

#### **Cuestionario de Datos Sociodemográficos:**

Se les proporciono a todos los participantes del estudio un breve cuestionario de datos sociodemográficos que permitió analizar la información que posibilita

identificar a la persona objeto de estudio y distinguirlo de los demás, estuvo estratificado en las siguientes dimensiones: Edad (Años cumplidos), Escolaridad (primaria/secundaria: completa/incompleta, universitario, formación técnica), Procedencia (Urbana, Rural), Estado Civil (soltero/casado/unión de hecho estable, viudo), Tiempo de estar asistiendo al gimnasio (1 año/ 2 años/ 3 años).

### **The Adonis Complex Questionnaire (ACQ):**

El mencionado equipo de la Universidad de Harvard, que conduce Harrison G. Pope, desarrolló un cuestionario que intenta evaluar el grado de preocupación que representa la imagen corporal en varones. No es un cuestionario que busque identificar específicamente un cuadro de Vigorexia, o Dismorfia Muscular, sino los diversos indicadores pertenecientes al Complejo de Adonis. Entendiendo por ello al conjunto de alteraciones de la imagen corporal que afecta a los varones en la actualidad. En consecuencia, las áreas exploradas, en el cuestionario en sí, son las relacionadas con la imagen corporal y no exclusivamente las relacionadas con la preocupación desmedida por el desarrollo muscular, este cuestionario consta con un total de 13 interrogantes, de las cuales cada una tiene un índice de 3 ítems por interrogante, presentando un orden seguido por: a, b, c, en la que el individuo deberá marcar en un círculo solamente una respuesta, de las tres opciones de respuesta que se le presentan. Para la corrección del ACQ, las respuestas se puntúan de acuerdo a su orden establecido, respuestas a: 0 puntos, respuestas b: 1 punto y respuestas c: 3 puntos. (Compte, Emilio Juan, 2009).

### **Interpretación del ACQ:**

0 a 9 puntos: preocupación menor acerca de la imagen corporal, sin verse afectada la vida social, académica y laboral.

10 a 19 puntos: grado medio a moderado del Complejo de Adonis. Puede no haber compromiso de las diferentes áreas de relación y desempeño del sujeto, pero si estar siendo afectado por presiones psicológicas y/o sociales en relación a la imagen corporal.

20 a 29 puntos: grado comprometido del Complejo de Adonis. Se recomienda consulta y tratamiento psicológico.

30 a 39 puntos: serio compromiso con la imagen corporal, donde las áreas social, laboral y académica se observan muy afectadas. Urge la consulta y tratamiento con un profesional de la salud mental.

### **Guía de preguntas:**

Se les realizó a un total de 12 participantes del estudio, una entrevista a profundidad la cual consta de una guía de preguntas (Apéndice N°6), compuesta por seis interrogantes, donde se indagó sobre las actitudes de los jóvenes del sexo

masculino en relación a su imagen corporal, en sus tres componentes básicos: componente cognoscitivo, componente afectivo y componente conductual, cada componente estuvo constituido por dos preguntas siguiendo el orden mencionado con anterioridad, asimismo tomando en consideración cada una de las respuestas brindadas de acuerdo a los conocimientos y experiencias previas y actuales de los participantes en concordancia a las actitudes que manifiestan hacia su imagen corporal.

### **Procesamiento y Análisis de la Información.**

#### **Datos Cuantitativos:**

Para procesar la información obtenida, los datos han sido sometidos a un análisis estadístico a través del programa SPSS® versión 15.0, para un mejor entendimiento los resultados han sido presentados por medio de tablas que describan la frecuencia estadística y distribución porcentual de los grados de preocupación de la imagen corporal por cada gimnasio correspondiente.

#### **Datos Cualitativos:**

La información se reprodujo textualmente, mediante la grabación de la entrevista a profundidad, de igual forma se tomó nota sobre las opiniones de los participantes, luego esta información fue leída de forma continua y se utilizaron códigos y categorías, necesarios para llevar a cabo el análisis de contenido. Los resultados han sido expresados a través de las citas textuales de los participantes,

asimismo se procedió a extraer lo que se consideró importante y relevante en la información obtenida, posteriormente se derivó a ordenar por prioridades las respuestas y datos extraídos, luego de lo mencionado con anterioridad se continuo con el procesamiento de los resultados. Los datos compilados estarán en función de los objetivos de la investigación.

Los niveles de codificación que se llevaron a cabo en el estudio han sido:

Nivel I:

Las palabras claves fueron extraídas de acuerdo al planteamiento del problema, sirviendo como base a las categorías que reflejaron los elementos claves del estudio, luego de categorizar las palabras claves, se procedió a codificarlas mediante códigos enumerados que representaron dicha categoría.

Nivel II:

Posterior de categorizar las variables cualitativas se procedió a agruparlas, según la categoría correspondiente, luego de agrupar se desarrolló el tema de cada categoría, con su respectivo concepto, definido en base a una teoría que respalde cada tema, siendo este el concepto de la categoría que como investigador llegué a consensuar, es decir la elaboración de un constructo de la información obtenida de los participantes; los segmentos han sido codificados

mediante las tres frases más sobresalientes de acuerdo a lo que los participantes mencionaran en correspondencia al tema.

**Posibles Sesgos.**

<b>Posibles Sesgos</b>	<b>Soluciones</b>
<p><b>Poca comprensión e interpretación de las preguntas establecidas en los instrumentos de investigación.</b></p>	<p>Se realizó una prueba piloto, con el propósito de valorar la consistencia, comprensión y funcionalidad de los instrumentos a utilizar</p>
<p><b>Que no exista un ambiente de confianza adecuado para la obtención de la información y la aplicación del instrumento</b></p>	<p>Se estableció confidencialidad y discreción asegurando al usuario su anonimato y la búsqueda de un lugar adecuado para solicitarle al participante su información mediante los instrumentos de evaluación</p>

<b>Falta de sinceridad en las respuestas</b>	Se estimuló la confianza de los jóvenes mediante aclaraciones de inquietudes
<b>Alteración en los Resultados</b>	Como investigador desempeñé el deber de interpretar los resultados de acuerdo a los estándares establecidos por cada instrumento y evitar la valoración subjetiva de acuerdo a mis percepciones o juicios de valor sobre el tema de estudio

## **Consideraciones Éticas.**

Se tomaron en cuenta basadas en los principios de la declaración de Helsinki:

1. Mantener el respeto para los diferentes participantes incluidos en la investigación, evitando la emisión de juicios o críticas por parte del investigador.
  
2. Respetar siempre el derecho de las personas a salvaguardar su integridad. Deben adoptarse todas las precauciones necesarias para respetarse la intimidad de las personas y reducir el mínimo impacto del estudio sobre su integridad físico-mental y su personalidad.
  
3. Toda la información fue obtenida de manera voluntaria de parte de los participantes con consentimiento voluntario de la expresión de dos voluntades (investigador-investigado).
  
4. Todos los participantes en esta investigación fueron informados lo suficiente de los objetivos, métodos, beneficios y posibles riesgos previstos y las molestias que el estudio podría acarrear. Informados que son libres de no participar en el estudio y de revocar en todo momento su consentimiento a la participación.

5. Se obtuvo el consentimiento informado otorgado libremente por las personas.
  
6. Los datos han sido utilizados con fines investigativos manteniendo la confidencialidad de los mismos, asimismo se les devolvió los respectivos resultados del estudio a cada centro donde se llevó a cabo el estudio.

**Operacionalización de las variables.**

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento
<b>Características Sociodemográficas</b>	Información que permite identificar a la persona objeto de estudio y distinguirlo de los demás	Edad	Años cumplidos	Cuestionario de datos sociodemográficos
		Escolaridad	Primaria completa Incompleta	
			Secundaria Completa Incompleta	
		Procedencia	Universitario	
			Formación Técnica	
		Estado Civil	Soltero Casado Unión de hecho estable viudo	
Tiempo de estar asistiendo al gimnasio	Años de asistencia al gimnasio: 1 año 2 años 3 años			

Variable	Definición Operacional	Dimensión	Indicador	Instrumento
<b>Componentes de las actitudes</b>	creencias o sentimientos de una persona que determina a valorar su predisposición favorable o desfavorablemente los objetos y sujetos que la rodean y que por ende influyen en su comportamiento	Componente Cognoscitivo	Ideas Percepciones Creencias Información	Guía de Preguntas
		Componente Afectivo	Sensaciones Sentimientos Experiencias	
		Componente Conductual	Intenciones Disposiciones Tendencias Reacciones	
<b>Preocupación de la Imagen Corporal</b>	Grado de alteración mental sobre la imagen corporal que acciona al individuo a someterse a pautas de medidas estéticas para sentirse aceptado		0 a 9 puntos: preocupación menor acerca de la imagen corporal.  10 a 19 puntos: grado medio ha moderado del Complejo de Adonis.  20 a 29 puntos: grado comprometido del Complejo de Adonis.  30 a 39 puntos: serio compromiso con la imagen corporal.	Evaluación de la Imagen Corporal The Adonis Complex Questionnaire (ACQ) (Compte, Emilio, 2009)

## Resultados.

**Tabla N° 1: Datos sociodemográficos de la población de estudio.**

<b>Nombre</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Distribución Porcentual</b>
Edad (24-26 años)	21	29.7 %
Escolaridad (Universitarios)	44	62 %
Estado Civil (Solteros)	42	59.2 %
Tiempo de asistencia al gimnasio (3 años)	28	39.4 %

**Fuente: Cuestionario de datos sociodemográficos**

El 62 % tienen escolaridad universitarios, el 59.2 % son solteros, el 39.4% mantiene una asistencia periódica al gimnasio por tres o más años.

Edades oscilan entre los 24 a 26 años que corresponde a una distribución porcentual de 29.7%.

**Resultados Cualitativos. Componentes: cognoscitivos, afectivos y conductuales en relación a la imagen corporal.**

**Componentes Cognoscitivos:**

**Categoría 1: (C.E.R.F.) Conocimientos de entrenamiento y resultados físicos**

*“Sabía que era bueno para la salud y que entre otras cosas te brindaría una mejor imagen física, que te haría verte más deseable al sexo opuesto”*

**Fuente:(Observación, entrevista a profundidad, grabación y toma de notas de comentarios)**

Asimismo en el tipo de transmisión de información que les permitió conocer de los ejercicios físicos y sus resultados destacaban lo siguiente:

**Categoría 2: (T.T.I) Tipo de transmisión de información**

*“La internet ha sido un método novedoso y práctico para conocer de los ejercicios físicos y sus beneficios”*

**Fuente:(Observación, entrevista a profundidad, grabación y toma de notas de comentarios)**

### **Componentes Afectivos:**

#### **Categoría 1: (S.E.D.P.) Sentimientos experimentados de parte de las demás personas.**

Los jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios, expresan que los sentimientos experimentados de parte de las demás personas en relación a su imagen corporal, son los siguientes:

*“Lo que los demás te dicen sobre tu cuerpo te afecta, no lo puedes negar y es por eso que a veces nos sometemos a tantos sacrificios por encajar y tratar de complacer a otros”*

**Fuente:(Observación, entrevista a profundidad, grabación y toma de notas de comentarios)**

En relación a los sentimientos experimentados consigo mismos, manifiestan que:

#### **Categoría 2: (S.E.C.M.) Sentimientos experimentados consigo mismo.**

*“Me siento preocupado por tener que ser fuerte, a veces me frustra la idea de que tengo que encajar en determinados estándares”*

**Fuente:(Observación, entrevista a profundidad, grabación y toma de notas de comentarios)**

## **Componentes Conductuales:**

### **Categoría 1: (D.M.I.C.) Disposición de mejorar imagen corporal**

Los jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios señalan que llevarían a la práctica acciones extremas y costosas en la disposición de mejorar su imagen corporal física, por ejemplo la cirugía plástica, tal como se expresa a continuación:

*“Los más drástico que llegaría a hacerme sería una cirugía plástica para verme mejor, y no me importaría hacérmela si tengo el dinero y quiero me la realizare sin pensarlo”*

**Fuente:(Observación, entrevista a profundidad, grabación y toma de notas de comentarios)**

### **Categoría 2: (M.U.G.M.M) Métodos utilizados para ganar masa muscular.**

Asimismo mencionan el uso indebido de esteroides, como una alternativa para aumentar la masa muscular:

*“Inyecciones de esteroides, hasta aminoácidos, estos últimos son caros y de paso temporales por eso casi no los compro aunque no dejan de ser buenos, también me he tirado mis batidos de proteínas que te los bebes antes o después de entrenar”*

**Fuente:(Observación, entrevista a profundidad, grabación y toma de notas de comentarios)**

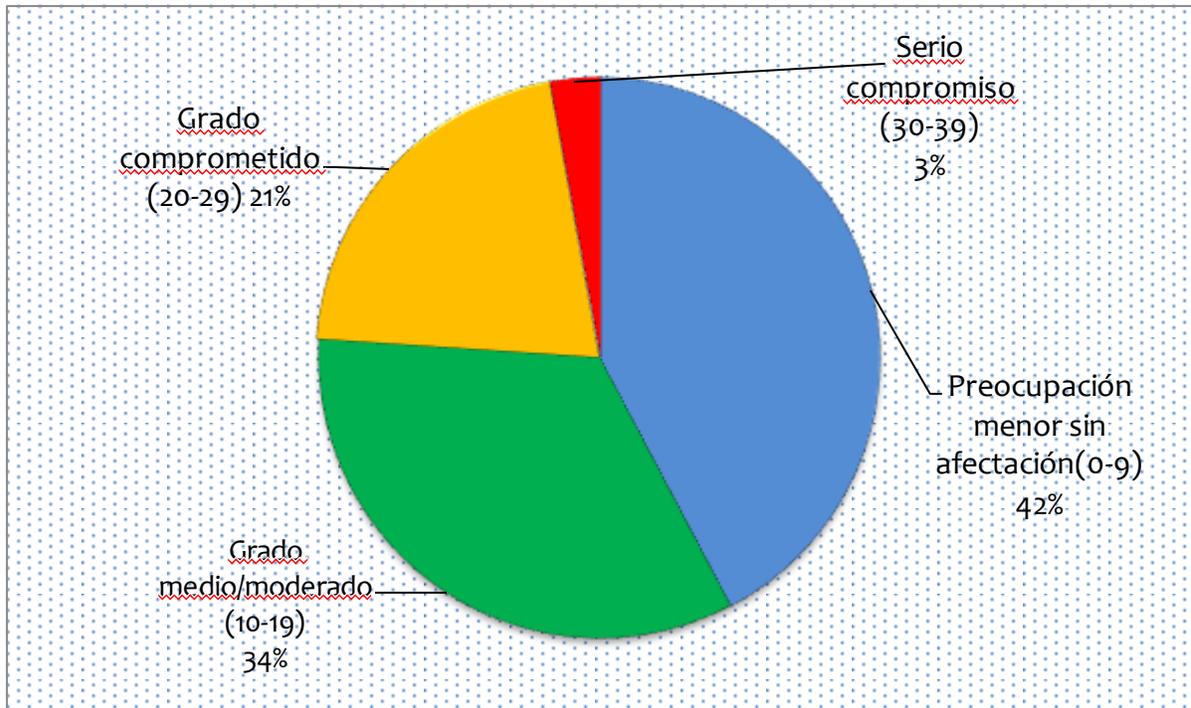
Por otra parte, se logra conocer que algunos usuarios de gimnasios toman medidas saludables para el acondicionamiento de su imagen corporal tales como:

*“Solo tomo vitaminas y minerales, el resto lo extraigo de mi alimentación, evito en lo posible el alcohol y el tabaco”*

*“Creatina, aminoácidos, arginina, lisina, aloe vera para desintoxicar el organismo y bueno son muchas cosas pues no solo es aumentar sino también mantener limpio el organismo”*

**Fuente:(Observación, entrevista a profundidad, grabación y toma de notas de comentarios)**

**Diagrama N° 1: Grados de Preocupación.**



**Fuente: (ACQ) Adonis Complex Questionnaire**

El 42 % puntuaron entre (0-9 puntos) preocupación menor acerca de la imagen corporal. El 34 %, entre (10-19 puntos) representa: grado medio ha moderado del Complejo de Adonis. El 21 % entre (20-29 puntos) manifiesta: grado comprometido del Complejo de Adonis. El 3 % entre (30-39 puntos) existe serio compromiso con la imagen corporal.

## Discusión de Resultados.

La preocupación por la imagen corporal es una de las características de las sociedades modernas. Esta insatisfacción con la imagen corporal ha llevado a los jóvenes del sexo masculino a iniciar una serie de conductas para mejorar su aspecto, tales como dietas, uso de cosméticos, práctica de ejercicio físico y otras. La práctica de ejercicio físico para mejorar la estética, no con el objetivo de mejorar la salud es un hábito que se está extendiendo entre los hombres y que está llevando a la aparición de nuevos trastornos que afectan la imagen corporal, caracterizada por una obsesión enfermiza por desarrollar masa muscular, lo que hace que se vea afectada toda la vida psicológica y social, que incluso tenga implicaciones de tipo médico (Pope, Phillips & Olivardia, 2002)

Al estudiar las características sociodemográficas de la muestra, se encontró que la mayoría de los jóvenes que frecuentan diariamente a los gimnasios se encuentran en el rango de edades entre los 24 a 26 años, más de la mitad de ellos son solteros y estudiantes universitarios, asistiendo a los gimnasios de forma periódica por tres años o más. Estos datos logran una mayor representatividad al relacionarlos con el estudio *“Autoconcepto y ansiedad: detección de indicadores que permitan predecir el riesgo de padecer adicción a la actividad física”*, desarrollado por López et als, (2012) en la ciudad de Murcia, España.

En ambos se hace mención de que el promedio de edad de los participantes oscila entre los 24 a 26 años de edad y con una asistencia periódica al gimnasio por un periodo de tres a más años.

Al identificar las actitudes en relación a la imagen corporal, los participantes hacen mención que: el ejercicio físico es bueno para la salud del cuerpo y que entre otras cosas brinda una mejor imagen física, hace ver más deseable ante el sexo opuesto; asimismo se destaca el uso del internet como un método novedoso y práctico para conocer de los ejercicios físicos y sus beneficios. Se destaca lo que dicen las demás personas sobre el cuerpo afecta y es por esta razón que se someten a tantos sacrificios por encajar y tratar de complacer a otros, de igual manera frustra la idea de tener que adecuarse en determinados estándares. Han llevado a la práctica las siguientes medidas para mejorar la imagen corporal: Inyecciones de esteroides, aminoácidos, batidos de proteínas, otros jóvenes utilizan métodos más convencionales tales como: vitaminas y minerales, evitar en lo posible el tabaco y el alcohol.

Lo mencionado en la investigación anterior guarda semejanza con lo manifestado por los participantes del estudio *“El estereotipo somático del hombre en la publicidad de estética y su influencia en la vigorexia masculina”*, realizado por Peyró (2013) en la que se analizó la existencia de una alteración general de la percepción de la imagen corporal en los hombres participantes del estudio, debido

a que los cánones de belleza física masculina establecidos socialmente apuntan hacia cuerpos con una definición muscular mayor que la media real. Los sujetos potencialmente vigoréticos presentan una alteración más acentuada de la percepción de su imagen corporal; consideran que su realidad física dista mucho del ideal estético que hay que alcanzar. El estereotipo mediático masculino es un referente para ellos que influye significativamente en su autopercepción y valoración somática, lo que repercute negativamente en su autoestima y alimenta la obsesión por obtener una mayor definición muscular.

Al medir los grados de preocupación de la imagen corporal, se encontró: que el mayor número de los participantes mostraron preocupación menor acerca de la imagen corporal, por otro lado demuestran grado medio a moderado del Complejo de Adonis, siendo este grado representativo en el desarrollo de distorsiones de la imagen corporal, un número limitado de usuarios mostraron grado comprometido del Complejo de Adonis y en una proporción inferior serio compromiso con la imagen corporal. Datos que guardan relación con los resultados obtenidos en el estudio de López et als (2012) en el que demuestra que más de un 37% de los participantes alcanzan puntuaciones superiores a 19 puntos (grado serio de patología) de corte establecido por el test de imagen corporal masculina (ACQ) Adonis Complex Questionnaire, hecho que exhibe una grave preocupación con su imagen corporal.

De igual manera, se hace mención de los resultados del estudio “*Vigorexia: de la adicción al ejercicio a entidad nosológica independiente*” desarrollado por Rodríguez et als (2010) en Madrid, España y mencionan lo siguiente: en cuanto a los datos referidos al ideal de belleza, medido con el (ACQ) Adonis Complex Questionnaire, en ambos análisis se obtiene una significación muy alta lo que indicaría una importancia de la interiorización del ideal de belleza, de la preocupación excesiva de la autoimagen y de las áreas relacionadas con la imagen corporal como factores de influencia en el desarrollo y mantenimiento de los problemas con la imagen corporal.

Por otra parte el estudio realizado por Baile Ayensa et als (2005) titulado “*Alteración de la imagen corporal en un grupo de usuarios de gimnasios*” concluyen que del total de participantes del estudio (83 participantes en total) manifiestan una puntuación moderada (10-19 puntos) con un 55.4 % de la muestra. Las puntuaciones cercanas a 19 puntos (17, 18, 19, 20 y 21) las obtuvieron ocho sujetos, que correspondieron al 9.63 % de la muestra. En cuanto a las puntuaciones por edad, no se observó ninguna pauta, y la correlación entre edad y puntuación fue de  $-0.086$ , es decir, prácticamente nula.

Si bien, la mayoría de los jóvenes del sexo masculino, que presentan algún tipo de insatisfacción con la imagen corporal no adoptan ningún tipo de medida adecuada para cambiar su realidad, limitándose así el fenómeno solo a realizar ejercicios físicos de forma invariable en los gimnasios.

## **Conclusiones.**

Según los datos obtenidos en el estudio, se hace mención de las siguientes conclusiones:

De acuerdo a las características sociodemográficas de los jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León, se hace mención que las edades de los participantes oscilan entre los 24 a 26 años, son o han sido estudiantes universitarios, asimismo proceden del sector urbano, en su mayoría de estado civil solteros y mantienen una asistencia periódica al gimnasio por tres o más años.

En relación a los componentes de las actitudes sobre la imagen corporal, los participantes hacen mención de que el ejercicio físico es bueno para la salud y que brinda una mejor imagen física ante el sexo opuesto. El tipo de transmisión de información que les ha permitido conocer de los ejercicios físicos y sus resultados ha sido la internet la que destacan como un método novedoso y practico.

Los sentimientos experimentados ante los comentarios de las personas debido a la imagen corporal han sido de que les afecta lo que los demás les dicen sobre su cuerpo, siendo una de la razones por las que se someten a sacrificios por encajar y tratar de complacer a otros, asimismo los sentimientos experimentados

por si mismos en relación a la imagen corporal ha sido de preocupación por tener que ser fuertes físicamente, frustrándoles la idea de encajar en determinados estándares.

Las medidas que los participantes del estudio han llevado a cabo para aumentar su masa muscular ha sido el consumo de productos de crecimiento muscular como: aminoácidos, creatina, arginina, lisina. De igual manera se hizo mención de algunas medidas alternativas positivas tales como la administración de vitaminas y minerales, buena alimentación, evitar en lo posible el tabaco y el alcohol, y tomar aloe vera. Por el contrario se menciona el uso indebido de esteroides, como una alternativa de uso frecuente entre los participantes del estudio para el rápido crecimiento de la masa muscular, siendo esta última opción dañina y poco beneficiosa para la salud de los participantes

Al Medir los grados de preocupación de la imagen corporal, se concluye que de acuerdo a la puntuación brindada por el (ACQ) Adonis Complex Questionnaire, El 42 % de los participantes puntuaron entre (0-9 puntos) existe preocupación menor acerca de la imagen corporal. El 34 %, entre (10-19 puntos) representa: grado medio ha moderado del Complejo de Adonis. El 21 % entre (20-29 puntos) manifiesta: grado comprometido del Complejo de Adonis. El 3 % entre (30-39 puntos) existe serio compromiso con la imagen corporal.

## **Recomendaciones.**

### **A los Propietarios de los Gimnasios y Entrenadores de**

#### **Acondicionamiento Físico:**

Informar a los jóvenes que asisten a entrenar sobre los peligros del uso indebido de administrarse esteroides anabólicos y otros derivados de sustancias para el aumento o definición de masa muscular, tomando en consideración el estado físico y de salud de los usuarios para asesorarlos adecuadamente en los entrenamientos físicos.

#### **A Usuarios de Gimnasios:**

Consultar con un profesional de la salud sobre el estado de salud que poseen y el tipo de ejercicio y dieta adecuada que les permita obtener resultados favorables adecuados a su condición física, evitando de esta forma comprometer su salud física y mental.

#### **A Estudiantes de Psicología y Carrera Afines:**

Brindar seguimiento a la temática abordada en el estudio, con el propósito de enriquecer los conocimientos sobre el tema y actualizar la información recopilada.

## Referencias Bibliográficas.

Abirnaga, Félix (2013) “*Comportamientos relacionados con la Dismorfia muscular en usuarios de esteroides anabolizantes. Departamento de Psicología Clínica, Experimental y Social*”. Facultad Cc. de la Educación. Universidad de Huelva. Extraído de:  
<http://paulosena.files.wordpress.com/2008/11/farbinaga.pdf>.

Abirnaga, Félix & Caracuel, José (2009) “*Dependencia del ejercicio en fisicoculturistas competidores evaluada mediante la escala de adicción general Ramón y Cajal*”. Pontificia universidad javeriana facultad de psicología universitas psychologica. Editorial: Pontificia Universidad Javeriana. pp 11. Extraído de:  
<http://site.ebrary.com/lib/sibulsp/docDetail.action?docID=10357746&p00=vigorexia.pdf>

Adorni, Mariano (2013) “*Transformaciones del cuerpo en las diferentes etapas de la historia*”. Profesorado Universitario en Educación Física, Universidad Nacional de la plata, República Argentina. Extraído de:  
<http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/119-transformaciones.pdf>

Aguilar, José; Botello, Luis; Aumak, Kimberly (2013) “*Imagen Corporal Y*

*Autoestima*”. Extraído de:

[http://www.dgespe.sep.gob.mx/public/genero/PDF/LECTURAS/S\\_01\\_24\\_1\\_magen%20corporal%20y%20autoestima.pdf](http://www.dgespe.sep.gob.mx/public/genero/PDF/LECTURAS/S_01_24_1_magen%20corporal%20y%20autoestima.pdf)

Alcántara Moreno, Hugo (2008) “*Vigorexia: La cárcel en el gimnasio*”. Escuela

Nacional de Antropología e Historia ENAH. División de posgrados:

Posgrado en Antropología Física. Extraído de:

<http://antropologiafisica.net/pdf/hugo.pdf>

Allen, Frances; Pincus, Allan; First, Michael; Widiger, Thomas (1995) “*Manual*

*Diagnóstico y Estadístico de los Trastornos Mentales DSM-IV-TR*”, Editorial:

Masson. Madrid, España

Arroyo Izaga, Marta; Rocandio Pablo (2005) “*Percepción de la imagen corporal en*

*estudiantes de la Universidad del País Vasco*” (Perception of body image in

students from de University of the Basque Country)UPV/EHU. Extraído de:

<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/27/27055063.pdf>

Baile, J. (2003) “¿Qué es la imagen corporal? “. Cuadernos del Marqués de San Adrián. Revista de Humanidades del Centro Asociado de la UNED de Tudela 2.

Baile Ayensa, José I; Monroy Martínez, Karina Elvira; Garay Rancel, Fernando (2005) “Alteración de la imagen corporal en un grupo de usuarios de gimnasios”. *Enseñanza e investigación en Psicología*, Vol. 10, número 1, pp. 161-169. Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología México. Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal. Sistema de Información Científica. Consejo Nacional para la Enseñanza en Investigación en Psicología, México. Extraído de: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=29210111.pdf>

Barlow, D.H. & Durand, V.M. (2006). *Psicopatología*. Barcelona: Thomson.

Behar, Rosa; Molinari, Daniela (2010) “Dismorfia muscular, imagen corporal y conductas alimentarias en dos poblaciones masculinas”. *Rev. Med. Chile*. Departamento de Psiquiatría de la Universidad de Valparaíso. Extraído de: <http://www.scielo.cl/pdf/rmc/v138n11/Art07.pdf>

Castillo Leal, Mabel (2004) "*Joven, Cuerpo y maltrato*". Pontifica universidad

javeriana. Facultad de medicina. Especialización en prevención del maltrato infantil, Ibagué. Trabajo presentado como requisito para la obtención del título de especialista en prevención del maltrato infantil.

Extraído de: [http://www.google.es/#output=search&sclient=psy-ab&q=joven%2C+cuerpo+y+maltrato.pdf&oq=joven%2C+cuerpo+y+maltrato.pdf&gs\\_l=hp.3...56085.62127.1.62693.9.6.3.0.0.0.319.1206.0j4j1j1.6.0...0.0.0..1c.1j2.17.hp.64h9dsW2lec&psj=1&bav=on.2,or.r\\_qf.&bvm=bv.47883778,d.eWU&fp=6d707923539ec931&biw=1024&bih=499.pdf](http://www.google.es/#output=search&sclient=psy-ab&q=joven%2C+cuerpo+y+maltrato.pdf&oq=joven%2C+cuerpo+y+maltrato.pdf&gs_l=hp.3...56085.62127.1.62693.9.6.3.0.0.0.319.1206.0j4j1j1.6.0...0.0.0..1c.1j2.17.hp.64h9dsW2lec&psj=1&bav=on.2,or.r_qf.&bvm=bv.47883778,d.eWU&fp=6d707923539ec931&biw=1024&bih=499.pdf)

Carrillo, María (2011) "*Factores estéticos, culto al cuerpo y papel de la mujer en la publicidad televisiva*". Extraído de:

[http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas\\_2011\\_IICILCS/029\\_Melendez.pdf](http://www.revistalatinacs.org/11SLCS/actas_2011_IICILCS/029_Melendez.pdf)

Campos Guadámuz, Álvaro (2007) "*Así aprendimos a ser hombres*". 1º ed. San

José, Costa Rica: Oficina de seguimiento y asesoría de proyectos OSA, SC. (Serie: Pautas para facilitadores de talleres de masculinidad en América Central, v.1)

Colás Bravo, Pilar; Villaciervos Moreno, Patricia (2007) “*La interiorización de los estereotipos de género en jóvenes y adolescentes*”. Revista de Investigación Educativa, 2007, Vol.25, nº 1, pp. 35-38. Universidad de Sevilla. Extraído de: <http://revistas.um.es/rie/article/viewFile/96421/92631.pdf>

Compte, Emilio Juan (2009) “*Vigorexia. Aproximaciones teórico clínicas*”. Facultad de Humanidades Licenciatura en Psicología. N° 358. Universidad de Belgrano. Pp 24, 25, 26.

De la Rosa, Mercedes (2009) “*Adicciones que creíamos inofensivas*”. Ais.doc: Revista de Socio adicciones. N° 72. Extraído de: <http://www.ais-info.org/doc/revistas/AIS.DOC-N72.pdf>

Durán, María (2011) “*Adicción Al Gimnasio: ¿Hasta Dónde Llegaran Tus Músculos?*” Gimnasio Josefina Castro de Escobar Bogotá, D.C. Monografía de grado para obtener el título de bachiller. Extraído de: <http://www.pepacastro.com/monografias%202011/Maria%20del%20Rosario.pdf>

Espinoza, Marvin; Silva, Dora (2012) “*Actitudes alimentarias y satisfacción corporal en jóvenes que realizan ejercicios físicos en diferentes gimnasios de Chichigalpa.*” Abril 2011 – Mayo del 2012. Tesis para optar al título de Licenciatura en Psicología. Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León.

Espina, A.; Ortego, M.A.; Ochoa I.; Yenes, F. & Alemán, A (2001) “*La imagen corporal en los trastornos alimentarios*”. Psicothema. Extraído de:  
[www.psycothema.com/pdf/475.pdf](http://www.psycothema.com/pdf/475.pdf)

Fernández, Begoña; Ansó, Nieves (2002) “*Unidad didáctica en educación secundaria obligatoria: Los estereotipos en la publicidad*”. Edita gobierno de Aragón. Departamento de presidencia y relaciones institucionales. Instituto Aragones de la mujer. Extraído de:  
[http://portal.aragon.es/portal/page/portal/IAD/E\\_PUBLICACIONES/PUBLICACIONES\\_IAM/estereotipos\\_publicidad.pdf](http://portal.aragon.es/portal/page/portal/IAD/E_PUBLICACIONES/PUBLICACIONES_IAM/estereotipos_publicidad.pdf)

Fanjul Peyró, Carlos & González, Cristina (2010) " *la influencia de modelos somáticos publicitarios en la vigorexia masculina: Un estudio experimental*

*en adolescentes*". Extraído de:

<http://www.ehu.es/zer/hemeroteca/pdfs/zer31-14-fanjul.pdf>.

Fanjul Peyró, Carlos (2013) " *Estereotipos Publicitarios: el modelo fitness como factor de influencia social en la vigorexia masculina*". Extraído de:

[http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo\\_id=10725.pdf](http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=10725.pdf)

Fanjul Peyró, Carlos (2013) " *El estereotipo somático del hombre en la publicidad de estética masculina y su influencia en la vigorexia masculina*".

Universidad Jaume I Castellón, extraído de:

[www3.udg.edu/publicacions/vell/.../pdf/06\\_estereotipo\\_somatico.pdf](http://www3.udg.edu/publicacions/vell/.../pdf/06_estereotipo_somatico.pdf)

Fanjul Peyró, Carlos; González, Cristina (2013) " *La creatividad publicitaria y su influencia social en la vigorexia masculina*." Universidad Jaume I

(Castellón). Extraído de:

[http://www.academia.edu/517374/La\\_creatividad\\_publicitaria\\_y\\_su\\_influencia\\_social\\_en\\_la\\_vigorexia\\_masculina.pdf](http://www.academia.edu/517374/La_creatividad_publicitaria_y_su_influencia_social_en_la_vigorexia_masculina.pdf)

Fanjul Peyró, Carlos (2006) "*Tesis Doctoral: la apariencia física de los modelos publicitarios: códigos no verbales de la realidad en el discurso publicitario, como factor de influencia social mediática en la vigorexia masculina*".

Departamento de Filosofía, sociología I comunicación audiovisual I publicitat.

Universidad Jaume I. Extraído de:

<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/10463/fanjul.pdf;jsessionid=BBC2FB60574CBE61345703AB80E52F72.tdx2?sequence=1.pdf>

Farré Martí, José María; Lasheras Pérez, María Gracia; Casas Hilari, Juan Miguel (2002) "*Enciclopedia de la psicología, volumen IV: Diccionario*". Editorial: Océano. Pp 3.

Garcés, Javier; Ramos, Miguel (2013) "*Estética Corporal, Imagen y Consumo en castilla-la mancha*." Estudio realizado por la asociación de estudios psicológicos y sociales de castilla-la mancha en colaboración con el centro de estudios sobre consumo de la universidad de castilla de la mancha. Extraído de: <http://www.uclm.es/centro/cesco/pdf/trabajos/22/2011/22-2011-1.pdf>

García Romero, Fernando (2013) *“El cuerpo del atleta en la antigua Grecia”*.

Universidad Complutense de Madrid. Extraído de:

<http://antigua.gipuzkoakultura.net/pdf/cuerpo.pdf>

García, Leticia (2006) *“Juventud y medios de comunicación. La televisión y los jóvenes: aproximación estructural a la programación y los mensajes.”*

Editorial: Red Ámbitos .pp 127. Extraído de:

<http://site.ebrary.com/lib/sibulsp/docDetail.action?docID=10123016&p00=vi-gorexia.pdf>

Gándara, Jesús; García, Javier (2009) *“PSIQUIATRÍA Ciencia, arte y*

*humanidades.”* Vol.2 nº 1. Editorial: Ediciones Mayo. Extraído de:

[http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMAN%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20PSICOLOG%20Y%20SOCIALES/CL%20NIC/07/Psiquiatria%20II/PSIQUIATRIA%20\(2\)1.pdf](http://www.sisman.utm.edu.ec/libros/FACULTAD%20DE%20CIENCIAS%20HUMAN%20Y%20SOCIALES/CARRERA%20DE%20PSICOLOG%20Y%20SOCIALES/CL%20NIC/07/Psiquiatria%20II/PSIQUIATRIA%20(2)1.pdf)

Gómez, Alberto; Sánchez, Bernardino, Mahedero, María Del Pilar (2012)

*“Insatisfacción Y Distorsión De La Imagen Corporal En Adolescentes De Doce A*

*Diecisiete Años De Edad”*. Body Image Dissatisfaction and Distortion in

Twelve to Seventeen Years Old Teenagers. Extraído de:<http://agora->

[revista.blogs.uva.es/files/2013/07/agora\\_15\\_1d\\_gomez\\_et\\_al.pdf](http://agora-revista.blogs.uva.es/files/2013/07/agora_15_1d_gomez_et_al.pdf)

Gutiérrez, Carlos; Ferreira, Robert (2007) *“Vigorexia: Estudio sobre la adicción al*

*ejercicio. Un enfoque de la problemática actual.”* Universidad de Antioquia,

Instituto Universitario de Educación Física y Salud. Extraído de:

<http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/105-vigorexia.pdf>

Hernández Sampieri, Roberto, Fernández Collado, Carlos & Baptista, Lucio (2003)

*“Metodología de la investigación”*. Tercera edición. McGraw-Hill

interamericana.

Iannotti, Celina (2005) *“Contraste de la percepción corporal entre hombres y*

*mujeres. Licenciatura en kinesiología y fisioterapia.”* Facultad de medicina.

Extraído de: <http://imgbiblio.vaneduc.edu.ar/fulltext/files/TC061964.pdf>

Lallana del Río, Ibone (2013) "*Influencia de los estereotipos sociales en el*

*rendimiento de los deportistas de alto nivel.*" Gobierno vasco-

departamento de Políticas Científicas. Extraído de:

<http://olympicstudies.uab.es/brasil/pdf/46.pdf>

León Vargas Elizabeth, Ornelas Contreras Martha (2014) "*Percepción De La*

*Imagen Corporal En Adolescentes Comparaciones Por Género*". Facultad

de Educación Física y Ciencias del Deporte. Universidad Autónoma de

Chihuahua. Chihuahua, México. Extraído de:

<http://promepca.sep.gob.mx/archivospdf/produccion/Producto1350586.PDF>

López, David; Castro, Rosario; Zagalaz, Maria (2012) "*Autoconcepto y ansiedad:*

*detección de indicadores que permitan predecir el riesgo de padecer*

*adicción a la actividad física*". Universidad de Jaén-España. Extraído de:

<http://revistas.um.es/cpd>

Maldonado, Cecilia & Natale, Romina (2009) "*Sociedad Plástica.*" El Cid Editor |

apuntes. Extraído de:

<http://site.ebrary.com/lib/sibulsp/docDetail.action?docID=10316887&p00=vig>

[orexia.pdf](#)

Marrodán, M<sup>a</sup> Dolores; Montero-Roblas (2007) *“Realidad, percepción y atractivo de la imagen corporal: condicionantes biológicos y socioculturales”* (Reality, perception and attractiveness of the body image: biological and socio-cultural conditions) Univ. Complutense de Madrid. Campus de Moncloa, s/n. Madrid Instituto de Enseñanza Secundaria Santa Eugenia. Ctra. Valencia. Extraído de:  
<http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/zainak/30/30015028.pdf>

Mirella (2013) *“Cuando la actividad física se aleja de la salud: Informe sobre vigorexia.”* Asociación de Psicología del deporte argentina. Extraído de:  
[http://www.psicodeportes.com/articulos/psicologia\\_deporte/Cuando\\_la\\_Actividad\\_Fisica\\_se\\_Aleja\\_de\\_la\\_Salud.pdf](http://www.psicodeportes.com/articulos/psicologia_deporte/Cuando_la_Actividad_Fisica_se_Aleja_de_la_Salud.pdf)

Miguez Bernárdez, M; De la Montaña, J; González Carnero,J; González Rodríguez, M. (2010) *“Concordancia entre la autopercepción de la imagen corporal y el estado nutricional en universitarios de Orense”*. Área de Nutrición y Bromatología. Facultad de Ciencias de Ourense. Universidad de Vigo. España.

Molina, Yanko; Dayron, Oliva (2011) *“El costo de ser hombres: Visto desde los estudios de masculinidades.”* Extraído de <http://www.eumed.net/rev/cccss/12/mbdo.htm>

Montero, Pilar; Morales, Eva (2004) *“Valoración de la percepción de la imagen corporal mediante modelos anatómicos”.* *Evaluation of the perception of body image by the use of anatomical models.* Unidad de Antropología. Departamento de Biología. Facultad de Ciencias. Universidad Autónoma de Madrid. Extraído de: <http://www.didac.ehu.es/antropo/8/8-8/Montero.pdf>

Olmos, Waldo; Hernández, Patricia (2009) *“Trastornos alimentarios y distorsión mental de la imagen en medicina de familia.”* Revista médica de la sociedad cochabambina de medicina familiar. Extraído de: [http://www.socomefa.com/revista/vol1/1\\_1/1\\_1\\_69\\_82.pdf](http://www.socomefa.com/revista/vol1/1_1/1_1_69_82.pdf)

Ortega Becerra, María Amparo (2010) *“Relación entre la insatisfacción con la imagen corporal, autoestima, auto concepto físico y la composición corporal en el alumnado de primer ciclo de educación secundaria de la ciudad de Jaén”.* Editor: Editorial de la Universidad de Granada. Facultad de Ciencias de la Educación. Departamento de didáctica de la expresión musical, plástica y corporal; programa de doctorado: Actividad física para la

educación en la sociedad del conocimiento. Extraído de:

<http://digibug.ugr.es/bitstream/10481/19727/1/18947761.pdf>

Pope, H.G, Phillips, K.A. y Olivardia, R. (2002). “*The Adonis Complex*”. New York: Touchstone.

Revista EDU-FISICA (2014) “*las actitudes.*” Grupo de Investigación Edufísica.

ISSN 2027- 453X Periodicidad Trimestral. Extraído de: <http://www.edufisica.com/>

Rodríguez Molina, José Miguel & Rabito Alcón, María (2010) “*Vigorexia: de la adicción al ejercicio a entidad nosológica independiente.*” Universidad Autónoma de Madrid.

Rodríguez, A. (1991). “*Psicología Social.*” México: Trillas. Extraído

de:[http://es.wikipedia.org/wiki/Floyd\\_Allport](http://es.wikipedia.org/wiki/Floyd_Allport)

Sánchez, Lorenzo; Mejías, Ignacio; Rodríguez, Elena (2004) “*Jóvenes y*

*Publicidad: Valores en la comunicación publicitaria para jóvenes.*” Extraído

de: [http://www.fad.es/sala\\_lectura/jovenesypublicidad.pdf](http://www.fad.es/sala_lectura/jovenesypublicidad.pdf)

Salaberria, Karmele; Rodríguez, Susana; Cruz, Soledad (2007) "*Percepción de la imagen corporal.*" Facultad de psicología departamento de personalidad, evaluación y tratamientos psicológicos. Extraído de <http://www.euskomedia.org/PDFAnlt/osasunaz/08/08171183.pdf>

Sambade Baquerín, Iván (2013) "*La construcción social del cuerpo masculino: Género, Salud y Conducta Antisocial.*" Cátedra de estudios de género de la Universidad de Valladolid. Extraído de: <http://www.redmasculinidades.com/sites/default/files/archivos/biblioteca/00231.pdf>

Trujano, Patricia; Nava, Carlos (2010) "*Trastorno de la imagen corporal: Un estudio con preadolescentes y reflexiones desde la perspectiva de género.*" Anales de Psicología, vol.26, núm. 2, julio, 2010, pp. 279-287, Universidad de Murcia España. Extraído de: <http://www.redalyc.org/pdf/167/16713079012.pdf>

# *APÉNDICE*

---

Los resultados obtenidos, se presentan siguiendo el orden de los objetivos específicos:

**Apéndice N° 1: Frecuencia y Distribución porcentual de los datos sociodemográficos de la población de estudio**

<b>Centro de entrenamiento físico</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Gimnasio Alonso	21	29.6 %
Gimnasio Danny White	17	23.9 %
Mole Gym	18	25.4 %
Shark Gym	15	21.1 %
Total	71	100 %
<b>Edad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
18-20	12	16.8 %
21-23	20	28.2 %
24-26	21	29.7 %
27-30	18	25.3 %
Total	71	100 %
<b>Escolaridad</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Primaria Completa	1	1.4 %
Primaria Incompleta	0	0 %
Secundaria Completa	9	12.7 %
Secundaria Incompleta	7	9.9 %
Universitario	44	62.0 %
Formación Técnica	10	14.1 %
Total	71	100 %
<b>Procedencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Urbana	70	98.6 %
Rural	1	1.4 %
Total	71	100 %
<b>Estado Civil</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Soltero	42	59.2 %
Casado	10	14.1 %
Unión de hecho estable	19	26.8 %
Viudo	0	0 %
Total	71	100 %
<b>Tiempo de asistencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
1 año	23	32.4 %
2 años	19	26.8 %
3 años	28	39.4 %
Total	71	100 %

Fuente: Cuestionario de datos sociodemográficos

El 29.6% de los jóvenes del sexo masculino asisten al gimnasio Alonso, el 23.9 % asisten al gimnasio Danny White, el 25.4 % asiste al gimnasio Mole Gym, el 21.1 % asiste al Shark Gym. El 16.8 % se encuentra entre las edades de 18 a 20 años, el 28.2 % oscilan entre las edades de 21 a 23 años, el 29.7 % oscilan entre las edades de 24 a 26 años y el 25.3 % entre los 27 a 30 años. El 1.4 % tiene escolaridad primaria completa, el 12.7 % curso la secundaria completa, el 9.9% secundaria incompleta, el 62.0% con un nivel de escolaridad universitario y el 14.1 % tiene nivel de escolaridad formación técnica. El 98.6 % de los participantes tiene procedencia urbana y el 1.4 % procedencia rural. El 59.2 % de los jóvenes su estado civil es soltero, el 14.1 % son casados, el 26.8 % mantienen unión de hecho estable. El 32.4% tiene un tiempo de asistencia al gimnasio de 1 año, el 26.8 % de dos años de asistencia y el 39.4 % de tres años de asistencia respectivamente.

**Apéndice N°2: Actitudes de la población de estudio en relación a su imagen corporal (Nivel I de codificación)**

<b>Código</b>	<b>Categoría</b>	<b>Segmento</b>
		<i>“Sabía que era bueno para la salud y que entre otras cosas te brindaría una mejor imagen física, que te haría verte más deseable al sexo opuesto”</i>
		<i>“Siempre me han dicho que el ejercicio es bueno para la salud y ahora lo compruebo, me informe en internet sobre cómo ganar masa muscular, entreno hasta 3 o 4 horas diarias para poder mantener mi musculatura”</i>
		<i>“De los gimnasios antes de entrenar en ellos sabía que tenías que esforzarte bastante”</i>
		<i>“Conocía a muchachos que entrenaban en algunos gimnasios y ellos me contaban de sus rutinas de ejercicios”</i>
<b>C.E.R.F.</b>	<b>Conocimientos de entrenamiento y resultados físicos</b>	<i>“Cuando haces ejercicio físico los músculos se te vuelven más firmes y más elásticos, así que es provechoso para el cuerpo realizarlo”</i>
		<i>“Mente sana en cuerpo sano, para que tu cuerpo funcione de forma adecuada debes mantenerlo en forma”</i>
		<i>“El ejercicio físico te da buenos resultados a nivel físico y mental”</i>
		<i>“Los que me ofrecía la televisión, desde joven me ha interesado la onda de los deportes”</i>
		<i>“Actores de películas, el querer verme como ellos y ser como ellos me ha llevado hasta donde estoy”</i>
		<i>“Me gustaba ver la lucha libre americana y era admirador de varios de los luchadores de la WWE”</i>

*“Si vos no usas una máquina luego de un determinado tiempo se te daña, lo mismo te pasa con el cuerpo debes entrenarlo y calentarlo para que tu cuerpo siempre responda de buena forma”*

*“No me quería sentir mal con mi cuerpo y fue como inicie en esto del ejercicio físico y me gusto”*

---

*“La televisión...allí es donde salen los tipos casi en cueros y bien pompeados, las mujeres se enloquecen viendo a esos majes”*

*“La internet ha sido un método novedoso y práctico para conocer de los ejercicios físicos y sus beneficios”*

*“Los libros del cuerpo humano me han gustado mucho desde niño, y allí miraba a los dibujos bastante musculosos y me preguntaba si podía llegar a desarrollar mi cuerpo de esa forma”*

*“Las películas y la televisión, en las películas los actores masculinos por lo general son musculosos y fuertes físicamente, no es común ver a un gordo o a un palillo, haciendo del héroe en la película”*

**T.T.I.**

**Tipo de transmisión de información**

*“Los hombres musculosos han sido cuestión de habla entre mujeres y hombres desde siempre, y lo podía ver en las revistas, libros, la televisión, las películas”*

*“La televisión ha sido el principal medio, se encarga de mostrar que es lo que el hombre de hoy debe hacer y sobre todo que tipo de hombre es el que es más popular en la sociedad”*

*“Siempre he tenido a la mano todo tipo de material para el desarrollo muscular, desde revistas, literatura sobre educación física, manuales de entrenamiento físico, películas”*

*“La tele, los hombres o modelos que aparecen son bastante fornidos y las mujeres les gustan los hombres así”*

---

*“Podes encontrar hombres bien buenos en todas partes, hasta en la calle, para mi fueron las películas xxx para otro quizás sea la televisión”*

*“La televisión viendo lucha libre Raw americana, eh...creo que también las revistas tv y novelas que miraba mi hermana”*

*“Hoy día la internet, cuando tengo dudas sobre un ejercicio en particular o sobre determinado fármaco que deba tomar para aumentar mi masa muscular voy a internet y averiguo si es un producto confiable o no”*

*“Para mí fueron dos personajes en particular que me dieron inspiración para desarrollar mis músculos, estos son Hulk Hogan y Arnold Schwzeneger”*

---

**S.E.D.P**

**Sentimientos**

experimentados de parte

de las demás personas

*“Cuando estaba en el desarrollo me daba pena que se me notaran cambios en mi cuerpo, antes me sentía acomplejado por convertirme en hombre, ahora no me acompleja sino que disfruto que me observen y que secretamente me deseen”*

*“Como antes no me gustaba hacer ejercicios no me importaba como me veía , pero a medida que me miraba gordo me causaba cierto malestar verme así frente al espejo”*

*“Me siento bien con mi cuerpo, el me reporta muchas satisfacciones y no tengo que seguir comentarios estúpidos que me hagan los demás, pues sé que en el fondo de ellos quisieran ser como soy”*

*“Me metí al gimnasio porque era muy delgado y eso me hacía sentir inferior al resto de los muchachos, cuando sos flaco te friegan mucho y a mí eso me molestaba”*

*“Lo que los demás te dicen sobre tu cuerpo te afecta, no lo puedes negar y es por eso que a veces nos sometemos a tantos sacrificios por encajar y*

---

*tratar de complacer a otros”*

*“Me siento bien conmigo mismo y no estoy dispuesto a que nadie se entrometa en mis planes por ser mejor y tener un mejor aspecto físico”*

*“Al tener un padre que fue en sus buenos tiempos fisicoculturista, sentía una presión por ser como él”*

*“La gente siempre me vio como un joven que le gustaba jugar con sus amigos en el estadio o en el campus médico, a las chavalas les gustaba vernos jugar y creo que era porque éramos deportistas”*

*“Mi cuerpo me puede generar la satisfacción que quiera tanto para mí como para otras personas”*

*“Los comentarios de la gente no me aComplejan, porque me siento bien conmigo mismo”*

*“Hasta cierto punto he querido verme como un modelo masculino y quizás sea uno de los principales motivos por los cuales entreno todos los días de la semana”*

*“Siempre he tratado de sentirme bien conmigo mismo y no concentrarme en las opiniones de las personas de mi alrededor, importa más lo que sos por dentro, tú inteligencia, tu sabiduría”*

---

*“Me siento bien conmigo mismo y creo que sí puedo aumentar más masa muscular lo hare, siempre es necesario mantener la carga de músculos y si es posible más”*

*“Sé que se puede ser mejor y conseguir más músculos si me lo propuse antes porque no lo podre lograr ahora”*

*“Cuando me veo desnudo frente al espejo, veo el fruto de mi esfuerzo, me encanta verme así, lástima que la ropa nos cubre tanto”*

---

S.E.C.M.

Sentimientos

experimentados consigo

mismo

*“Hay jóvenes que en los vestidores se quitan todas sus prendas de vestir y aprendes a ver el cuerpo desnudo de otro hombre no con vergüenza sino ser mejor que tu compañero”*

*“No soy Dios, no merezco adoración, la adoración es de él, quizás porque como solo es de él, es que el ser humano no puede con ella y se vuelve loco cuando la llega a tener un poco”*

*“El espejo revela quien soy en realidad, a veces me siento triste conmigo mismo porque no soy como quisiera ser, pero sé que con esfuerzo podré llegar a desarrollar mi musculatura cada vez más”*

*“Me siento preocupado por tener que ser fuerte, a veces me frustra la idea de que tengo que encajar en determinados estándares”*

*“No estoy más concentrado en mi imagen física que en mi bienestar como persona”*

*“Me excito al verme, los demás se excitan al verme, qué más puedo pedirle a la vida”*

*“Me siento bien, físicamente atractivo”*

*“Hay mucha competencia en el mundo, pero la principal competencia es la que vos te haces solo en tu mente”*

*“Experimento tranquilidad al ver mi imagen ante el espejo”*

---

*“Una vez que vi los resultados de los esteroides, me encanto, si quieres verte bien debes pagar un precio, y si el precio para nosotros en un gimnasio es este, vale la pena, ganas más de lo que salís perdiendo”*

*“Los más drástico que llegaría a hacerme sería una cirugía plástica para verme mejor, y no me importaría hacérmela si tengo el dinero y quiero”*

---

*me la realizare sin pensarlo”*

*“En la vida nada es suficiente y todos queremos estar en la cima, pero solo unos pocos llegan a ella, y para poder ganar un cuerpo maravilloso tenes que invertir y probar los productos que hay disponibles para conseguir lo que quieres”*

*“Me gusta la vida, así que no estoy tan dispuesto a pagar precios muy altos para ganar masa muscular como por ejemplo los esteroides”*

*“Debo sentirme bien conmigo mismo primero para sentirme bien con los demás”*

**D.M.I.C.**

Disposición de mejorar  
imagen corporal

*“Lo que sea necesario para aumentar masa muscular”*

*“Solo el uso de suplementos avalados por la FDA, que son los mejores, no es recomendable meter cualquier cosa a tu cuerpo pues luego pagas las consecuencias de ello”*

*“Entrenar, entrenar y entrenar....  
Que más quieres que te diga”*

*“Para mí la belleza es una inversión, si invertís en una casa, en un negocio porque no vas a invertir en tu propio cuerpo”*

*“Estaría dispuesto a entrenar más horas para definir mi cuerpo”*

*“No tendría lastima en comprar productos caros, la vanidad no está de más y es de las que te dejan pilas los bolsillos”*

*“Productos que te mantengan crecida la masa muscular, se te vuelve una adicción y tenes que sacar de donde no tenes para pagarlos”*

---

**M.U.G.M.M.**

**Métodos utilizados para  
ganar masa muscular**

*“Inyecciones de esteroides, hasta aminoácidos, estos últimos son caros y de paso temporales por eso casi no los compro aunque no dejan de ser buenos, también me he tirado mis batidos de proteínas que te los bebas antes o después de entrenar”*

*“Me tomo un coctel de productos para mantenerme en forma, como aminoácidos, batidos y barras de proteínas, me vitamino, desparasito y me alimento con comidas bajas en grasas”*

*“Aminoácidos, hígado de bacalao, quemadores de grasa, batidos de proteínas de distintas marcas unos mejores que otros, creatina, las vitaminas y minerales son esenciales”*

*“Pildoras reductoras de abdomen, batidos de alto contenido proteínico, granola y cereales integrales, tal como te dije anteriormente use los esteroides”*

*“Solo tomo vitaminas y minerales, el resto lo extraigo de mi alimentación, evito en lo posible el alcohol y el tabaco”*

*“Aminoácidos, vitaminas b12, leche de soya para mezclar con batidos de proteínas, creatina, vitamina e formula, vitamina c formula, el batido de milk & egg”*

*“Creatina, aminoácidos, arginina, lisina, aloe vera para desintoxicar el organismo y bueno son muchas cosas pues no solo es aumentar sino también mantener limpio el organismo”*

*“Aceite de pescado, omega 3, power maker, ensure la que me tomaba en compañía de batidos de proteínas”*

*“He usado esteroides, batidos de muscle builder y complete rx, este te ayuda a aumentar la masa muscular sin obtener grasa y también te promueve la definición”*

---

*“Quemadores de grasa para bajar de peso y definirme los músculos, algunos son el nitrix o el fat burner que son muy buenos”*

*“Creatine ATP, esta es una formula especial que te promueve la absorción de creatina dando como resultado el crecimiento de mis músculos y elevando mis niveles de energía”*

*“El Weight Gainer, que era una mezcla de proteínas de alta calidad, carbohidratos, vitaminas y minerales para incrementar de peso y el Ultra Weight Pro, que tiene proteínas de suero de leche de alta calidad”*

---

**Fuente: Entrevista a profundidad**

**Apéndice N°3: Actitudes de la población de estudio en relación a su imagen corporal (Nivel II de codificación)**

**Tema 1: (1.C.C) Componentes Conductuales**

**Categoría 1: (C.E.R.F.) Conocimientos de entrenamiento y resultados físicos**

*“Sabía que era bueno para la salud y que entre otras cosas te brindaría una mejor imagen física, que te haría verte más deseable al sexo opuesto” (Entrevista #1)*

*“Siempre me han dicho que el ejercicio es bueno para la salud y ahora lo compruebo, me informe en internet sobre cómo ganar masa muscular, entreno hasta 3 o 4 horas diarias para poder mantener mi musculatura” (Entrevista #2)*

*“Cuando haces ejercicio físico los músculos se te vuelven más firmes y más elásticos, así que es provechoso para el cuerpo realizarlo” (Entrevista #5)*

**Categoría 2: (T.T.I) Tipo de transmisión de información**

*“La internet ha sido un método novedoso y práctico para conocer de los ejercicios físicos y sus beneficios” (Entrevista #2)*

*“La televisión ha sido el principal medio, se encarga de mostrar que es lo que el hombre de hoy debe hacer y sobre todo que tipo de hombre es el que es más popular en la sociedad” (Entrevista #6)*

*“Las películas y la televisión, en las películas los actores masculinos por lo general son musculosos y fuertes físicamente, no es común ver a un gordo o a un palillo, haciendo del héroe en la película” (Entrevista #4)*

## Tema 2: (2.C.A.) Componentes Afectivos

### **Categoría 1: (S.E.D.P.) Sentimientos experimentados de parte de las demás personas**

*“Me metí al gimnasio porque era muy delgado y eso me hacía sentir inferior al resto de los muchachos, cuando sos flaco te friegan mucho y a mí eso me molestaba” (Entrevista #4)*

*“Lo que los demás te dicen sobre tu cuerpo te afecta, no lo puedes negar y es por eso que a veces nos sometemos a tantos sacrificios por encajar y tratar de complacer a otros” (Entrevista #5)*

*“Siempre he tratado de sentirme bien conmigo mismo y no concentrarme en las opiniones de las personas de mi alrededor, importa más lo que sos por dentro, tú inteligencia, tu sabiduría” (Entrevista #12)*

### **Categoría 2: (S.E.C.M.) Sentimientos experimentados consigo mismo**

*“El espejo revela quien soy en realidad, a veces me siento triste conmigo mismo porque no soy como quisiera ser, pero sé que con esfuerzo podré llegar a desarrollar mi musculatura cada vez más” (Entrevista #6)*

*“Me siento preocupado por tener que ser fuerte, a veces me frustra la idea de que tengo que encajar en determinados estándares” (Entrevista #7)*

*“Cuando me veo desnudo frente al espejo, veo el fruto de mi esfuerzo, me encanta verme así, lástima que la ropa nos cubre tanto” (Entrevista #3)*

**Tema 3: (3.C.C) Componentes Conductuales**

**Categoría 1: (D.M.I.C.)  
Disposición de mejorar imagen  
corporal**

*“Una vez que vi los resultados de los esteroides, me encanto, si quieres verte bien debes pagar un precio, y si el precio para nosotros en un gimnasio es este, vale la pena, ganas más de lo que salís perdiendo” (Entrevista #1)*

*“Los más drástico que llegaría a hacerme sería una cirugía plástica para verme mejor, y no me importaría hacérmela si tengo el dinero y quiero me la realizare sin pensarlo” (Entrevista #2)*

*“Para mí la belleza es una inversión, si invertís en una casa, en un negocio porque no vas a invertir en tu propio cuerpo” (Entrevista #9)*

**Categoría 2: (M.U.G.M.M)  
Métodos utilizados para  
ganar masa muscular**

*“Inyecciones de esteroides, hasta aminoácidos, estos últimos son caros y de paso temporales por eso casi no los compro aunque no dejan de ser buenos, también me he tirado mis batidos de proteínas que te los bebes antes o después de entrenar” (Entrevista #1)*

*“Solo tomo vitaminas y minerales, el resto lo extraigo de mi alimentación, evito en lo posible el alcohol y el tabaco” (Entrevista #5)*

*“Creatina, aminoácidos, arginina, lisina, aloe vera para desintoxicar el organismo y bueno son muchas cosas pues no solo es aumentar sino también mantener limpio el organismo” (Entrevista #7)*

**Apéndice N°4: Frecuencia y Distribución porcentual de los grados de preocupación de la imagen corporal en la población de estudio**

<b>Preocupación por la apariencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
menos de 30 minutos	22	31 %
De 30 a 60 minutos	17	23.9 %
Más de 60 minutos	32	45.1 %
Total	71	100 %
<b>Malestar por la apariencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca o Raramente	20	28.2 %
Algunas Veces	41	57.7 %
Frecuentemente	10	14.1 %
Total	71	100 %
<b>Evita ser visto por los demás</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>porcentaje</b>
Nunca o raramente	31	43.7 %
Algunas veces	36	50.7 %
Frecuentemente	4	5.6 %
Total	71	100 %
<b>Tiempo dedicado a actividades de aseo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 30 minutos	18	25.4 %
De 30 a 60 minutos	24	33.8 %
Más de 60 minutos	29	40.8 %
total	71	100 %
<b>Tiempo dedicado a actividades físicas</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Menos de 60 minutos	8	11.3 %
De 60 a 120 minutos	30	42.3 %
Más de 120 minutos	33	46.5 %
Total	71	100 %
<b>Frecuencia de dietas comiendo alimentos especiales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca o raramente	14	19.7 %
Algunas veces	29	40.8 %
Frecuentemente	28	39.4 %
Total	71	100 %
<b>Ingresos económicos empleados en mejorar la apariencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Una cantidad insignificante	22	31 %
Una cantidad sustancial, pero nunca hasta el punto de que me cree problemas económicos	44	62 %
Una cantidad suficiente hasta el punto de crearme problemas económicos	5	7 %

Total	71	100 %
<b>Apariencia física afecta relaciones sociales</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca o raramente	37	52 %
Algunas veces	30	42.3 %
Frecuentemente	4	5.6 %
Total	71	100 %
<b>Vida sexual afectada por la apariencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca o raramente	48	67.6 %
Algunas veces	22	31 %
Frecuentemente	1	1.4 %
Total	71	100 %
<b>preocupaciones con la apariencia han comprometido trabajo o carrera</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca o raramente	46	64.8 %
Algunas veces	23	32.4 %
Frecuentemente	2	2.8 %
Total	71	100 %
<b>Evitación de ser visto por otras personas por la apariencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca o raramente	52	73.2 %
Algunas veces	19	26.8 %
Total	71	100 %
<b>Consumo de droga legal o ilegal para ganar músculo</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca	32	45.1 %
Sólo drogas legales, compradas en sitios oficiales o bajo prescripción	16	22.5 %
He usado esteroides anabólicos ilegales, píldoras de adelgazamiento u otras sustancias	23	32.4 %
Total	71	100 %
<b>Medidas extremas para cambiar la apariencia</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
Nunca o raramente	38	53.5 %
Algunas veces	15	21.1 %
Frecuentemente	18	25.4 %
Total	71	100 %

Fuente: The Adonis Complex Questionnaire (ACQ)

El 31 % de los jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico, se preocupa por su apariencia menos de

treinta minutos al día, el 23.9 % se preocupa por su apariencia de 30 a 60 minutos y el 45.1 % se preocupa por su apariencia más de 60 minutos de duración de tiempo. El 28.2 % nunca o raramente refiere malestar por la apariencia, el 57.7 % algunas veces siente malestar por la apariencia y el 14.1 % frecuentemente refiere malestar por la apariencia. El 43.7 % nunca o raramente evita ser visto por los demás por cuestiones relacionadas con su apariencia, el 50.7 % algunas veces evita ser visto por los demás por cuestiones relacionadas con su apariencia y el 5.6 % frecuentemente evita ser visto por las demás personas debido a preocupaciones por su apariencia. El 25.4 % dedica un tiempo a actividades de aseo menos de 30 minutos, el 33.8% dedica un tiempo a actividades de aseo de 30 a 60 minutos, el 40.8% dedica más de 60 minutos a actividades de aseo para mejorar su apariencia. El 11.3 % dedica menos de 60 minutos de tiempo a actividades físicas, el 42.3 % dedica de 60 a 120 minutos de tiempo y el 46.5 % dedica más de 120 minutos de tiempo a actividades físicas. El 19.7 % nunca o raramente sigue una frecuencia de dietas comiendo alimentos especiales, el 40.8 % algunas veces y el 39.4 % sigue una frecuencia de dietas comiendo alimentos especiales. El 31 % emplea una cantidad insignificante de sus ingresos económicos empleados en mejorar su apariencia, el 62 % una cantidad sustancial, pero nunca hasta el punto de que le cree problemas económicos y el 7 % una cantidad suficiente hasta el punto de crearle problemas económicos en los ingresos económicos empleados en mejorar la apariencia. El 52 % nunca o raramente sus actividades relacionadas con su apariencia física ha afectado sus relaciones sociales, el 42.3 % algunas veces y el 5.6 % frecuentemente sus

actividades relacionadas con sus apariencia física ha afectados sus relaciones sociales. El 67.6 % nunca o raramente su vida sexual ha sido afectada por su apariencia física, el 31 % algunas veces y el 1.4 % frecuentemente ha sido afectado en su vida sexual debido a cuestiones relacionadas con su apariencia física. El 64.8 % nunca o raramente sus preocupaciones con la apariencia física han comprometido su trabajo carrera, el 32.4 % algunas veces y el 2.8 % frecuentemente ha comprometido su trabajo o carrera por preocupaciones relacionadas con su apariencia física. El 73.2 % nunca o raramente ha evitado ser visto por otra gente debido a preocupaciones con su apariencia física y el 26.8 % algunas veces ha evitado ser visto por otra gente debido a preocupaciones con su apariencia física. El 45.1 % nunca ha hecho consumo de algún tipo de droga legal o ilegal para ganar musculo, perder peso o cualquier intento de mejorar su apariencia física, el 22.5 % ha hecho consumo sólo drogas legales, compradas en sitios oficiales o bajo prescripción y el 32.4 % Ha usado esteroides anabólicos ilegales, píldoras de adelgazamiento u otras sustancias. El 53.5 % nunca o raramente ha tomado medidas extremas para cambiar su apariencia física, el 21.1 % algunas veces y el 25.4 % frecuentemente ha tomado medidas extremas para cambiar su apariencia física.

Apéndice N°5: Cuestionario de Datos Sociodemográficos



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León



**Cuestionario de Datos Sociodemográficos**

Recibe un cordial saludo de mi parte, soy estudiante de V año de la carrera de Psicología y estoy realizando un estudio, cuyo objetivo es el de valorar las actitudes que puedas manifestar sobre tu propia imagen corporal. Se te solicita tu colaboración para que contestes algunas preguntas, tus respuestas serán confidenciales y anónimas. Te solicito contestes este cuestionario con la mayor sinceridad posible. Lee correctamente las instrucciones antes de contestar lo que se está solicitando.

Fecha: \_\_\_\_\_ / \_\_\_\_\_ / 0 14

Hora: \_\_\_\_\_

<b>Datos Generales</b>	
<b>Nombre del centro de entrenamiento físico al que asistes</b>	_____
<b>Edad (Años cumplidos)</b>	_____
<b>Escolaridad</b>	Primaria Completa
	Primaria Incompleta
	Secundaria Completa
	Secundaria Incompleta
	Universitario
	Formación Técnica
<b>Procedencia</b>	Urbana
	Rural
<b>Estado Civil</b>	Soltero
	Casado
	Unión de hecho estable
	Viudo
<b>Tiempo de estar asistiendo al gimnasio</b>	1 año
	2 años
	3 años

¡Gracias, por tu colaboración!

## Apéndice N°6: Guía de Preguntas



Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua-León



### Guía de Preguntas

---

#### ***Instrucciones.***

Las preguntas que se mencionan a continuación, se deben responder de forma tal que reflejes tu percepción respecto a lo que plantea la interrogante (Explique su respuesta).

#### **a) Componente Cognoscitivo:**

1-¿Qué conocimientos previos tenías acerca del entrenamiento y resultados físicos en un gimnasio?

2-¿Qué tipo de literatura o medio visual o audio te ha transmitido información sobre el entrenamiento físico en el gimnasio?

b) Componente Afectivo:

3-¿Qué tipo de sentimientos has experimentado por parte de las demás personas debido a tu imagen corporal?

4-¿Qué sentimientos experimentas cada vez que te ves ante el espejo en relación a tu imagen corporal?

c) Componente Conductual:

5-¿Qué estarías dispuesto a llevar a cabo con tal de mejorar tu imagen corporal?

6-Menciona que métodos has utilizado para ganar masa muscular (suplementos alimenticios, vitaminas y minerales, sustancias anabólicas, entre otros) y ¿Cuáles fueron las razones de utilizar dicho método?

¡Gracias por tu colaboración!

### **Apéndice N°7: The Adonis Complex Questionnaire (ACQ)**

El mencionado equipo de la Universidad de Harvard, que conduce Harrison G. Pope, desarrolló un cuestionario que intenta evaluar el grado de preocupación que representa la imagen corporal en varones. No es un cuestionario que busque identificar específicamente un cuadro de Vigorexia, o Dismorfia Muscular, sino los diversos indicadores pertenecientes al Complejo de Adonis. Entendiendo por ello al conjunto de alteraciones de la imagen corporal que afecta a los varones en la actualidad. En consecuencia, las áreas exploradas, en el cuestionario en sí, son las relacionadas con la imagen corporal y no exclusivamente las relacionadas con la preocupación desmedida por el desarrollo muscular. (Compte, Emilio Juan, 2009).

#### **Traducción experimental del ACQ**

1-¿Cuánto tiempo dedicas cada día preocupándote por algún aspecto de tu apariencia (no simplemente pensando sino preocupándote)?

- a) Menos de 30 minutos.
- b) De 30 a 60 minutos.
- c) Más de 60 minutos.

2-¿Con qué frecuencia estás mal por alguna cuestión relacionada con tu apariencia (preocupado, ansioso, deprimido...)?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

3-¿Con qué frecuencia evitas que partes de tu cuerpo o tu cuerpo entero sea visto por otros? Por ejemplo, ¿con qué frecuencia evitas ir a vestuarios, piscinas o situaciones donde debas quitarte la ropa? O también, ¿con qué frecuencia llevas ropa que alteran u ocultan tu apariencia corporal, como por ejemplo intentar ocultar tu cabello o llevar ropas holgadas para esconder tu cuerpo?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

4-¿Cuánto tiempo dedicas cada día a actividades de aseo para mejorar tu apariencia?

- a) Menos de 30 minutos.
- b) De 30 a 60 minutos.
- c) Más de 60 minutos.

5-¿Cuánto tiempo dedicas cada día a actividades físicas para mejorar tu apariencia física, tales como levantamiento de pesas, *jogging*, máquina de caminar? (Nos referimos sólo a esas actividades deportivas cuyo objetivo principal es mejorar la apariencia física).

- a) Menos de 60 minutos.
- b) De 60 a 120 minutos.
- c) Más de 120 minutos.

6-¿Con qué frecuencia sigues dietas comiendo alimentos especiales (por ejemplo, alto grado proteínico o comidas bajas en grasas) o ingieres suplementos nutricionales para mejorar tu apariencia?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

7-¿Qué parte de tus ingresos económicos los empleas en cuestiones dedicadas a mejorar tu apariencia (por ejemplo, comidas especiales de dieta, suplementos nutricionales, productos para el pelo, cosméticos, técnicas cosméticas, equipamiento deportivo, cuotas de gimnasios...)?

- a) Una cantidad insignificante.
- b) Una cantidad sustancial, pero nunca hasta el punto de que me cree problemas económicos.
- c) Una cantidad suficiente hasta el punto de crearme problemas económicos.

8-¿Con qué frecuencia tus actividades relacionadas con tu apariencia física afectan tus relaciones sociales (por ejemplo, el tener que dedicar tiempo a entrenamientos, prácticas alimentarias especiales o cualquier otra actividad relacionada con tu apariencia que terminan afectando a tus relaciones con otras personas)?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

9- ¿Con qué frecuencia tu vida sexual se ha visto afectada por tus preocupaciones relacionadas con la apariencia?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

10- ¿Con qué frecuencia tus preocupaciones con la apariencia o actividades relacionadas con ella han comprometido tu trabajo o carrera (o tus actividades académicas si eres estudiante) (por ejemplo, llegando tarde, perdiendo horas de trabajo o de clase, trabajando por debajo de tu capacidad o perdiendo oportunidades de mejora o ascenso por preocupaciones y/o actividades con la imagen corporal)?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

11- ¿Con qué frecuencia has evitado ser visto por otra gente debido a tus preocupaciones con tu apariencia (por ejemplo, no yendo a la escuela, al trabajo, a eventos sociales, o a estar en público)?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

12- ¿Has consumido algún tipo de droga, legal o ilegal, para ganar músculo, perder peso o cualquier intento de mejorar tu apariencia?

- a) Nunca.
- b) Sólo drogas legales, compradas en sitios oficiales o bajo prescripción.
- c) He usado esteroides ilegales, píldoras de adelgazamiento u otras sustancias.

13- ¿Con qué frecuencia has tomado medidas extremas (que no sean el uso de drogas) para cambiar tu apariencia, tales como hacer ejercicio excesivo, entrenar incluso estando adolorido, hacer dietas extremas, vomitar, usar laxantes u otros métodos de purga, usar técnicas no convencionales de desarrollo muscular, crecimiento del pelo, alargamiento del pene, etc.?

- a) Nunca o raramente.
- b) Algunas veces.
- c) Frecuentemente.

Compte, Emilio Juan (2009) *“Las tesis de Belgrano”*. Facultad de Humanidades  
Licenciatura en Psicología. Vigorexia aproximaciones teórico clínicas, N°  
358. Universidad de Belgrano. Pp 24, 25, 26.

### **Corrección del ACQ**

Respuestas **a**: 0 puntos.

Respuestas **b**: 1 punto.

Respuestas **c**: 3 puntos

### **Interpretación:**

0 a 9 puntos: preocupación menor acerca de la imagen corporal, sin verse afectada la vida social, académica y laboral.

10 a 19 puntos: grado medio a moderado del Complejo de Adonis. Puede no haber compromiso de las diferentes áreas de relación y desempeño del sujeto, pero si estar siendo afectado por presiones psicológicas y/o sociales en relación a la imagen corporal.

20 a 29 puntos: grado comprometido del Complejos de Adonis. Se recomienda consulta y tratamiento psicológico.

30 a 39 puntos: serio compromiso con la imagen corporal, donde las áreas social, laboral y académica se observan muy afectadas. Urge la consulta y tratamiento con un profesional de la salud mental.

## Apéndice N°8: Consentimiento Informado



UNIVERSIDAD  
NACIONAL  
AUTÓNOMA DE  
NICARAGUA-LEÓN

### Consentimiento Informado

Yo, \_\_\_\_\_, doy mi consentimiento para ser entrevistado como parte del estudio “Actitudes y Grados de preocupación por la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León”

De igual manera, hago constar lo siguiente:

He sido informado del objetivo, que es según la declaración de Helsinki en su criterio número seis: el bienestar de la persona que participa en la investigación debe tener siempre primacía sobre todos los otros intereses.

1. Sobre el estudio entiendo:

- a) que los propósitos del investigador son estrictamente académicos.
- b) que los resultados serán utilizados para elaborar trabajo de investigación sobre actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino.
- c) que la confidencialidad y el anonimato de mi participación y la de otros se mantendrá en todo momento.
- d) que podré retirarme en cualquier momento.

Firma: \_\_\_\_\_

León, 17 de Junio del 2014

Sr. Josiel Alonso  
Dueño Gimnasio.  
"Gimnasio Alonso"  
UNAN-León.  
Sus manos.

Estimado Sr. Alonso:

Sean mis primeras líneas portadoras de un afectuoso saludo y deseos de éxitos en sus funciones.

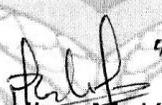
Por este medio quiero solicitarle su valioso apoyo, a fin de que el estudiante Br. Armando Quintana Barraza, estudiante del V año de la carrera de Psicología de la UNAN-León, pueda llevar a cabo su investigación titulada: "Actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León", la cual es sujeta a evaluación del eje de investigación, asignatura requisito durante este año académico.

Cabe mencionar que si su respuesta es favorable, el estudiante se regirá por las normativas éticas de investigación propias de la carrera y la universidad y obviamente de su establecimiento. Ya los pormenores de la investigación se los explicara él mismo.

De antemano le agradezco todas las facilidades prestadas al estudiante, y a la vez agradecerle su atención a la presente.

Sin más a que hacer referencia, me suscribo a usted.

Atentamente,

  
Lic. Rosalina Meléndez. MSc.  
Directora de la carrera de Psicología  
Docente Facultad de Ciencias Médicas.  
UNAN-León.



León, 17 de Junio del 2014

Sr. David León  
Dueño Gimnasio.  
"Mole Gym"  
UNAN-León.  
Sus manos.

Estimado Sr. León:

Sean mis primeras líneas portadoras de un afectuoso saludo y deseos de éxitos en sus funciones.

Por este medio quiero solicitarle su valioso apoyo, a fin de que el estudiante Br. Armando Quintana Barraza, estudiante del V año de la carrera de Psicología de la UNAN-León, pueda llevar a cabo su investigación titulada: "Actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León", la cual es sujeta a evaluación del eje de investigación, asignatura requisito durante este año académico.

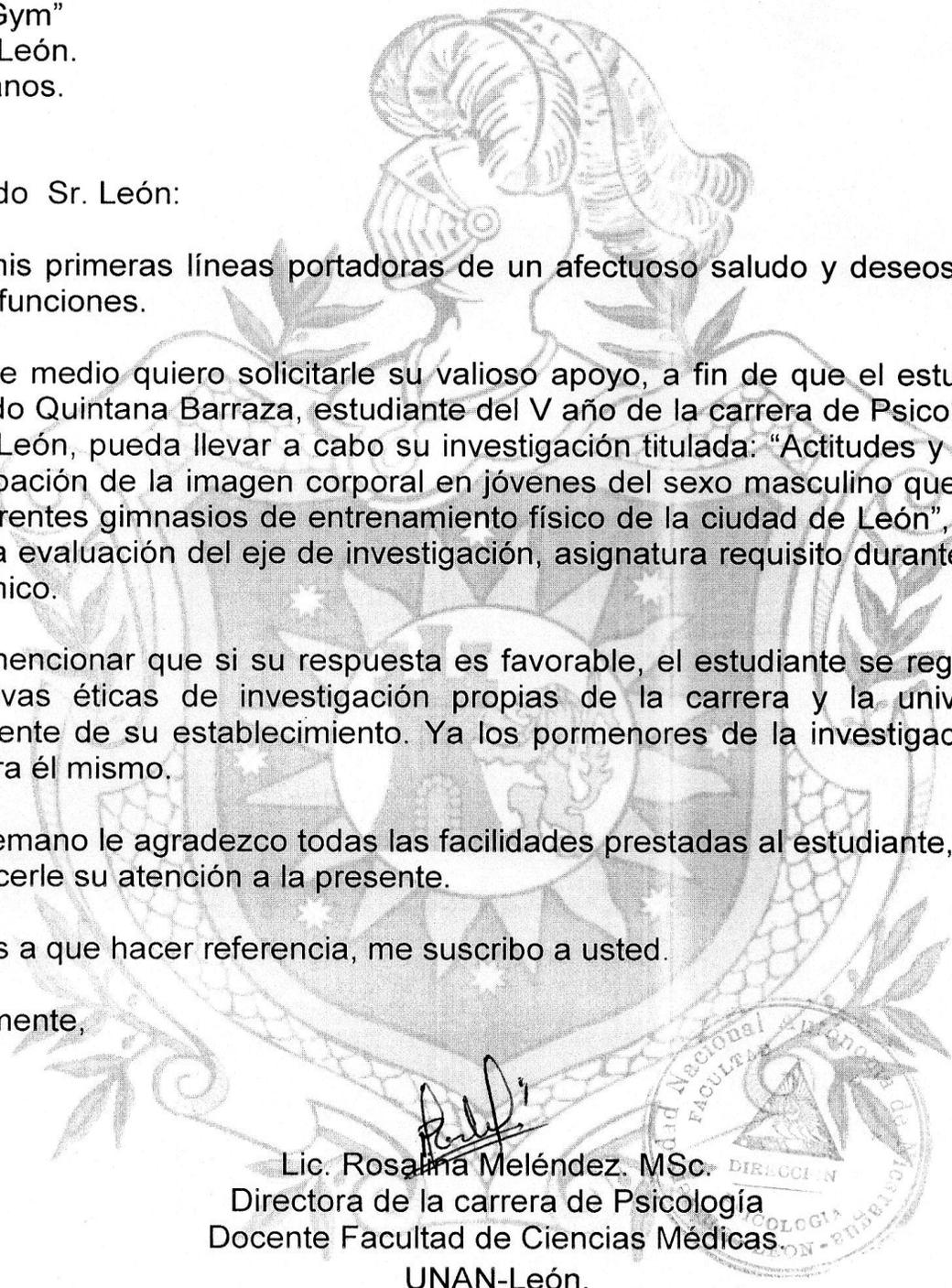
Cabe mencionar que si su respuesta es favorable, el estudiante se registrará por las normativas éticas de investigación propias de la carrera y la universidad y obviamente de su establecimiento. Ya los pormenores de la investigación se los explicará él mismo.

De antemano le agradezco todas las facilidades prestadas al estudiante, y a la vez agradecerle su atención a la presente.

Sin más a que hacer referencia, me suscribo a usted.

Atentamente,

  
Lic. Rosalinda Meléndez. MSc.  
Directora de la carrera de Psicología  
Docente Facultad de Ciencias Médicas  
UNAN-León.



León, 17 de Junio del 2014

Sr. Danilo Blanco  
Dueño Gimnasio.  
"Danny White"  
UNAN-León.  
Sus manos.

Estimado Sr. Blanco:

Sean mis primeras líneas portadoras de un afectuoso saludo y deseos de éxitos en sus funciones.

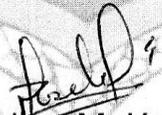
Por este medio quiero solicitarle su valioso apoyo, a fin de que el estudiante Br. Armando Quintana Barraza, estudiante del V año de la carrera de Psicología de la UNAN-León, pueda llevar a cabo su investigación titulada: "Actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León", la cual es sujeta a evaluación del eje de investigación, asignatura requisito durante este año académico.

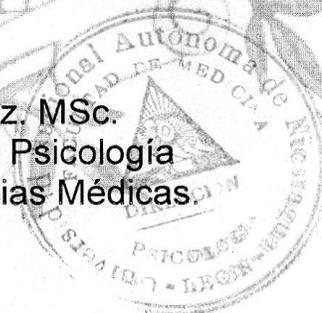
Cabe mencionar que si su respuesta es favorable, el estudiante se regirá por las normativas éticas de investigación propias de la carrera y la universidad y obviamente de su establecimiento. Ya los pormenores de la investigación se los explicara él mismo.

De antemano le agradezco todas las facilidades prestadas al estudiante, y a la vez agradecerle su atención a la presente.

Sin más a que hacer referencia, me suscribo a usted.

Atentamente,

  
Lic. Rosalinda Meléndez. MSc.  
Directora de la carrera de Psicología  
Docente Facultad de Ciencias Médicas  
UNAN-León.



León, 17 de Junio del 2014

Sra. Yamileth Hernández  
Dueña Gimnasio.  
"Shark Gym"  
UNAN-León.  
Sus manos.

Estimada Sra. Hernández:

Sean mis primeras líneas portadoras de un afectuoso saludo y deseos de éxitos en sus funciones.

Por este medio quiero solicitarle su valioso apoyo, a fin de que el estudiante Br. Armando Quintana Barraza, estudiante del V año de la carrera de Psicología de la UNAN-León, pueda llevar a cabo su investigación titulada: "Actitudes y grados de preocupación de la imagen corporal en jóvenes del sexo masculino que asisten a los diferentes gimnasios de entrenamiento físico de la ciudad de León", la cual es sujeta a evaluación del eje de investigación, asignatura requisito durante este año académico.

Cabe mencionar que si su respuesta es favorable, el estudiante se registrará por las normativas éticas de investigación propias de la carrera y la universidad y obviamente de su establecimiento. Ya los pormenores de la investigación se los explicara él mismo.

De antemano le agradezco todas las facilidades prestadas al estudiante, y a la vez agradecerle su atención a la presente.

Sin más a que hacer referencia, me suscribo a usted.

Atentamente,

  
Lic. Rosalina Meléndez. MSc.  
Directora de la carrera de Psicología  
Docente Facultad de Ciencias Médicas  
UNAN-León.

