

INFLUENCIA DE LOS ESTEREOTIPOS ESTÉTICOS EN LA PRÁCTICA DE ACTIVIDAD
FÍSICA EN EL GIMNASIO TITAN EN USUARIOS DE 18 A 25 AÑOS.

Influencia de los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el gimnasio Titán en
usuarios de 18 a 25 años

Diego Alexander Barón Mateus

Wilmer Fabián Cáceres Mendivelso

Kevyn Alexander Calderón Hernández

Cristhian Camilo Fajardo Devia

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Influencia de los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el gimnasio Titán en usuarios de 18 a 25 años.

Presentado por

Diego Alexander Barón Mateus

Wilmer Fabián Cáceres Mendivelso

Kevyn Alexander Calderón Hernández

Cristhian Camilo Fajardo Devia

Tutor

Javier Ramírez

Corporación Universitaria Minuto de Dios

Facultad de Educación

Licenciatura en Educación Física Recreación y Deporte

Bogotá D.C.

24-05-2017

Hoja de aceptación

Jurado 1

Jurado 2

Jurado 3

Agradecimientos

Se agradece principalmente a Dios por sus bendiciones, a todos los miembros del gimnasio titán por su tiempo y colaboración, al permitir realizar esta investigación, también a las personas que participaron en la encuesta ya que sin ellos no se hubiera podido avanzar en este proyecto. Por último, un agradecimiento a todos y cada uno de los docentes que a través de su asesoramiento y correcciones permitieron guiar esta investigación que servirá de base para futuras investigaciones.

Dedicatoria

El presente proyecto de investigación es dedicado principalmente a nuestra familia por su apoyo y motivación, a los docentes que brindaron su apoyo y tiempo a la hora de realizar la investigación, también a todas las personas del gimnasio titán por abrirnos las puertas de su establecimiento y a las personas que en él se ejercitan diariamente por su colaboración a la hora de realizar las encuestas ya que sin su buena disposición esta investigación no hubiera sido posible.

Resumen analítico educativo

1. Autores

Kevyn Alexander Calderón Hernández, Cristhian Camilo Fajardo Devia, Diego Alexander Barón Mateus, Wilmer Fabián Cáceres Mendivelso

2. Director del Proyecto

Javier Orlando Ramírez Lasso

3. Título del Proyecto

Influencia de los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el gimnasio Titán en usuarios de 18 a 25 años

4. Palabras Clave

Estereotipos, actividad física, imagen corporal.

5. Resumen del Proyecto

Para llevar cabo la investigación se tomó como referencia la población de 18 a 25 años de edad, en usuarios del gimnasio Titán ubicado en la localidad de Engativá, en la ciudad de Bogotá, con el objetivo de determinar de qué forma influyen los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en dicha población.

Posteriormente se hizo una revisión bibliográfica en bases de datos, con el fin de conocer cuáles son los estereotipos que influyen en la práctica de actividad física tanto de mujeres como de hombres. Además de la influencia que tienen aspectos del entorno social, como los medios de comunicación, modelos, familiares, amigos, y demás, en la toma de decisiones respecto a la propia imagen corporal.

Finalmente, se aplica un cuestionario de manera aleatoria y auto administrada a una muestra de la población con el fin de conocer la influencia de estereotipos estéticos. Los resultados obtenidos se analizaron en EXCEL y se sacaron las respectivas conclusiones de la investigación.

6. Grupo y Línea de Investigación en la que está inscrita

El grupo y línea de investigación del estudio es el presentado por la facultad de educación de la universidad Minuto de Dios el cual es didácticas específicas, en la licenciatura en Educación Física, Recreación y Deporte, orientada a la actividad física.

7. Objetivo General

Establecer de qué forma los estereotipos estéticos influye en la práctica de actividad física en los usuarios de 18 a 25 años que asisten al gimnasio Titán

8. Problemática: Antecedentes y pregunta de investigación

Según el centro de estudios psicológicos y sociales (2011) en la sociedad actual cada día es mayor la importancia que se le da a la imagen corporal, la cual se ve reflejada en un incremento de prácticas y productos de todo tipo; desde el punto de vista de la actividad física la manera en que se están desarrollando dichas prácticas con objetivos estéticos pueden traer más contradicciones que beneficios para las personas. Ibarzabal (cit. Por Fernando Carlos p7) afirma que en los últimos años es mayor la cantidad de personas que asisten a los gimnasios con el fin de realizar un entrenamiento muscular, esto se le atribuye a la presión social por tener un cuerpo armonioso. De esta manera se visualiza más la presión de los estereotipos y surge la pregunta problema:

¿De qué forma los estereotipos estéticos influyen en la práctica de actividad física en los usuarios de 18 a 25 años que asisten al gimnasio Titán?

9. Referentes conceptuales

- Estereotipos: Según Walter Lippman (como se citó en Pinto 2015) los estereotipos son estructuras cognitivas que facilitaban el manejo de la información proveniente del mundo exterior, y estos serán determinados por la cultura del sujeto.
- Actividad física: Morton (1991) la define como una gran variedad de acciones que va desde casi una completa relajación hasta llegar a la ejecución de destrezas de compleja estructuración.
- Ejercicio físico: Según la OMS (2010) el ejercicio físico es una variedad de actividad física planificada, estructurada, repetitiva y realizada con un objetivo relacionado con la mejora o el mantenimiento de uno o más componentes de la aptitud física.
- Imagen corporal: Raichs y Guimon (como se citó en Salaberria, 2012) mencionan que la imagen corporal es cada representación que los seres humanos construyen en sus mentes respecto a las vivencias que se tienen desde su propio cuerpo.

10. Metodología

La presente investigación es de tipo cuantitativo teniendo en cuenta que a la hora de plantear la idea de investigación se delimito el problema, se diseñaron los objetivos, se definieron variables y se recogió y analizo estadísticamente información para ofrecer unas conclusiones.

Posee un enfoque investigativo de carácter Empírico-Analítico, ya que se basa en la prueba para la determinación de variables, buscando su causa y efecto, es de esta manera que en la investigación se determinaron constantes como estereotipos, imagen corporal y actividad física, buscando establecer la relación que presentan y de igual manera la influencia que puede tener una sobre la otra, por ultimo conocer de qué forma los estereotipos estéticos logran intervenir en el desarrollo de la práctica de actividad física en el Gimnasio Titán.

La investigación se desarrolló mediante el método de carácter No experimental, ya que, mediante este, se pretende identificar el fenómeno tal como se da en su contexto natural, en este caso en el gimnasio Titán para posteriormente analizarlo como lo afirma Hernández et al (2010).

Las fases de la investigación fueron el planteamiento del problema, la revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico, la visualización del alcance del estudio, la elaboración y definición de variables, el desarrollo del diseño de investigación, recolección de datos y los Análisis de los datos.

Para realizar el estudio se tomó como población los usuarios del gimnasio Titán con edades entre 18 y 25 años. La muestra total corresponde al 24% de la población Para la toma de resultados se solicitó permiso por medio del correo electrónico para aplicar la encuesta realizada por el centro de estudios psicológicos y sociales de la Universidad de Castilla-La Mancha en la investigación “Estética corporal, imagen y consumo en Castilla La Mancha”.

11. Recomendaciones y Prospectiva

Con los resultados de la investigación se abre la posibilidad de realizar futuras investigaciones con el fin concientizar a los usuarios que asisten a estos centros de acondicionamiento físico, con la idea de fomentar la mejora de la práctica, calidad y conocimiento de estos centros, de igual manera se debe buscar aclarar dudas a los sujetos que decidan recurrir a esta práctica, para que no mantengan una idea errónea cuando se mantiene una actividad física excesiva y no caer en el abuso.

12. Conclusiones

Basándonos en la recopilación teórica y en el análisis de los resultados de la encuesta, se logra concluir, que los estereotipos estéticos influyen de forma directa en la práctica de actividad física en el gimnasio titán, ya que los resultados arrojan que la población manifiesta un ideal de belleza en cada género, siendo este para ellos el más exitoso, esto genera que los sujetos quieran alcanzar de algún modo este ideal, en este caso por medio del ejercicio físico, teniendo en cuenta que estos modelos poseen unas medidas que son difíciles de alcanzar y que se encuentran alejados cada vez más de una promoción de la salud ya que lograr este ideal exige un entrenamiento excesivo y hasta en ocasiones se lleva al abuso lo que produce problemas Musculo-esqueléticos, sumándole que debe ir acompañada de una dieta alta en calorías que doblegue una ingesta normal, lo que acarrea problemas cardiovasculares.

13. Referentes bibliográficos

- Asociación de estudios psicológicos y sociales de castilla la mancha. (2011). *www.psicosociales.com*. Obtenido de Estética corporal imagen y consumo: <http://www.psicosociales.com/estudios/EsteticaCorporalImagenyConsumo.pdf>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, p. (2010). *Metodología de la investigación quinta edición*. Colonia desarrollo santa fe: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA

EDITORES, S.A. DE C.V.

- Organización Mundial de la salud. (2010). *Recomendaciones Mundiales sobre la actividad física para la salud*. Obtenido de http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/44441/1/9789243599977_spa.pdf
- Taboas, M. (2009). *Análisis de los estereotipos corporales y de los modelos de actividad física representados en las imágenes de los libros de texto de educación física*. Obtenido de <file:///C:/Users/Compaq/Downloads/TESIS%20DOCTORAL%20Memoria%20Final.pdf>
- William, C. (2015). <http://repository.usta.edu.co>. Obtenido de Imaginarios estético corporales de los estudiantes adolescentes y su incidencia en las relaciones interpersonales.: <http://web.b.ebscohost.com/bdatos.usantotomas.edu.co:2048/ehost/search/basic?sid=6cd865c7-8116-402d-9462-032272faa747%40sessionmgr103&vid=16&hid=107>

Hoja de aceptación	3
Agradecimientos	4
Dedicatoria	5
Resumen analítico educativo	6
Índice tablas	11
Indice de figuras	15
Introducción	22
1. Contextualización	24
1.2 Micro contexto	26
2. Problemática	28
2.1 Descripción del problema	29
2.2 Formulación del problema	32
2.3 Justificación	33
2.4 Objetivo	35
2.4.1 Objetivo general.	35
3. Marco referencial	36
3.1 Marco de antecedentes	37
3.2 Marco teórico	44
3.4 Marco legal	53

4.	Diseño metodológico	54
4.1	Tipo de investigación	55
4.2	Enfoque de investigación	56
4.4	Fases de la investigación	58
4.5	Población y Muestra	61
4.6	Técnicas e instrumentos de recolección de datos	62
5.	Resultado	64
5.1	Técnica de análisis de resultados	65
6.	Conclusiones	152
7.	Prospectiva	156
	Bibliografía	158
	Anexos	164

Índice tablas

Tabla 2. Edades	67
Tabla 3. Estudios	68
Tabla 4. Situacion laboral	69
Tabla 5. Preocupacion aspecto corporal genero masculino	70
Tabla 6. Preocupacion aspecto corporal genero femenino	71
Tabla 7. Influecia imagen corporal en el exito social (masculino)	72
Tabla 8. Influencia de la imagen corporal en el exito social (femenino)	73
Tabla 9. Imagen corporal y confianza (masculino)	74
Tabla 10. Imagen corporal y confianza (femenino)	75
Tabla 11. Disgustos por el cuerpo en el genero masculino.	76
Tabla 12. Disgustos por el cuerpo en el genero femenino	77
Tabla 13. Preocupacion por la imagen corporal y su relacion con la salud en el genero masculino.	78
Tabla 14. Preocupacion por la imagen corporal y su relacion con la salud en el genero femenino.	79
Tabla 15. Presupuesto para mantenimiento y mejora de la imagen personal (masculino)	80
Tabla 16. Presupuesto para mantenimiento y mejora de la imagen personal (femenino)	81
Tabla 17. Imitacion de otros modelos de imagen en el genero masculino	82
Tabla 18. Imitacion de otros modelos de imagen en el genero femenino.	83
Tabla 19. Peso corporal en el genero masculino	84
Tabla 20. Peso corporal en el genero femenino	85
Tabla 21. Opinion respecto a la altura en el genero masculino.	86
Tabla 22. Opinion respecto a la altura en el genero femenino.	87

Tabla 23. Influencia de la familia en el genero masculino	88
Tabla 24. Influencia de la familia en el genero femenino	89
Tabla 25. Influencia de los amigos en el genero masculino	90
Tabla 26. Influencia de los amigos en el genero femenino	91
Tabla 27. Influencia de los compañeros de trabajo en el genero masculino	92
Tabla 28. Influencia de los compañeros de trabajo en el genero femenino	93
Tabla 29. Influencia de los especialistas en el genero masculino	94
Tabla 30. Influencia de los especialistas en el genero femenino	95
Tabla 31. Influencia de los modelos o personas publicas en el genero masculino	96
Tabla 32. Influencia de los modelos o personas publicas en el genero femenino	97
Tabla 33. Dietas para engordar en el genero masculino	98
Tabla 34. Dieta para engordar en el genero femenino	99
Tabla 35. Dieta para adelgazar en el genero msculino	100
Tabla 36. Dieta para adelgazar en el genero femenino	101
Tabla 37. Dieta obligado en el genero masculino	102
Tabla 38. Dieta obligado para el genero femenino	103
Tabla 39. Dieta por estetica en el genero masculino	104
Tabla 40. Dieta por estetica en el genero femenino	105
Tabla 41. Dieta con control medico en el genero masculino	106
Tabla 42. Dieta con control medico en el genero femenino	107
Tabla 43. Dieta sin control medico en el genero femenino	108
Tabla 44. Dieta sin control medico en el genero femenino	109
Tabla 45. Dieta en el genero masculino	110

Tabla 46. Dieta en el genero femenino	111
Tabla 47. Productos dieteticos en el genero masculino	112
Tabla 48. Productos dieteticos en el genero femenino	113
Tabla 49. Depilacion en el genero masculino	¡Error! Marcador no definido.
Tabla 50. Depilacion en el genero femenino	115
Tabla 51. Anabolizantes y esteroides en el genero masculino	116
Tabla 52. Anabolizantes y esteroides en el genero femenino	117
Tabla 53. Dieta alta en proteinas en el genero masculino	118
Tabla 54. Dieta alta en proteinas en el genero femenino	119
Tabla 55. Diureticos en el genero masculino	120
Tabla 56. Diureticos en el genero femenino	121
Tabla 57. Operaciones por motivos esteticos en el genero masculino	122
Tabla 58. Operaciones por motivos esteticos en el genero femenino	123
Tabla 59. Bronseado artificial en el genero masculino	124
Tabla 60. Bronseado artificial en el genero femenino	125
Tabla 61. Conocimiento del IMC (masculino)	126
Tabla 62. Conocimiento del IMC (femenino)	127
Tabla 63. Imagen personal y autoestima (masculino)	128
Tabla 64. Imagen personal y autoestima (femenino)	129
Tabla 65. Problemas en relaciones sociales por la imagen corporal (masculino)	130
Tabla 66. Problemas en relaciones sociales por a imagen personal (femenino)	131
Tabla 67. Problemas de salud por la imagen corporal (masculino)	132
Tabla 68. Problemas de salud por la imagen corporal (femenino)	133

Tabla 69. Informacion de las ventajas e inconvenientes sobre productos relacionados con mi imagen personal (masculino)	134
Tabla 70. Informacion de las ventajas e inconvenientes sobre productos relacionados con mi imagen personal (femenino)	135
Tabla 71. Problemas de salud por el peso (masculino)	136
Tabla 72. Problemas de salud por el peso (femenino)	137
Tabla 73. Efectos terapeuticos de los productos publicitarios (masculino)	138
Tabla 74. Efectos terapeuticos de los productos publicitarios (femenino)	139
Tabla 75. Efectos alimenticios para la imagen corporal (masculino)	140
Tabla 76. Efectos alimenticios para la imagen corporal (femenino)	141
Tabla 77. Sustitutos de comida para la imagen corporal (masculino)	142
Tabla 78. Sustitutos de comida para la imagen corporal (femenino)	143
Tabla 79. Satisfaccion respecto a la imagen corporal (masculino)	144
Tabla 80. Satisfaccion respecto a la imagen corporal (femenino)	145
Tabla 81. Figura proxima a la propia imagen corporal (masculino)	146
Tabla 82. Figura proxima a la propia imagen corporal (femenino)	148
Tabla 83. Figura corporal deseada en el genero masculino	149
Tabla 84. Figura corporal deseada en el genero femenino	150
Tabla 85. Otros aspectos respecto a la imagen corporal	152

Indice de figuras

<i>Figura 1.</i> Mapa de Bogotá señalando la localidad de Engativá	27
<i>Figura 2.</i> Imagen del Gimnasio Titán	28

<i>Figura 3.</i> Total de individuos que resolvieron la encuesta por género	66
<i>Figura 4.</i> Individuos por edades y género	67
<i>Figura 5.</i> Nivel de estudio de los encuestados	68
<i>Figura 6.</i> Situación laboral de los encuestados	69
<i>Figura 7.</i> Preocupación del género masculino por el aspecto corporal. Genero masculino.	70
<i>Figura 8.</i> Preocupación del género femenino por el aspecto corporal. Genero femenino.	71
<i>Figura 9.</i> Influencia de la Imagen corporal en el éxito social. Género masculino.	72
<i>Figura 10.</i> Influencia de la Imagen corporal en el éxito social. Género femenino.	73
<i>Figura 11.</i> La buena imagen corporal me ayuda a tener más confianza en mí mismo/a. Género masculino.	74
<i>Figura 12.</i> La buena imagen corporal me ayuda a tener más confianza en mí mismo/a. Género femenino.	75
<i>Figura 13.</i> percepción de gusto o disgusto respecto a cómo son algunas partes de su cuerpo. Genero masculino.	76
<i>Figura 14.</i> Percepción disgustada respecto a cómo son algunas partes de su cuerpo. Genero femenino.	77
<i>Figura 15.</i> La preocupación por la imagen corporal mejora la salud y la calidad de vida. Género masculino	78
<i>Figura 16.</i> La preocupación por la imagen corporal mejora la salud y la calidad de vida. Género Femenino	79
<i>Figura 17.</i> En el Presupuesto se incluye el mantenimiento y mejora de la imagen corporal. Genero masculino.	80
<i>Figura 18.</i> En el Presupuesto se incluye el mantenimiento y mejora de la imagen corporal.	

Genero femenino.	81
<i>Figura 19.</i> Imitación de la imagen corporal de otras personas que toman como modelo. Género masculino.	82
<i>Figura 20.</i> Suelo intentar imitar la imagen corporal de otras personas que tomo como modelo. Genero femenino.	83
<i>Figura 21.</i> Opinión que tienen los usuarios del gimnasio Titán sobre su peso. Genero masculino.	84
<i>Figura 22.</i> Opinión que tienen los usuarios del gimnasio Titán sobre su peso. Genero femenino.	85
<i>Figura 23.</i> Opinión que tienen los usuarios del gimnasio Titán sobre su altura. Genero masculino.	86
<i>Figura 24.</i> Opinión que tienen los usuarios del gimnasio Titán sobre su altura. Genero femenino.	87
<i>Figura 25.</i> Influencia que tiene la familia a la hora de que los usuarios del gimnasio Titán tomen decisiones sobre su propia imagen corporal. Genero masculino.	88
<i>Figura 26.</i> Influencia que tiene la familia a la hora de que los usuarios del gimnasio Titán tomen decisiones sobre su propia imagen corporal. Genero femenino.	89
<i>Figura 27.</i> Influencia que tienen los amigos a la hora de que los usuarios del gimnasio Titán tomen decisiones sobre su propia imagen corporal. Genero masculino.	90
<i>Figura 28.</i> Influencia que tienen los amigos a la hora de que los usuarios Género femenino del gimnasio Titán tomen decisiones sobre su propia imagen corporal, Genero femenino.	91
<i>Figura 29.</i> Opinión o comentarios de compañeros de trabajo en la toma de decisiones con respecto a la imagen corporal. Género masculino.	92

<i>Figura 30.</i> Opinión o comentarios de los compañeros de trabajo en la toma de decisiones con respecto a la imagen corporal. Género femenino.	93
<i>Figura 31.</i> Influencia que tienen los consejos de los especialistas en temas relacionados con la imagen personal. Género masculino.	94
<i>Figura 32.</i> Influencia que tienen los consejos de los especialistas en temas relacionados con la imagen personal. Género femenino.	95
<i>Figura 33.</i> Influencia de la imagen personal que tienen, o anuncian, los/as modelos o personas públicas que considera atractivas. Género masculino.	96
<i>Figura 34.</i> Influencia de la imagen personal que tienen, o anuncian, los/as modelos o personas públicas que considera atractivas. Género femenino.	97
<i>Figura 35.</i> Realización de dietas con relación a la imagen corporal. Género masculino.	98
<i>Figura 36.</i> Realización de dietas con relación a la imagen corporal. Género femenino.	99
<i>Figura 37.</i> Realización de dietas para adelgazar. Género masculino	100
<i>Figura 38.</i> Realización de dietas para adelgazar. Género Femenino	101
<i>Figura 39.</i> Realización de dietas obligados por motivos de salud. Género masculino	102
<i>Figura 40.</i> Realización de dietas obligadas por motivos de salud. Género femenino	103
<i>Figura 41.</i> Realización de dietas por motivos estéticos. Género masculino	104
<i>Figura 42.</i> Realización de dietas por motivos estéticos. Género femenino	105
<i>Figura 43.</i> Realización de dietas con control médico. Género masculino	106
<i>Figura 44.</i> Realización de dietas con control médico. Género femenino	107
<i>Figura 45.</i> Realización de dietas del género masculino sin control médico u otros profesionales. Generos masculinos.	108
<i>Figura 46.</i> Realización de dietas sin control médico o de profesionales. género femenino.	109

<i>Figura 47.</i> Ha pensado en ponerse a dieta. Genero masculino.	110
<i>Figura 48.</i> Ha pensado en ponerse a dieta. Genero femenino.	111
<i>Figura 49.</i> Ha n realizado, realizan o piensan realizar una compra de productos dietéticos.	
Género masculino	112
<i>Figura 50.</i> Han realizado, realizan o piensan realizar una compra de productos dietéticos.	
Genero femenino.	113
<i>Figura 51.</i> depilación de alguna parte del cuerpo. Genero masculino.	114
<i>Figura 52.</i> depilación de alguna parte del cuerpo. Genero femenino.	115
<i>Figura 53.</i> Opcion de tomar anabolizantes o esteroides para aumentar la masa muscular	
Masculina	116
<i>Figura 54.</i> Opción de tomar anabolizantes o esteroides para aumentar la masa muscular	
Femenina	117
<i>Figura 55.</i> Tomar una dieta alta en proteínas o complejos proteínicos para aumentar la masa muscular Masculina	118
<i>Figura 56.</i> Tomar una dieta alta en proteínas o complejos proteínicos para aumentar la masa muscular Femenina.	119
<i>Figura 57.</i> Tomar diuréticos o algún tipo de producto que elimine grasas o líquidos según el género masculino.	120
<i>Figura 58.</i> Tomar diuréticos o algún tipo de producto que elimine grasas o líquidos según el género femenino.	121
<i>Figura 59.</i> Llegar a operarse alguna parte de su cuerpo por motivos estéticos. Genero masculino.	122
<i>Figura 60.</i> Llegar a operarse alguna parte de su cuerpo por motivos estéticos. Genero femenino.	

	123
<i>Figura 61.</i> Realizar un bronceado artificial, (spray moreno, etc.). genero masculino.	124
<i>Figura 62.</i> Realizar un bronceado artificial, (spray moreno, etc.) género femenino.	125
<i>Figura 63.</i> Sé cuál es mi índice de masa corporal. Genero masculino.	126
<i>Figura 64.</i> Sé cuál es mi índice de masa corporal. Género femenino	127
<i>Figura 65.</i> Si mejorara mi imagen personal mi autoestima subiría. Género masculino.	128
<i>Figura 66.</i> Si mejorara mi imagen personal mi autoestima subiría. Género femenino.	129
<i>Figura 67.</i> He tenido problemas en mis relaciones sociales debido a que otras personas pensaban que mi imagen personal no era la adecuada. Genero masculino.	130
<i>Figura 68.</i> He tenido problemas en mis relaciones sociales debido a que las otras personas pensaban que mi imagen personal no era la adecuada. genero femenino.	131
<i>Figura 69.</i> He tenido problemas de salud por preocuparme en exceso por mi imagen corporal. Genero masculino.	132
<i>Figura 70.</i> He tenido problemas de salud por preocuparme en exceso por mi imagen corporal. Género femenino.	133
<i>Figura 71.</i> Me he informado siempre de las ventajas e inconvenientes antes de utilizar un producto o servicio relacionado con mi imagen personal. Género masculino.	134
<i>Figura 72.</i> Me he informado siempre de las ventajas e inconvenientes antes de utilizar un producto o servicio relacionado con mi imagen personal. Genero femenino.	135
<i>Figura 73.</i> Tengo problemas de salud o molestias (dolores de rodilla, espalda, debilidad, cansancio excesivo etc.) debido a que mi peso no es el adecuado (masculino)	136
<i>Figura 74.</i> Tengo problemas de salud o molestias (dolores de rodilla, espalda, debilidad, cansancio excesivo etc.) debido a que mi peso no es el adecuado (femenino)	137

<i>Figura 75.</i> Creo en los efectos terapéuticos de los productos publicitarios (almohadas, pulseras, mantas, etc. (masculino)	138
<i>Figura 76.</i> Creo en los efectos terapéuticos de los productos publicitarios (almohadas, pulseras, mantas, etc. (femenino)	139
<i>Figura 77.</i> toma algunas complementos alimenticios que mejoran la imagine corporal (queda grass,aumento del gas to energetico,diureticos,laxantes,saciantes,etc) (Masculino)	140
<i>Figura 78.</i> Toma algunas complementos alimenticios que mejoran la imagine corporal (queda grass,aumento del gas to energetico,diureticos,laxantes,saciantes,etc) (Femenino)	141
<i>Figura 79.</i> Toma sustitutos de comida para mejorar su imagen corporal (barritas, batidos de biomanan,biocentury, fygur y System, etc. (Masculino)	142
<i>Figura 80.</i> Toma sustitutos de comida para mejorar su imagen corporal (barritas, batidos de biomanan,biocentury, fygur y System, etc. (Femenino)	143
<i>Figura 81.</i> Por favor valore de 1 a 10 su grado de satisfacción respecto a su imagen corporal siendo 1 nada satisfecho a 10 muy satisfecho (masculino)	144
<i>Figura 82.</i> Por favor valore de 1 a 10 su grado de satisfacción respecto a su imagen corporal siendo 1 nada satisfecho a 10 muy satisfecho (femenino)	145
<i>Figura 83.</i> Imagen de biotipos de cuerpo en hombres para saber con qué tipo se identifica	146
<i>Figura 84.</i> Observe las figuras y coloque una cruz en la figura que crea que más se aproxima a su propia imagen corporal (masculino)	147
<i>Figura 85.</i> Imagen de biotipos de cuerpo en mujeres para saber con qué tipo se identifica	148
<i>Figura 86.</i> Observe las figuras y coloque una cruz en la figura que crea que más se aproxima a su propia imagen corporal (femenino)	148
<i>Figura 87.</i> Imagen de biotipos de cuerpo en hombres para saber qué tipo desea tener	149

Figura 88. Observe la figuras y coloque una cruz en la crea que más se aproxima a la imagen corporal que le gustaría tener (masculino) 150

Figura 89. Imagen de biotipos de cuerpo en mujeres para saber qué tipo desea tener **¡Error!**

Marcador no definido.

Figura 90. Observe las figuras y coloque una cruz en la que crea que más se aproxima a la imagen corporal que le gustaría tener. (Femenino). 151

Introducción

La siguiente investigación, aborda el problema de la influencia que ocasionan los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el Gimnasio Titán, en usuarios de 18 a 25 años de

edad.

Con base a esto se plantearon los siguientes objetivos; el general, pretende establecer de qué forma los estereotipos estéticos influyen en la práctica de actividad física en los usuarios de 18 a 25 años que asisten al Gimnasio Titán. Así mismo los objetivos específicos son el identificar si la razón por la cual asisten los usuarios de 18 a 25 años al Gimnasio Titán está relacionado con su imagen corporal. Por último se determinan las repercusiones de los estereotipos estéticos en la conducta y práctica de actividad física en los usuarios de 18 a 25 años de edad del Gimnasio Titán.

La investigación se lleva a cabo con el fin de dar a conocer la influencia de estereotipos estéticos en la práctica de actividad física, teniendo presente la parte práctica, social, e integral del ser humano. Por ello resulta pertinente ya que aclara a las personas en general acerca de mejorar su imagen a través de la actividad física, mostrando una problemática que se presenta por la influencia de un modelo de belleza determinado, al igual que sensibiliza a las personas para llevar una práctica orientada hacia la salud, para concluir aborda una problemática en la cual no se han realizado muchos estudios.

Es así cómo se genera un marco referencial. En principio se encuentra el marco de antecedentes el cual redacta nueve investigaciones que se encontraron con relación a la presente investigación, realizadas en Colombia y, fuera de ella. En segundo lugar va el marco teórico el cual especifica todos aquellos conceptos que forman parte importante de la investigación, como son los estereotipos, los componentes de la actividad física e imagen corporal. Por último se aborda el marco legal, en él están las leyes 729 de 2001 y la ley 181 de 1995 de Colombia.

Por otro lado el diseño metodológico que se utiliza es de tipo cuantitativo, acompañada de un

enfoque empírico analítico, de corte transversal. El método es no experimental y el alcance de la investigación es descriptivo.

Los análisis se realizaron a través del programa de computación Excel, la información se graficó y tabuló, por cada uno de sus ítems, llevando a cabo un análisis descriptivo de cada uno de ellos, con el fin de medir las variables de la investigación.

De esta manera se logra concluir que los estereotipos estéticos generan una influencia en la práctica de actividad física en el Gimnasio Titán, la cual se evidencia en la importancia que se le da a la imagen corporal, al afirmar que es fundamental para realizar distintas acciones y roles sociales. Igualmente se evidencia que el patrón de belleza impuesto en la sociedad se intenta imitar o por lo menos llegar a parecerse por una gran mayoría, primordialmente del género masculino, una de las razones de asistencia al establecimiento. Otra conclusión es que para obtener las medidas y proporciones del estereotipo de belleza impuesto, se genera la posibilidad de desarrollar una actividad física excesiva, afectando la salud al producir problemas músculo esqueléticos, de desgaste articular y físico, sin olvidar que esto debe estar acompañado de otra serie de conductas como puede ser una dieta rigurosa, la cual puede generar problemas cardiovasculares por su alto contenido calórico.

1. Contextualización

Se tiende a presentar una carencia de valores morales, con ello se empieza a interpretar de distintas maneras las diversas circunstancias, esto se debe a diferentes cambios culturales los cuales establecen nuevas pautas de consumo, una de estas es la imagen corporal, la cual empieza a ser muy importante en la sociedad actual para adquirir una satisfacción personal. (Asociación de estudios psicológicos y sociales 2011.)

Con base a esto cabe resaltar que en este aspecto el entorno sociocultural (como son los medios de comunicación), y algunos otros factores ejercen una gran influencia en la imagen corporal, la cual puede desencadenar una baja autoestima y una imagen distorsionada del aspecto físico, además, relacionada con el tema de salud, puede ocasionar problemas tanto físicos como mentales. En este constructo de la imagen, resaltan modelos de belleza los cuales las personas tienden a imitar e identificar como un estereotipo de belleza determinante. (Chacón, 2014)

Así pues con estos estereotipos de belleza difundidos, cada género se identifica con unas características determinadas, en el caso de la mujer se promueve un cuerpo delgado y en el hombre un cuerpo tonificado y con mayor masa muscular, este tipo de siluetas cobra importancia en la sociedad actual Muñoz (2014).

Del mismo modo la práctica de actividad física se ha llevado a cabo para cumplir objetivos principalmente relacionados con la imagen corporal, por lo que se busca agradar a alguien más y no la propia satisfacción, siendo más una obligación, ya que en la sociedad la prioridad es buscar una perfección creada por los mismos medios de comunicación, buscando vender un ideal de cuerpo perfecto, es por ello que aumentó la asistencia a los determinados centros de

acondicionamiento físico. (Díaz 2004). Así pues, la actividad física es un medio para mejorar la salud, la aptitud física y la imagen corporal, siendo los gimnasios uno de los medios para el desarrollo de dichos aspectos.

1.1 Macro contexto

Los centros de acondicionamiento y preparación física en Colombia tienen origen a partir del 31 de diciembre del año 2001 con la ley 729, con la cual el congreso decretó que estos centros serán controlados por entes deportivos distritales y culturales, además, la vigilancia y control de los servicios, títulos y demás situaciones afines a la salud se prestará por la respectiva secretaría de salud, cualquier incumplimiento presentado por los organismos de salud acarreará las sanciones establecidas por la legislación nacional o la imposibilidad de que presten sus servicios.

De este modo según la secretaría de salud, en la ciudad de Bogotá hay 397 gimnasios en funcionamiento, aunque esta cifra fue cuestionada en el concejo de Bogotá al encontrar 614 sitios en directorios deportivos, por lo cual se presenta una irregularidad en la cantidad de gimnasios que tiene la ciudad. Ahora bien, en la investigación se eligió la localidad de Engativá específicamente el barrio La Serena, lugar escogido por su cercanía con la Corporación Universitaria Minuto de Dios.

1.2 Micro contexto



Figura 1. Mapa de Bogotá señalando la localidad de Engativá

La investigación se realizó en el Gimnasio Titán ubicado en la localidad 10 (Engativá) de Bogotá en el barrio La Serena, se eligió este gimnasio debido a que está ubicado cerca de la Corporación Universitaria Minuto de Dios – UNIMINUTO y además posee un gran número de asistentes, entre estudiantes de la universidad y habitantes del sector, de los cuales una gran cantidad están en edades de 18 a 25 años, la cual es la población tomada para la investigación. Este gimnasio está estructurado por dos pisos en los que se desarrollan las actividades físicas., en el segundo piso se encuentra el área de acondicionamiento muscular con máquinas especiales o de cargas externas para realizar los ejercicios, en el piso tercero se puede encontrar el área específica para el trabajo cardiovascular con máquinas para ejercicios aeróbicos, de igual modo en este tercer piso se encuentra un espacio para los servicios sanitarios. Cabe considerar que cuentan con personal relacionado con la actividad física, los cuales dan orientación y hacen la valoración previa para conocer las condiciones en las que se encuentran los usuarios, todo esto es llevado en un libro de notas para tener un registro tanto del usuario como del instructor. De este modo las

instalaciones del gimnasio lucen apropiadas para la prestación del servicio y por otra parte la realización de la investigación.



Figura 2. Imagen del Gimnasio Titán

2. Problemática

El siguiente capítulo va orientado a las causas y dificultades sobre el problema específico de la

presente investigación. Visto desde el enfoque praxeológico se relaciona con la fase del VER, puesto que se desarrolla a través de la exploración, analizando la problemática y creando un conocimiento respecto a lo que sucede, para generar una sensibilización en un factor que no se evidencia si no es a través del análisis.

2.1 Descripción del problema

El interés por la imagen corporal no es algo nuevo, sin embargo actualmente ha desencadenado una preocupación generalizada, esto va orientado por unas creencias culturales que crean ciertos cánones de belleza, con base a esto, se desarrollan diferentes prácticas con el fin de mejorar la imagen, una de ellas es la actividad física que puede llegar a ser el objetivo fundamental para muchas personas al moldear el cuerpo y adaptarlo a la exigencia de la sociedad, otorgando de esta manera una importancia al cuerpo para encajar en el entorno exterior Muñoz (2014).

También, los medios de comunicación influyen demasiado en este constructo de imagen, ya que constantemente bombardean con imágenes con un modelo a seguir; en el caso de las mujeres se vende la silueta de un cuerpo delgado y en los hombres lo caracteriza el desarrollo muscular, este tipo de cuerpos ya es aceptado en la sociedad generando en muchas ocasiones una creencia distorsionada de la realidad, al comparar sus cuerpos con los estereotipos de belleza presentes en la sociedad. Muñoz (2014).

Con base a esto el Centro de estudios Psicológicos y Sociales et al. (2011) Afirma que este tipo de creencias ha influido altamente en la conducta de muchas personas sobre todo en los adolescentes que les cuesta encontrar otros elementos para poder influir en la vida cotidiana, lo contradictorio del asunto es que esta preocupación por la imagen puede llegar a ser perjudicial para

la salud si no se tiene un control adecuado de esto. En este orden de ideas una de las principales características para mejorar la imagen es estar delgado, y si a esto se le suma en el caso de la mujer las proporciones del modelo de cuerpo perfecto, puede llegar a ser perjudicial porque dichas proporciones son imposibles en una persona sana y saludable.

Otra característica de la imagen corporal, es tener un cuerpo atlético con un buen tono muscular, en el cual la actividad física es un buen procedimiento para conseguirlo, pero si la práctica de la misma es indiscriminada puede traer más problemas que beneficios, y gran parte de esto lo hace el querer transformar el cuerpo en un modelo de imagen determinado, ya que para mantener un cuerpo musculoso conforme al estándar actual la actividad física necesaria está muy alejada de la deseable para la salud. Los beneficios de una práctica física moderada son muchos, entre ellos se encuentran la disminución del estrés y la ansiedad, prevención de la depresión, mejora de la salud cardiovascular, de la actividad cerebral y del sistema motor. Pero en contra de esto aparece un ejercicio intenso o realizado de forma inadecuada el cual va asociado a problemas cardiovasculares y músculo-esqueléticos como lo plantea el Centro de estudios Psicológicos y Sociales et al (2011).

Así mismo teniendo en cuenta que la presente investigación se centra en personas de 18 a 25 años es necesario resaltar de acuerdo a lo que plantea Chacón (2011) que “la adolescencia y juventud son etapas de desarrollo fundamental debido a que el crecimiento físico viene acompañado de un componente emocional e intelectual, generando una capacidad de pensamiento, la cual es clave para desempeñar tareas principales de esta etapa, una de ellas es el establecer su propia imagen corporal” (p8).

En el caso de Colombia o específicamente la ciudad de Bogotá, no se han encontrado estudios

que relacionen los estereotipos de imagen corporal con la práctica de actividad física, por lo cual se desarrolla la idea de profundizar en este problema de investigación.

Igualmente según el centro de estudios psicológicos y sociales (2011). En la sociedad actual cada día es mayor la importancia que se le da a la imagen corporal, la cual se ve reflejada en un incremento de prácticas y productos de todo tipo. La sobre valoración que se le ha dado a la imagen corporal acarrea una serie de problemas que deben ser identificados para contribuir al análisis de esta problemática, desde el punto de vista de la actividad física, la manera en que se están desarrollando dichas prácticas por objetivos estéticos pueden traer más contradicciones que beneficios para las personas, esto se debe a que se divulga que determinados ejercicios mejoran tal parte del cuerpo pero al realizarlos no se cumplen los objetivos, por el contrario se pueden generar lesiones por una práctica indiscriminada.

En este orden de ideas las personas pueden presentar actitudes de ejercicio excesivo, o de una práctica mal realizada, como lo afirma Ibarzabal (cit. Por Fernando Carlos p7.) “se ha incrementado en los últimos años la cantidad de personas que asisten a gimnasios con el fin de realizar un entrenamiento muscular. Este fenómeno con poca investigación, se le atribuye a la presión social por tener un cuerpo armonioso, ajustándolo a unos cánones de belleza específicos, además de ello este es un problema poco estudiado, pero se ha demostrado que dichas conductas se relacionan con variables estéticas que dan inicio a la práctica de musculación”.

De esta manera en los últimos años se visualiza más la presión de los estereotipos, donde interfieren de manera directa los medios de comunicación y la publicidad en general ejerciendo una influencia en la imagen propia de cada persona, esto cobra más relevancia en la etapa de la adolescencia y juventud puesto que ellos intentan parecerse al modelo o estrella favorita, de

manera tal que acuden a ejercicios y otro tipo de conductas para alcanzar dicha imagen, atentando en ocasiones contra su propia salud. Fernando y Ferreira (2007).

Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente se pretende conocer un poco acerca de la motivación a realizar la práctica de actividad física, que se ejecuta por parte de los usuarios que asisten al Gimnasio Titán en edades de 18 a 25 años, con base a esto se podrá determinar que los motiva a realizar dicha actividad, que tan propensos pueden ser a darle una importancia significativa a su imagen corporal, y por ultimo como se relaciona esto con su manera de ejecutar la actividad física evidenciando de esta forma malos hábitos y conductas que podrían afectar a la salud de las personas en lugar de generar un beneficio.

Por tal motivo al considerar dicha problemática como un inconveniente que involucra a muchas personas, debe tenerse en cuenta para ser analizado de manera más específica, puesto que no hay muchas investigaciones que relacionen los estereotipos de belleza con la conducta y práctica de actividad física, además de ello esta problemática no se evidencia de manera común. Con esto se pretende dar conocimientos precisos de cómo los estereotipos de imagen pueden influir en la práctica de actividad física y a través de qué manera son recibidos por los usuarios, considerando esto de gran ayuda para futuras investigaciones relacionadas con la actividad física y el deporte que busquen dar una mejor orientación de cómo realizar estas prácticas hacia un enfoque más de salud, aptitud física y en condiciones moderadas de mejorar el aspecto corporal sin caer en excesos.

2.2 Formulación del problema

De la descripción del problema surge la pregunta:

¿De qué forma los estereotipos estéticos influyen en la práctica de actividad física en los usuarios de 18 a 25 años que asisten al Gimnasio Titán?

2.3 Justificación

La siguiente investigación se lleva a cabo con el fin de dar a conocer la relación entre

estereotipos de belleza y la actividad física en gimnasios, teniendo en cuenta la parte práctica, social, e integral del ser humano. Para ello hay que resaltar que la idea generalizada por verse bien genera un mayor número de asistencia a los diferentes gimnasios, lo cual como lo afirma Franco, Ayala y Zuluaga (2011) trae beneficios, adherencia o deserción e inconvenientes en la práctica, es por ello su importancia, debido a que se busca por medio de la actividad física la calidad de vida y el desarrollo integral. “En esta propuesta el desarrollo integral es visto como la potencialización de la estabilidad o equilibrio psicológico, físico y cognitivo del practicante (alumno-usuario), que incluye al ser humano en su totalidad” (p.4).

Por otro lado, pueden observarse diversos modelos estéticos en la sociedad, algunos tendrán más relevancia que otros, tanto así que se crean ideales de belleza que en ocasiones son irrealistas, los cuales son patrocinados por los medios de comunicación, la publicidad y la presión social. Chacón (2011). Este tipo de representaciones mentales ocasionan problemas si se aprecian como algo único y definido, de acuerdo con Salazar (cit. Por Chacón 2011):

Esta ha ido aumentando, especialmente en las mujeres; no obstante, en los hombres también se observa esta tendencia. Las mujeres están más conformes con su cuerpo si están delgadas, pero aun así desean pesar menos y las partes del cuerpo que más les preocupa son el abdomen, las nalgas, los muslos y las caderas; por su parte los hombres están más satisfechos con su cuerpo, si este es musculoso y delgado; los mismos quieren pesar más, pero en cuanto a masa muscular, y las partes del cuerpo que más les preocupa son el abdomen, pecho y cabello. (p35).

En medio de ese contexto resulta importante investigar de manera detallada si los usuarios que están asistiendo al Gimnasio Titán en edades de 18 a 25 años tienen relación o pueden llegar a tenerla con este tipo de influencias de estereotipos estéticos, alterando sus prácticas y su salud,

como lo menciona Gutiérrez (2004) el ejercicio físico al realizarse por motivos estéticos en los gimnasios excluye unos factores determinantes como lo son, una buena valoración para realizar ejercicio, una prescripción correcta, un control y variabilidad permanente.

Por todo ello resulta pertinente esta investigación la cual traerá como beneficios el aclarar dudas a todas las personas que deseen mejorar su imagen corporal a través de la actividad física, además, servirá para entrenadores, licenciados en educación física y demás personas relacionadas con el deporte y la actividad física acerca de una problemática que puede ser analizada y mejorada por medio de una mejor orientación por cada uno de los instructores, de igual manera sirve para todas las personas en general, al ilustrar los errores que se llevan a cabo cuando se busca mejorar el aspecto físico por el de un modelo de belleza determinado, por último, sensibiliza a las personas para que lleven su práctica orientada hacia la salud, la aptitud física, y no simplemente por unos fines estéticos.

Al mismo tiempo, analiza un problema en el cual no existen muchos estudios realizados, menos en Colombia donde se relacione la intervención de modelos estéticos con la práctica física, igualmente resalta aspectos relacionados con la preocupación por la imagen y de esta manera sirve de ayuda para que cualquier persona pueda detectar este fenómeno, y porque no prevenir o disminuir su obsesión, lo más importante es que sirva de guía para analizar la manera en que se lleva a cabo los ejercicios, y los objetivos por los que se realizan.

2.4 Objetivo

2.4.1 Objetivo general.

Establecer de qué forma los estereotipos estéticos influyen en la práctica de actividad física en los usuarios de 18 a 25 años que asisten al Gimnasio Titán.

2.4.2 Objetivos específicos.

- Identificar si la razón por la cual asisten los usuarios de 18 a 25 años al Gimnasio Titán está relacionada directamente con su imagen corporal.
- Determinar las repercusiones de los modelos de belleza en la conducta y práctica de actividad física en los usuarios de 18 a 25 años del gimnasio TITAN.

3. Marco referencial

En el siguiente apartado se analizarán tres pasos fundamentales para llevar a cabo la

investigación y de esta manera dar soporte teórico, en primera instancia se encuentra el marco de antecedentes el cual redacta investigaciones anteriores con relación al problema de estudio, citando específicamente el autor, el tipo de investigación y todo lo relevante, para presentar datos completos, en el segundo momento se presenta el marco teórico en el cual van todos aquellos conceptos que forman parte importante de la investigación y deben ser especificados de manera clara, concreta y coherente, orientando al lector a lo que plantea la investigación, por último se encuentra el marco legal en el cual van todas aquellas leyes o normas que interfieren en la investigación y permiten su interpretación.

3.1 Marco de antecedentes

Se Indago en el proceso de búsqueda de antecedentes relacionados con “la influencia de estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en usuarios que asisten al gimnasio” para ello se hicieron varias consultas en algunas bibliotecas de Bogotá como fueron La biblioteca Virgilio Barco, la Biblioteca el Tintal, entre otras, por otro lado se consultó en los repositorios de algunas universidades como fueron, la Universidad Santo Tomás, la Universidad Libre y la Universidad Pedagógica, además de ello se recurrió a unas fuentes electrónicas como Google académico y bases de datos como Scielo y EBSCO, con ello se identificaron 9 antecedentes que están relacionados con el presente problema de investigación.

Entre los proyectos que se relacionan con la investigación que se pretende realizar se encuentran: “Imaginario estético corporales de los estudiantes adolescentes y su incidencia en las

relaciones interpersonales” Cepeda Tarazona, Universidad Santo Tomás, Bogotá 2015, esta tesis tenía como objetivo principal Analizar los imaginarios estético-corporales de los estudiantes de grado décimo y once de las instituciones públicas Rafael Uribe Uribe, Brisas del Diamante, Estados Unidos de América y la incidencia en sus relaciones interpersonales, para ello tomaron como muestra adolescentes del grado décimo y once de tres instituciones públicas educativas, utilizando como metodología un enfoque mixto con una mirada investigativa de carácter empírico/analítico y comprensivo/explicativo, de esta manera los instrumentos de recolección de datos fueron dos, una encuesta de pregunta cerrada y la entrevista para grupo focal, el resultado de este proyecto es la manera en que diferentes grupos sociales, como la religión, la política y la economía manipulan el imaginario del aspecto corporal, de igual manera este imaginario estético se basa en unas pautas de consumo percibidas a través de los medios de comunicación, por último resalta la importancia del cuerpo para el adolescente en su interacción con la sociedad.

El segundo proyecto trata “La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI” realizado por Muñoz López, en Catalunya España, en el año 2014, este estudio tuvo como objetivo principal analizar el valor y la exigencia que otorga la sociedad a la imagen corporal, para ello se realizó una revisión bibliográfica ejecutada en tres etapas específicas; la búsqueda de artículos originales en bases de datos nacionales e internacionales, seguidamente se realiza la lectura y se seleccionan la más adecuadas a la investigación, finalmente se realiza una lectura crítica que dio la selección final de los artículos literarios. Todo ello dio como resultado el evidenciar que la preocupación por la imagen corporal atañe a toda la población en general, pero específicamente en las mujeres, adolescentes y jóvenes, esta sobre valoración de la imagen es influida por factores sociales los cuales conllevan a numerosas alteraciones sobre la percepción propia, generando diversas

patologías y afectando la salud, por todo esto resalta la investigación que es importante identificar este problema principalmente en profesionales relacionados con el tema de la salud para aclarar las repercusiones que conllevan la sobre valoración de la imagen, para finalizar hacen hincapié en la detección precoz de esta problemática y en generar programas de prevención. De esta manera la disciplina de educación física puede ser una vía para concientizar de dicho problema ya que la actividad física se utiliza como medio para el mejoramiento corporal.

De igual manera la investigación “Los gimnasios contemporáneos como evidencia material del cambio en la disciplina corporal moderna a la posmoderna, su relación con la agencia y el contexto social” elaborado por Contreras, en Toluca, México 2013, tiene el objetivo de identificar las diferencias transcurridas en los gimnasios con base a una disciplina corporal moderna a una posmoderna, para ello se tomaron como muestra cuatro gimnasios de la colonia guerrero desde el más antiguo hasta el más reciente para identificar los cambios, la metodología ejecutada fue un análisis arqueológico y etnográfico para entender la historia de los gimnasios y descifrar cómo se pasó de un ejercicio para competencia a uno por fines estéticos, de esta manera la investigación es a nivel micro puesto que se desarrolla en un contexto local, las conclusiones o resultados del proyecto, presentan que los gimnasios han sufrido una serie de modificaciones con el fin de adoptar a más personas, para ello se ha pasado de pesos libres a máquinas ergonómicas y con pesos ya introducidos, esto con el fin de que sean aptas para todo público, otra característica de los gimnasios actuales es la incorporación de espejos con el fin de dar más importancia al aspecto corporal, además de convertir dichos establecimientos como centros de embellecimiento, salud y culto al cuerpo, esto va relacionado con el entorno social puesto que las mujeres quieren ser más voluptuosas, y los hombres mostrarse más fuertes y competentes en la sociedad.

El proyecto que continúa relacionado con la investigación, es en Colombia “La salud en los gimnasios: una mirada desde la satisfacción personal” realizado por Franco Jiménez, Ayala Zuluaga, y Ayala Zuluaga, en la ciudad de Manizales Colombia 2011, su objetivo era identificar los motivos de adherencia y deserción de los centros de ejercicio físico y describir la relación hallada respecto a la “satisfacción personal” y la salud registrada en los gimnasios de la ciudad de Manizales. La muestra fue realizada por 22 personas que asistían a los diferentes centros de ejercicio físico de la ciudad que estuvieran en un rango de edad de 15 a 60 años de edad, el instrumento utilizado fueron unas preguntas orientadas por expertos relacionadas con el tema de investigación, por otra parte la metodología seleccionada fue el enfoque hermenéutico de tipo cualitativo como un método cuasi-etnográfico, el cual arrojó como resultado la relación entre el deseo personal, la salud y los centros de ejercicio físico, el cual desarrolla aspectos fisiológicos, psicológicos y estéticos, cabe resaltar de este estudio que debe haber una sincronización entre variables para generar la satisfacción, o si no por el contrario se crea la deserción o afectaciones a la salud, por un exceso abuso o falta de intensidad realizada.

Continuando en esta búsqueda de investigaciones se encuentra una bastante extensa y completa “Estética corporal imagen y consumo en castilla la mancha” realizada por la Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales de Castilla la Mancha, en colaboración con el Centro de Estudios Sobre Consumo y la dirección general de consumo de la junta de Castilla la Mancha, realizado en España en el año 2011, el objetivo de esta investigación era detectar las principales ideas o conductas poco adaptativas, relacionadas con la imagen personal, para proponer posibles intervenciones o acciones, para que no se vuelvan disfuncionales, y así crear una importancia adecuada y segura, la muestra del trabajo de campo se ejecutó con 425 ciudadanos mayores de 16

años de la ciudad de Castilla la Mancha, la metodología utilizada fue la del análisis descriptivo con un enfoque cuantitativo, ya que se toman gráficas estadísticas, el instrumento para recolectar los datos fue un extenso cuestionario relacionado con la práctica, y consumo de productos y servicios, los resultados arrojados en la investigación, es la importancia que ha crecido respecto a la imagen personal y el aspecto físico, de esta manera se crea un fuerte impacto de consumo en un crecimiento de diferentes prácticas y productos relacionados con la imagen, en esta perspectiva una de las conclusiones es que las personas creen que la práctica de algún deporte o actividad física mejora su imagen personal, y que el preocuparse por esto favorece la salud y calidad de vida además de influir en el éxito social.

Seguidamente encontramos otros cuatro proyectos de investigación que presentan relación con la monografía:

“Imagen corporal, hábitos alimentarios y hábitos de ejercicio físico en hombres usuarios de gimnasio y hombres universitarios no usuarios” realizada por Baile Ayensa, González Díaz, Ramírez Ortiz y Suárez Andujo. En Barcelona, España en el año 2011. Esta investigación se centró en la importancia que ha desarrollado la imagen corporal y la manera en que influye el ejercicio físico en ella, por tal motivo planteó como objetivo determinar si los usuarios de gimnasio tienen peor imagen corporal, peores hábitos alimentarios y/o peores hábitos de ejercicio físico que los sujetos no usuarios, para la realización de este estudio se utilizaron dos muestras, la primera estuvo compuesta por 340 hombres no usuarios estudiantes universitarios, la segunda muestra la componen 78 hombres usuarios de gimnasio, seleccionados voluntariamente entre cuatro gimnasios, la metodología de la investigación fue cuantitativa y los instrumentos utilizados para analizar los datos fueron; cuestionario de hábitos de alimentación alterado, cuestionario del

complejo de Adonis y cuestionario de hábitos de ejercicio alterado, con base a estos cuestionarios se obtuvieron como resultados que, los usuarios de gimnasio se ven a sí mismos más delgados de lo que les gustaría ser y tienen mayor alteración a tener problemas de salud. Esta investigación realizada en España evidencia la problemática que existe cuando se realiza actividad física por alcanzar un estereotipo de belleza el cual es demasiado complejo conseguir sin alterar la salud.

El segundo proyecto que soporta evidencia a través de su investigación la cual tiene relación con la presente monografía es; “¿salud, forma física, estética, bienestar? ¿Qué lleva al usuario al gimnasio?” realizado por Miranda, en la ciudad de Barcelona, su objetivo es determinar qué motiva al usuario al gimnasio, de tal manera que cuenta con una muestra de 1.714 personas mayores de 17 años de los cuales 836 son hombres y 878 mujeres elegidos mediante un muestreo aleatorio, la metodología utilizada es con enfoque cuantitativo haciendo un análisis detallado de todo lo pertinente a la investigación, el instrumento utilizado fue la encuesta concerniente a la motivación para asistir al gimnasio, los resultados de la investigación son favorecedores al determinar que lo que más motiva a los usuarios asistir al gimnasio es mejorar su aptitud física, seguido de mejorar su salud, por tanto la apariencia física no es tan importante para dichos usuarios, de igual manera lo que más valoran es la agilidad y flexibilidad de su cuerpo, pero tienden a presentar influencia al modelo estético acorde a la publicidad y medios de comunicación, la figura de un cuerpo esbelto.

El otro proyecto de investigación es “Relación entre influencias del modelo estético corporal, edad, experiencia practicando ejercicio, índice de masa corporal (IMC) e insatisfacción con la figura corporal, en mujeres y hombres que asisten a programas regulares de ejercicio en gimnasios del área metropolitana de san José” elaborado por Álvaro Chacón Alani, en el país de Costa Rica

en el año 2011, esta investigación realizada a un grupo de personas tenía como objetivo analizar una serie de enunciados para conocer las posibles causas que pueden influir en el modelo estético corporal y satisfacción con la figura corporal, para ello se tomó como muestra a 29 sujetos 18 hombres 11 mujeres, los cuales realizaban diferentes actividades tanto educativas como laborales, en edades entre 21 y 51 años, la metodología fue cuantitativa porque se analizan estadísticas las cuales se ejecutaron por medio de los instrumentos cuestionario de la figura corporal (BSQ), y cuestionario de influencias del modelo estético corporal (CIMEC-40 y CIMEC-26), en dicha investigación después de hacer el procedimiento y ejecutar los cuestionarios, se obtuvo como resultado que no se evidencia que el tipo de ejercicio aeróbico o con pesas repercute en los indicadores de imagen corporal e insatisfacción corporal, por otro lado se evidencio que son las mujeres quienes tienen mayor insatisfacción corporal y por último se evidencia que a mayor influencia percibida mayor es la insatisfacción corporal. De todos los antecedentes analizados es este el que presenta mayor relación con la presente investigación, puesto que intenta analizar la problemática de estereotipos estéticos, en el mismo entorno los gimnasios.

Por último se encuentra este cuarto proyecto realizado en Colombia, la investigación fue seleccionada por analizar la problemática de la imagen corporal y la actividad física, titulada “Vigorexia: Estudio sobre la adicción al ejercicio. Un enfoque desde la problemática actual” realizada por Gutiérrez Castro, y Robert Ferreira, en la ciudad de Medellín 2007, la cual planteó como objetivo Realizar un estudio de la adicción al ejercicio enfocado hacia la Vigorexia y la Dismorfia Muscular exponiendo las causas, consecuencias y distintas interpretaciones que actualmente se le dan a dicho trastorno, utilizando una metodología de tipo bibliográfico en el cual exponen el tema de manera teórica, en el presente trabajo se obtuvo como resultado que la práctica

excesiva de ejercicio puede causar dependencia y probablemente distorsión de la imagen corporal, por otro lado la vigorexia - dismorfia muscular - se presenta en la mayoría de los casos en individuos de género masculino, que siguen una rutina intensa de entrenamiento físico, en algunos casos con utilización de sustancias anabólicas y ayudas ergogénicas, todo esto combinado, con posible riesgo para la salud. Para concluir con este estudio se evidencia una de las causas que se pueden generar al darle una importancia significativa a la imagen corporal la cual repercute en la práctica física y salud de las personas.

Los resultados de las investigaciones mencionadas aclaran la problemática que se presenta con este incremento en la importancia de la imagen corporal, cabe resaltar que este fenómeno puede ser visto de manera interdisciplinar debido a que afecta y se relaciona con diversos campos del conocimiento como el sociológico, psicológico, el referente a la educación física entre otros, como se evidencia en esta búsqueda de antecedentes, de igual manera cada uno de ellos se relaciona con la problemática que se pretende analizar, teniendo en cuenta que esta formación o interpretación de estereotipos estéticos se desarrolla a través de la interacción con el contexto en el cual influye la familia, los amigos el entorno y otras variables. Pero lo caracteriza el querer mejorar la apariencia con base a unos modelos establecidos ya en la sociedad, y en los cuales se utiliza la actividad física como uno de los medios para conseguirlo, de tal manera que dicha práctica tiene repercusiones en el organismo las cuales deben ser analizadas por personas relacionadas con dicho tema.

3.2 Marco teórico

3.2.1 Estereotipos.

Se dice que al mencionar los estereotipos, se habla del imaginario que se crea en el entorno que nos rodea ya que estos operan mediante pautas y patrones establecidas, siendo referentes de la sociedad y los cuales se quieren seguir o imitar. Estos podemos encontrarlos en la vida laboral, social, familiar y deportiva. Casal (2005)

Este imaginario no deberá entenderse como una imagen de, si no como una creación incesante e indeterminada que se forma mediante lo deseable e imaginable. Es así como este se convierte en el espacio de construcción de identidades colectivas a manera de verse e imaginarse, esta perspectiva permite comprender las cuestiones de cultura desde la reflexión de la identidad o la reflexión de la diversidad Baeza (como se citó en Hurtado, 2004).

Así mismo se presente el imaginario social el cual instituye, crea y propone algo nuevo en la colectividad e interviniendo en la vida cotidiana por medio de sus símbolos y construcciones mentales las cuales buscan que sean seguidas por la sociedad para lograr tener una aceptación. Castoriadis (como se citó en Miranda,2014)

Ahora bien , en los últimos años la presión que ha generado la sociedad por estos estereotipos o imaginarios mediante los diferentes medios ya sean social , publicitarios o de comunicación , han distorsionado la imagen propia de cada persona, por lo cual ha genera que estas personas recurren al ejercicio como medio para poseer imagen deseada, exponiendo en ocasiones la salud por lograr estos objetivos. Ferreira (2007)

3.2.1.1 Estereotipo social. El desarrollo de este, se basa en la generalización asociada y

construida hacia grupos determinados, como lo dan a saber Quin y McMohan (1997) aclarando que estos irán cambiando según las transformaciones sociales, y que el estereotipo social presenta conceptos compartidos por grupos acerca de otros.

Así mismo lo conceptualiza Talget (Como se citó en en Galan ,2006) afirmando que el estereotipo social se basa en una serie de características, que funcionan para identificar y marcar diferencias que se distribuyen en un gran número de personas o entidades. Es así como en la sociedad actual se evidencian estos estereotipos, manteniendo relación directa con el prejuicio.

3.2.1.2 Estereotipo de género. Se habla de estereotipos de género, cuando este se une a las características sexuales, entendidos como un conjunto estructurado de creencias acerca de cómo se deben desempeñar los hombres y mujeres, entorno a la idea de los roles que deben jugar dentro de la sociedad, más allá de las explicaciones biológicas como lo afirma Velandia y Rincon (2013).

Los estereotipos de género, entre otros, constituyen la base sobre la que los sujetos articulan la propia existencia partiendo de códigos y categorías de identidad asignados por la cultura como lo afirma Colas y Villacierbo (2007)

Por otra parte cuando ubicamos el estereotipo de género en la actividad física, vemos como se considera unos de los ámbitos exclusivamente del hombre dejando a un lado a la mujer, como lo afirma Vásquez (como se citó en Miranda y Antunez,2006) los estereotipos de género son los que limitan al deporte como una actividad masculina he inhiben por considerar inapropiada la práctica de la mujer.

3.2.1.3 Estereotipo de belleza.

Según Villanueva (2013) los estereotipos de belleza son una serie de características, de la imagen superficial, estilos de vida y modos de comportamiento que forman parte de alguien, y de las cuales la sociedad somete a un juicio, definiendo quien se ve estético y anti estético según su criterio, lo que les permite rechazar o aceptar a una persona ante la sociedad.

Para Pérez y Auli (como se citó en Taboas,2009) considera como el ideal de belleza actual se ha mantenido y no ha cambiado, de igual manera la imagen humana se ha mostrado en los medios, sobre todo en la publicidad, siempre de la misma forma, lo que ayuda a que la sociedad identifique ese patrón como el ideal, tratándose de un modelo que se lleva en cada género, el cual en los hombres se presenta como joven y mesomorfo (atlético) y en el caso de la mujeres delgada, ectomorfo (p161).

No se puede dejar de lado que al seguir estos cánones de belleza y buscando alcanzar la figura deseada se a recurrido ha la actividad física lo que ha aumentado la asistencia a estos centros de acondicionamiento físico en donde se ha llego a exigir al cuerpo por conseguir este ideal y agradar a alguien mas.Garcia(2004)

3.2.2 Actividad física.

Las definiciones que han dado varios autores sobre actividad física coinciden en determinar que es toda acción motrices que genera un gasto energético, de esta manera es definida por la Organización Mundial De la Salud(2010), por lo tanto la actividad física se ve reflejada desde levantarse de la cama, pasando por realizar actividades del hogar y transportándose de un lugar a otro. Del mismo modo Simons y Morton(1991) la comprende como una gran variedad de acciones que va desde casi una completa relajación hasta llegar a la ejecución

de destrezas de compleja estructuración.

Por otra parte se habla de los beneficios que genera la actividad física sobre la salud, por un lado Devis (2000) considera que esta se ubica en tres perspectivas de relación con la mejora de salud las cuales son prevención, rehabilitación y orientación al bienestar. Ahora bien para que la práctica genere beneficios en el sujeto presenta unos estándares de tiempo mínimos a la semana, según el nivel de intensidad con que se desarrolle (O.M.S.2010).

Ahora bien no podemos dejar de lado que la actividad física se ha convertido en un instrumento para lograr la imagen deseada, lo que ha aumentado la asistencia a los gimnasios. Montoya y Araya (como se cito en Chacón, 2011). De igual manera se dice que estas ideales presentan unas medidas casi imposibles que van en contra de lo saludable como lo afirma el Centro de Estudios Psicológicos y Sociales (2011) “para mantener un cuerpo con una musculatura conforme con el modelo social actual, la actividad física necesaria iría en contra de la deseable para la mejora de la salud, de igual manera este tipo de actividad física va ligada a una dieta la cual si sobrepasa las 3000 Kcal aumenta los riesgos cardiovasculares”(p.69).

3.2.2.1 Actividad física moderada.

Cuando se habla de actividad física moderada se hace referencia al nivel con que se realiza, por un lado esta es definida por la Organización Mundial de la Salud (2012) como un esfuerzo que acelere de forma perceptible el ritmo cardiaco, desarrollándose a una intensidad de 3.0 a 5.9 superior a la actividad en estado de reposo, ahora bien cuando este nivel de actividad física es aplicado ya sea caminando, montando en bicicleta o realizando actividades domésticas, genera beneficios en la salud cumpliendo el mínimo de tiempo acumulados a la semana los cuales son

150 minutos de actividad física aeróbica(p.24)

3.2.2.2 Actividad física vigorosa.

El desarrollo de una actividad vigorosa requiere de un esfuerzo considerable , provocando una respiración rápida y un aumento sustancial de la misma, desarrollándose a una intensidad 7 veces mayor a la actividad en reposo, en esta encontramos variedad de desplazamientos de forma acelerada . (O.M.S,2010) Por otra parte esta presenta beneficios en la salud a nivel cardiovascular, reducción del estrés , ansiedad y mejora del sistema motor si se cumple los estándares mínimos de tiempo acumulables a la semana, los cuales son 75 minutos de actividad física aeróbica. (Centro de Estudios Psicológicos y Psociales.2011)

3.2.2.3 Actividad física excesiva.

Según Morgan (como se citó en Antolin, Gantara, García y Martin, 2009) define la actividad física excesiva, como un esfuerzo corporal enérgico realizado por placer, recreación de la actividad misma y practicada de forma independiente o reglamentada. Así mismo afirma que “el deseo de repetir esa euforia podría resultar compulsivo aún cuando se han producido lesiones por exceso de ejercicio”.

Por otra parte Gadea (como se cito en Ferreira2007) la define como un nivel alto de actividad física el cual se realiza con una frecuencia de seis a siete veces por semana con una duración de más de una hora diaria, estos altos estándares de entrenamiento incrementa el riesgo de lesiones ,por otra parte estos se ejecutan en base al deseo de mantener una línea estética y un peso adecuado; a pesar de esto muchas personas continúan con sus planes y en algunos casos hasta aumentan sus volúmenes o intensidades.

De igual manera se dice que la práctica continua de ejercicio intenso y realizado de forma inadecuada puede desembocar en un deterioro físico y puede ir asociado a problemas cardiovasculares y músculo-esqueléticos(Centro De Estudios Psicológicos y Sociales,2011)

3.2.2.4 Actividad Física recreativa. La actividad recreativa es definida por Salazar (1996) como “aquellas experiencias que producen placer, pertenecen a la educación formal que contribuyen en el desarrollo integral del participante, que son llevadas a cabo en su tiempo libre de forma voluntaria”. Así mismo esta se desarrolla por una variedad de aspectos a la hora de la participación de la persona como lo afirma Stensaasen (como se cito en Meneses y Monge,1999) afirmando que para poder definir una actividad como recreativa debe cumplir al menos tres requisitos; libertad en la elección y realización, motivación personal para su desarrollo y ejecución placentera para la persona que la realiza. De esta manera las actividades recreativas le brindan la libertad a la persona de desarrollar la actividad a su manera sin actuar bajo presiones y más por motivaciones.

3.2.3 Ejercicio Físico.

Se habla de ejercicio cuando un deporte está orientada bajo un propósito de mejora ya sea condiciones físicas o estructura corporal en el sujeto, desarrollándose de forma planificada, estructurada y repetitiva.(O.M.S, 2010) Del mismo modo lo define Caspersen (citado por Ojeda y navarro 2011) “hablamos de ejercicio cuando se desarrolla una actividad física planeada, estructurada y repetitiva, cuyo objetivo es mejorar o mantener la forma física”.

Si bien se sabe que el ejercicio puede ayudar a mejorar la calidad de vida, no se descarta que el desarrollo de esta de forma habitual no siempre se encuentra asociado con la promoción de la salud, esto se da principalmente cuando el ejercicio empieza a mantener aspectos negativos sobre

la salud física o mental ya sea por una actividad realizada de forma inadecuada o excesiva, convirtiéndose en factor de riesgo, generador de distintas patologías. Ferreira (2007)

Por otra parte este ha sido uno de los medios por los cuales se ha buscado la mejora de la imagen superficial, acudiendo a este por la preocupación y la insatisfacción que presentan con su cuerpo ya sea por las presiones sociales o por las imágenes de modelos, que los medios exponen así como lo afirma Hargreaves y Tiggemann (Como se citó en Ferreira,2007)

3.2.4 Imagen corporal.

Raichs, y Guimon (como se citó en Salaberria, 2012) mencionan que la imagen corporal es cada representación que los seres humanos construyen en sus mentes respecto a las vivencias que se tienen desde su propio cuerpo, ellos analizan que una cosa es la apariencia física y otra muy diferente es la imagen corporal, de ese modo presumen que hay personas que a pesar de no tener una belleza física atractiva y alejándose de los estereotipos o cánones de belleza planteados por la sociedad se sienten sumamente bien y que por el contrario aquellas personas valoradas como bellas no se sienten de tal manera es así como ellos denominan que la apariencia física es la fuente de interacción en la sociedad.

Por otro lado, Cash, Pruzinky y Thompson (como se citó en Salaberria, 2012) definen la imagen corporal en tres variables distintas, la primera según ellos en aspectos perceptivos, describiendo que es la precisión con que se percibe el tamaño el peso y la forma del cuerpo y de ese modo dar puntos de vista ya sean favorables o desfavorables del mismo.

El segundo que menciona son los aspectos cognitivos-afectivos que son todas aquellas valoraciones que puede despertar el cuerpo desde el punto de vista emocional, bien sean de placer

de satisfacción disgusto rabia o impotencia consigo mismo, así mismo mencionan el tercer aspecto que es el conductual, ellos dicen que se deriva de la percepción y de los sentimientos que son desarrollados en todos y cada uno de los seres humanos.

Del mismo modo Viviane, Oliveira y Parra (2014) hacen referencia que los medios de comunicación son los más influyentes en el momento de la imagen corporal ya que estos reflejan determinados mensajes hacia las comunidades adolescentes quienes son los más afectados e influenciados por estos medios, determinando que sean cantantes actrices o modelos de las culturas actuales quienes son los más apreciados, de ese modo aquellos estereotipos mostrados por los medios publicitarios se hacen deseables de imitarse según la importancia que tengan en la sociedad, para muchos hombres con cuerpos atléticos y musculosos y en las mujeres con mayores índices a ser delgadas, sin embargo que para otros la gran influencia está ejercida por los familiares más cercanos ya sean parientes o amigos los que ejercen mayor influencia en cada uno de ellos.

Por tal motivo de acuerdo con Calvo como se (citó en Dosil,2012) hace una mención importante afirmando, que hoy en día a los mismos deportistas se les hace reconocimiento más por su aspecto corporal, dejando de lado sus logros deportivos esto lo que conlleva es a que los jóvenes los tomen como referencia y de ese modo quieran hacer una comparación de su propio cuerpo con el de los deportistas esto hace que ellos hagan una valoración de su propio yo con el de sus semejantes en muchas ocasiones siendo jóvenes y adolescentes quienes con baja autoestima y alta exigencia autocrítica busquen que su éxito personal pase por su cuerpo, según calvo (como se citó en Dosil, 2012) sea el de poseer un cuerpo delgado y atractivo y el de los hombres por querer tener su cuerpo musculoso y atlético esto conlleve a tener malos hábitos deportivos.

De acuerdo con Arbinaga y Caracuel (como se citó en Dosil, 2012) encuentran como determinados tipos de deportistas muestran algunas conductas de comparación con los demás asistentes a los gimnasios, desarrollando una autoimagen corporal negativa al igualar sus cuerpos con el de sus compañeros, definiendo así su propia imagen corporal.

Ahora bien, no se debe dejar de lado como la autoimagen logra influir en esta perspectiva de constructo físico, por un lado encontramos a Colas y Castro (2011) quienes afirman que la imagen corporal se va edificando desde la adolescencia, desde el concepto sociocultural, construyéndose desde el desarrollo evolutivo de cada individuo, de igual manera fortaleciéndose bajo unos ideales corporales que se construyen bajo referentes formativos en los cuales el ser humano se relacione, brindándole bienestar o satisfacción personal, permitiéndole desarrollarse como persona íntegra en el espacio que este se quiera involucrar es así como muchas personas a través de la actividad física buscan una auto imagen representativa con la cual identificarse.

Así mismo encontramos el auto concepto el cual definido por Goñi (2009) el cual afirma que es de vital importancia en la vida del ser humano, siendo la base de un buen funcionamiento ya sea personal y social, así mismo generando una gran importancia en cualquier ámbito profesional y laboral o en su efecto en cualquier espacio donde las personas se relacionan ya sean espacios deportivos o gimnasios donde la personas asisten con ideales con los cuales se identifican, es así como el sentirse bien consigo mismo y tener una buena satisfacción personal forma parte de un buen equilibrio emocional y positivo para cada persona, del mismo modo se juega un papel decisivo en la personalidad ya que es allí donde el sentirse bien hace que cada individuo tenga mayor seguridad y plenitud de sí mismo.

3.4 Marco legal

Teniendo en cuenta los temas tratados en la investigación es importante resaltar el aporte que hacen algunas leyes, como la Ley 729 de 2001 con la cual se crean los centros de preparación y acondicionamiento físico en Colombia, de tal manera que a través de esta ley se supervisa el funcionamiento, la salubridad y organización de dicho establecimiento con la finalidad de que sean seguros y presten un servicio adecuado.

De igual manera cobra importancia la ley que fomenta la práctica de actividad física en Colombia e invita a aprovechar el tiempo libre la cual es la Ley 181 de 1995 se considera importante esta ley en la investigación debido a que los gimnasios brindan la oportunidad a la comunidad de realizar actividades físicas con el valor agregado de contar con supervisores que tienen conocimientos del tema y brindan una orientación oportuna. Así pues, el Congreso de Colombia, se plante generalmente el patrocinio, fomento, planificación y coordinación de la práctica deportiva y aprovechamiento del tiempo libre, las cuales son alternativas de los usuarios del gimnasio TITAN para acudir a realizar actividad física, por otro lado, esta ley fomenta el derecho a ejercitarse libremente para contribuir a la formación integral de la persona.

Con base a estas leyes los gimnasios se presentan como alternativa para fomentar la práctica de actividad física, ejercicio físico y aprovechamiento del tiempo libre, razón por la cual se deciden citar estas leyes en la investigación.

4. Diseño metodológico

En el siguiente capítulo se redacta todo lo relacionado con el aporte metodológico del proyecto; específicamente el tipo de investigación en el cual está basado, y por el cual tiene un diseño específico, igualmente se menciona el enfoque investigativo que centra la investigación y le brinda una solución a través de un método planteado, así mismo se especifica el método de investigación el cual se refiere a las estrategias que se utilizaron para la investigación del problema, en este sentido se refiere igualmente a las fases de investigación que especifican claramente como fue el paso a paso para llevar a cabo la investigación, otro punto importante es el de población y muestra que evidencia las características y el por qué se seleccionaron dichos participantes, finalmente se concluye este apartado con la técnica e instrumento de recolección de datos las cuales son las herramientas utilizadas para recolectar la información.

4.1 Tipo de investigación

La presente investigación es de tipo cuantitativo con un alcance descriptivo, en la cual se ha intentado obtener un conocimiento respecto a la problemática de la influencia de estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el Gimnasio Titán, siendo este tipo de investigación y alcance, una manera para hacerlo, teniendo soporte en la indagación de antecedentes y porcentajes numéricos que se obtienen de la realidad, por medio de los participantes que realizaron la encuesta, para ser procesados estadísticamente y así comprobar dicha problemática, de esta manera se especifican las características y los perfiles de los usuarios encuestados. Hernández, Fernández y Baptista (2010).

Por otro lado es secuencial y probatoria, cada etapa procede a la siguiente y no se pueden saltar pasos, parte de una idea delimitada, plantea un problema, unos objetivos, revisa la literatura y plantea el marco teórico, se determinan variables, se desarrolla un plan para probarlas, se miden se

analizan y se establecen una serie de conclusiones. (Hernández et al, p.46)

Con base a lo dicho anteriormente se presenta este proyecto de investigación como tipo cuantitativo teniendo en cuenta que se respetó cada uno de los pasos que lo caracterizan siguiendo su orden y rigurosidad, por otro lado a la hora de plantear la idea de investigación se intentó ser lo más específico posible y delimitar el problema como tal, para diseñar los objetivos posteriormente e investigar qué registros literarios se tenían relacionados con el tema, definir las variables, recoger la información y por último analizarla estadísticamente para ofrecer unas conclusiones que aporten conocimiento para entender una realidad que se presenta en el entorno.

Además de ello, Monje (2011) define la investigación cuantitativa como “busca explicar fenómenos, estableciendo leyes generales que expliquen tal comportamiento, con esta finalidad se basa en la observación directa, la comprobación y la experiencia. Se fundamenta en el análisis de los hechos de la cual debe dar una descripción lo más objetiva y completa posible” (p.11)

Es así como se presenta esta investigación con el fin de dar datos concretos acerca de la influencia que presentan dichos estereotipos en la práctica de actividad física, teniendo como base la estadística y sin relacionar o alterar el resultado por creencias o demás ideas personales.

4.2 Enfoque de investigación

El enfoque investigativo con el cual se realizó el estudio es de carácter Empírico-Analítico

como lo afirma Hernández et al (2010) “Es un modelo de investigación científica, que se basa en la experimentación y la lógica empírica, que, junto a la observación de fenómenos y su análisis estadístico, es el más usado en el campo de las ciencias exactas”. Por lo anterior se dice que se basa en la prueba para la determinación de variables, buscando su causa y efecto, es de esta manera que en la investigación se determinaron constantes como estereotipos, imagen corporal y actividad física, buscando establecer la relación que presentan y de igual manera la influencia que puede tener una sobre la otra, por último conocer de qué forma los estereotipos estéticos logran intervenir en el desarrollo de la práctica de actividad física en el Gimnasio Titán.

Por otra parte en el desarrollo de este enfoque se aplica la lógica deductiva en donde se pasa del análisis de leyes y teorías a la comprobación de datos y resultados (Hernandez et al,2010). Es de esta manera que en la investigación se realiza un análisis literario para conocer e identificar el origen de estas variables, para luego por medio del instrumento Estética Corporal Imagen y Consumo de Castilla la Mancha, lograr comprobar por medio de los análisis de resultados el comportamiento de las mismas.

Por último este enfoque observa el proceso de la investigación desde la partida hasta el fin de ella para establecer diferentes medidas y conseguir un resultado final.

4.3 Método de la investigación

El método investigativo con el cual se realizó el estudio es de carácter No experimental, ya que mediante este, se pretende identificar el fenómeno tal como se da en su contexto natural, en este caso en el gimnasio Titán para posteriormente analizarlo como lo afirma Hernández et al (2010).

Este método se caracteriza por su no manipulación de las variables como lo afirman Kerling y Lee (2002, P, 420), “en la investigación no experimental no es posible manipular las variables o asignarlas aleatoriamente a los participantes”.

Así mismo a la hora en que se aplica el instrumento se recolectan datos de comportamientos originarios en los sujetos del Gimnasio Titán como lo afirma Hernández et al (2010) “no se interviene en la población ya que se recolectan datos del estado natural”.

Los datos que fueron recogidos por medio del instrumento aplicado serán recolectados y previamente interpretados Kerlinger y Lee (2002, P.420).

Por otro lado la investigación se centra, en evaluar la influencia de estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en un momento dado, es así como se opta por manejar un corte transversal como lo afirma Hernández et al. (2010) “las investigaciones transversales recopilan datos en un momento único”. Por ello se recolectaron datos en un momento determinado, se analizaron y describieron sus variables.

4.4 Fases de la investigación

4.4.1 Planteamiento del problema.

Las personas siempre querrán verse físicamente bien, una de las maneras para conseguir esto es a través de la actividad física en gimnasios, por este medio las personas pueden trabajar su cuerpo con el fin de mejorar aspectos físicos a través del movimiento, con base a esto se decidió indagar qué tan importante era la imagen corporal para las personas que asisten al gimnasio titán teniendo en cuenta que en la sociedad hay modelos de belleza tanto masculinos como femeninos que pueden alterar la percepción que tienen cada persona de sí misma. Para delimitar más la investigación se selecciona como participantes sólo a las personas de 18 a 25 años, de esta manera se plantea el problema de investigación como; ¿Determinar la influencia de los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el gimnasio titán en usuarios de 18 a 25 años de edad?

4.4.2 Revisión de la literatura y desarrollo del marco teórico

Una vez definido el problema de investigación, se hizo una revisión de la literatura sobre textos científicos tanto físicos como de la web que abordan este mismo problema, para que brindarían orientaciones y así establecer bases acerca de cómo desarrollar la investigación, de esta manera se genera el marco teórico en el cual se plantean todos aquellos conceptos que tienen relación directa con el problema de investigación y los cuales son definidos por distintos autores que guían con autoridad el proyecto.

4.4.3 Visualización del alcance del estudio

Una vez se ha indagado en otros antecedentes se procede a plantear el alcance del estudio, principalmente se plantean los objetivos tanto generales como específicos y luego se decide hasta dónde llegar con la investigación, en este caso, se opta por hacer una investigación descriptiva, con el fin de detallar todos los aspectos que interfieren en el fenómeno investigado, siguiendo este patrón antes de recolectar los datos.

4.4.4 Elaboración y definición de variables

Para recolectar datos teniendo en cuenta que la investigación cuantitativa se basa en la medición y la estadística, se desarrollan unas variables claras a identificar en el problema de investigación las cuales son; primero la influencia de estereotipos estéticos y segundo el nivel o la práctica de actividad física. Además de ello otros factores clave serían la edad, el género, los estudios o situación laboral.

4.4.5 Desarrollo del diseño de investigación

la investigación se diseña de manera cuantitativa al dar porcentajes acerca de las variables que influyen en el fenómeno investigado, para ello se utiliza un instrumento de recolección de datos el cual es la encuesta, en la cual se podrá obtener dicha información, lo que se pretende con ello es dar una descripción de lo que acontece y unas conclusiones concretas, utilizando como enfoque el empírico analítico porque se utiliza la naturaleza como objeto, y de manera empírica la relación del hombre con el entorno, así pues con la intención de analizar lo sucedido descomponiendo todo y volviéndolo a reconstruir con un fin de causa y efecto.

4.4.6 Recolección de datos

Como se ha mencionado anteriormente se debe buscar un instrumento que permita tener datos estadísticos de lo que se pretende medir, en este caso fue la encuesta la cual abordaba las variables que maneja el proyecto, para ello se buscó una encuesta validada y certificada que le diera más solidez a la investigación, la cual se desarrolló de manera auto-administrada.

4.4.7 Análisis de los datos

Para analizar los datos se reunieron todas las encuestas realizadas por las personas participantes, posteriormente se fue separando por las primeras variables las cuales eran sexo, edad, empleo o educación académica, para generar los porcentajes y estadísticas de estas y las demás variables se recurrió a un programa que facilitara dicho procedimiento el cual fue Excel, en él se introdujeron todas las variables y se realizaron las respectivas tablas estadísticas representadas en cantidad de personas y en porcentajes. Una vez finalizado se hace el aporte con las correspondientes conclusiones las cuales responden al problema y objetivos de investigación.

4.5 Población y Muestra

Teniendo en cuenta el problema y el planteamiento de la investigación, en el cual se quiere describir la influencia que causan los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física, se toma como muestra a un grupo de personas (47 hombres y 23 mujeres) en edades de 18 a 25 años de edad que asisten al gimnasio titán a realizar su actividad física.

Se selecciona esta población teniendo en cuenta que a esta edad se encuentra la etapa de la adolescencia y la juventud, las cuales son como lo afirma Domínguez (2008) momentos claves en el proceso de socialización del individuo de una manera que intenta alcanzar una competencia adecuada ante las exigencias de la sociedad. Por otro lado a esta edad ya habrían irrumpido los

cambios físicos que ocasionan la pubertad y empezaría la integración en un grupo cultural como miembro adulto, de esta manera se presenta un proceso de desarrollo, específicamente relacionado a la presente investigación según Onrubia (como se citó en Adrián y Rangel, 2012) “desarrolla la revisión y construcción de la propia identidad personal, establece su propia imagen corporal y auto concepto, además desarrolla nuevas formas de relación interpersonal y social”. Es por ello que se selecciona esta población teniendo en cuenta que ha esta edad es donde cobra más importancia la imagen corporal.

A hora lo que procede es delimitar la muestra para lo cual se intenta escoger un grupo representativo de dicha población utilizando como método el muestreo no probalístico con el fin de economizar recursos. Los sujetos seleccionados se escogieron siguiendo los criterios anteriormente mencionados. Utilizando como método un muestreo por cuotas en el cual se fijaron un número de participantes que cumplía con las condiciones de la investigación, después de ello se selecciona a los primeros que participaran voluntariamente.

Con base a todo ello nuestra población comprende a todas aquellas personas que acuden a practicar actividad física en edades de 18 a 25 años de edad en el Gimnasio Titán, en las cuales se encuentra un total de 305 personas según la información prestada por la administración del gimnasio, entre los cuales 203 son hombres y 102 son mujeres. Al momento de asistir al gimnasio se realizó una muestra incidental que corresponde al 24% de la población es decir 75 usuarios, diferenciado en 47 hombres y 28 mujeres.

4.6 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

La siguiente etapa consiste en recolectar los datos, para ello se ejecutó un procedimiento específico, en el cual se intenta encontrar los porcentajes a las variables de la investigación, aunque se disponen de diversos tipos de instrumentos para medir variables, se optó por utilizar como instrumento de recolección de datos el cuestionario “Estética Corporal, Imagen y consumo en Castilla la Mancha”, el cual fue 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-la Mancha y la Dirección General de Consumo de la Junta de Castilla-la Mancha, a un grupo de 425 ciudadanos de dicha ciudad, en el año 2011. De manera tal que dicho cuestionario es una técnica según Hernández et al. (2010) “más utilizada para recolectar datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto de una o más variables a medir”.

Para recolectar los datos pertinentes se requiere un instrumento de confiabilidad el cual al utilizarse arroje unos datos que no sean muy distorsionados entre los encuestados, por otro lado se pretende utilizar un instrumento de validez que dé resultados acorde a lo que se pretende medir por lo cual debe estar avalado por investigadores y especialistas en el tema. En este orden de ideas el cuestionario tiene una distribución que viene estratificada por género y edad, con un margen teórico de error del 5% y un nivel de confianza del 95%. Es así como se midieron las variables independientes, como influencia de estereotipos estéticos, edad y género, al igual que las variables dependientes, como la práctica de actividad física, los hábitos o conductas realizadas y la percepción que tienen de sí mismos.

Para la utilización del cuestionario se solicitó la autorización pertinente al Centro de Estudios Psicológicos y Sociales, para utilizar algunas de las preguntas que aparecen en el cuestionario, (ver anexo).

De igual manera para resolver el cuestionario el cual plantea preguntas de tipo cerrada se realizó de manera Autoadministrada, así pues el cuestionario se le entrego directamente a los participantes y ellos lo resolvieron de manera individual sin necesidad de intermediarios (a excepción de preguntas que no fueron entendidas y se propició una indicación). Se realizó de esta manera teniendo en cuenta que hay cierto tipo de preguntas que pueden resultar sensibles al ser descritas por otra persona.

La codificación de los datos se llevó acabo en un documento en ECXEL, para ser analizados posteriormente.

5. Resultado

5.1 Técnica de análisis de resultados

Los análisis de los datos cuantitativos mostrados en el siguiente apartado, se realizaron a través del programa de computación EXCEL, en el cual se llevó a cabo un análisis descriptivo de los datos obtenidos con el fin de medir las variables de la investigación, además, para obtener una confiabilidad y validez de las variables se recurre a un instrumento de recolección de datos, el cual está avalado y certificado por especialistas en el tema. Finalmente, se graficó y tabuló la información obtenida en cada uno de los ítems.

En este orden de ideas, se presentarán las percepciones sobre la imagen corporal y todo lo que influye en la construcción de la misma en los usuarios del gimnasio TITAN en edades de 18 a 25 años, para determinar las percepciones se les presentó una serie de preguntas, las cuales estaban directamente relacionadas con dichos aspectos, a las cuales podían responder de distintas maneras; sí o no (preguntas cerradas), dando juicios de valor (siempre, casi siempre, algunas veces, nunca) o de manera libre y argumentativa en la última pregunta. (pregunta abierta).

5.2 Interpretación de resultados

De lo anterior se obtuvieron los siguientes resultados sobre los conocimientos personales y problemas relacionados con la imagen corporal.

De acuerdo a la información obtenida en las encuestas, se obtuvieron variables como edad, género, estudios y situación laboral, las cuales son representadas y analizadas a continuación:

Tabla 1. Géneros

Masculino	Femenino
-----------	----------

63%	37%
-----	-----

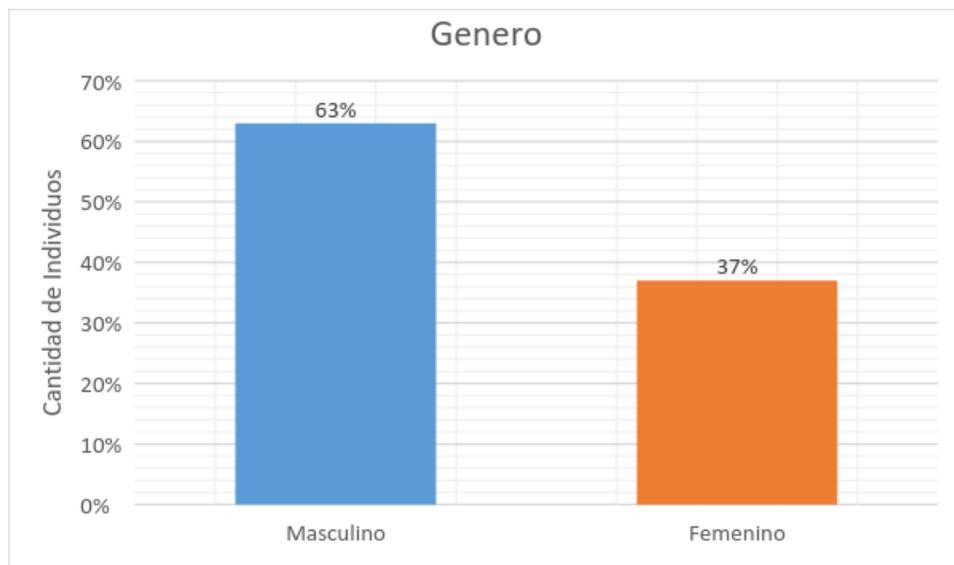


Figura 3. Total de individuos

Como se puede observar en la figura 3. De los asistentes al Gimnasio el Titán, se tomó una muestra entre hombres y mujeres que realizan ejercicio físico, entendido éste según la Organización Mundial de la Salud como la “variedad de actividad física planeada, estructurada, repetitiva y realizada con un objetivo relacionado con la mejora o el mantenimiento de uno o más componentes de la aptitud física”. De acuerdo a este concepto se muestra el total de individuos a los cuales se les aplicó la encuesta referida a la influencia de los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física, y que aceptaron responder las preguntas propuestas, evidenciando que, el 63% pertenecen al género masculino y el 37 % al género femenino. De acuerdo con este resultado se puede decir que los asistentes al gimnasio Titán en mayor número pertenecen al género masculino.

Tabla 2. Edades

Edades	18	19	20	21	22	23	24	25
Hombres	19%	11%	9%	11%	9%	11%	9%	21%
Mujeres	14%	18%	4%	25%	7%	14%	11%	7%

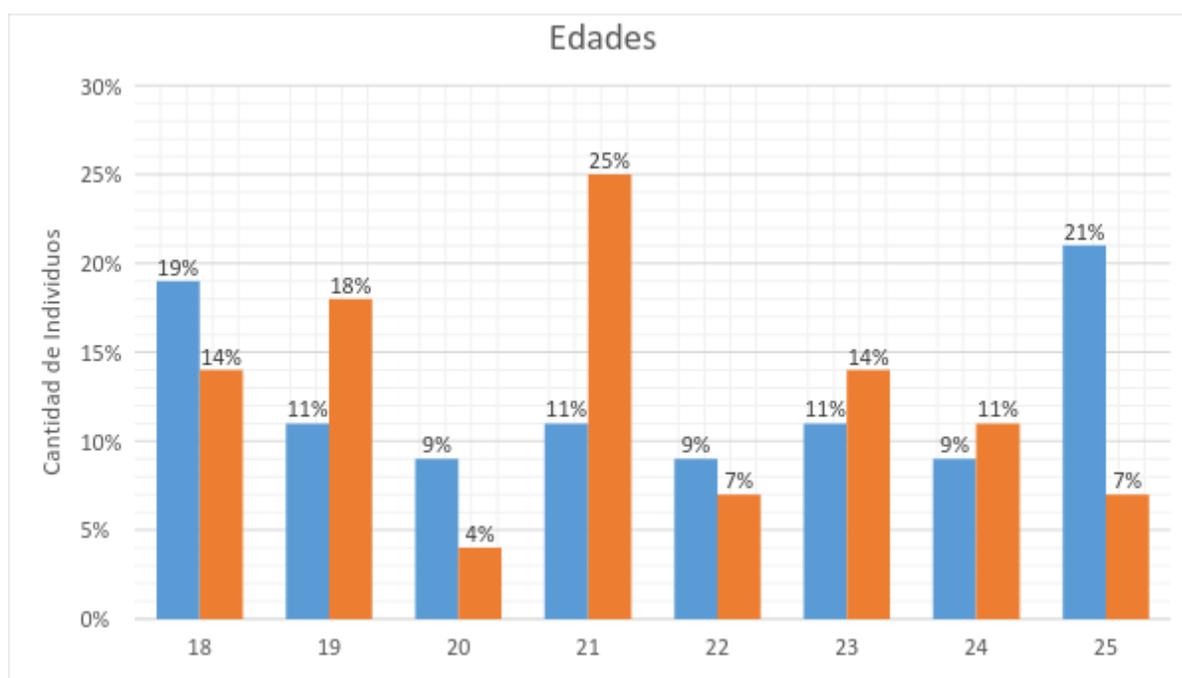


Figura 4. Edades

En un análisis teniendo en cuenta las edades de los individuos que asisten al Gimnasio, se observa que la mayoría de hombres que hacen uso del gimnasio están alrededor de los 25 años, seguidos de jóvenes de 18 años, manteniendo en un rango medio los jóvenes entre 19, 21 y 23 años, mientras los jóvenes de 20, 22 y 24 años muestran una cantidad menor en asistencia. En cuanto al género femenino, la cantidad más elevada de asistencia está en el rango de los 21 años, seguido de las mujeres de 19 años, luego las de 18 y 23 años y con una menor cantidad de asistencia las mujeres de 20, 22 y 25 años de edad.

Tabla 3. Estudios

	Bachillerato	Técnico	Tecnólogo	Universitario	Profesional
Hombres	40%	6%	4%	36%	14%
Mujeres	32%	14%	39%	4%	11%

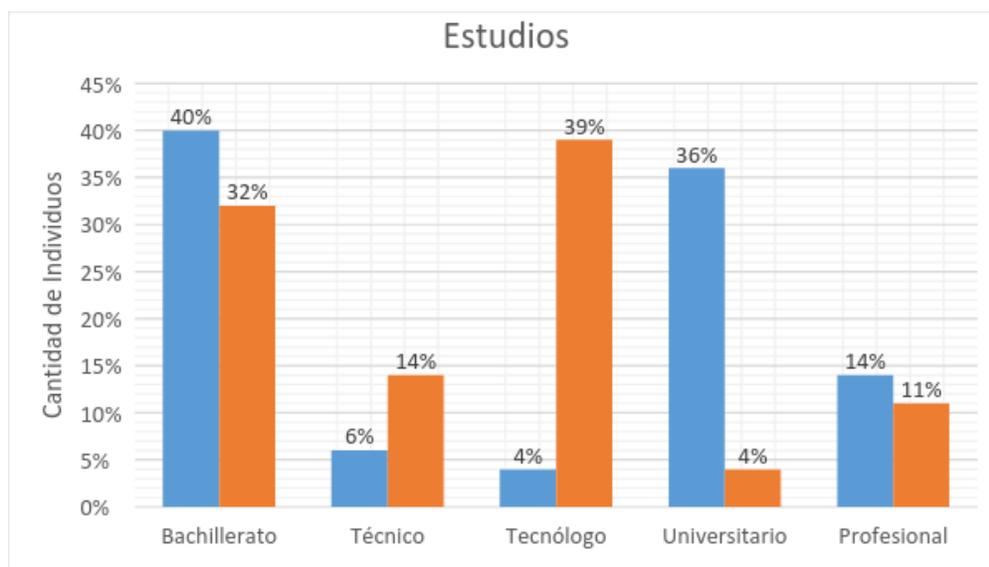


Figura 5. Nivel de estudio

En el análisis con respecto al nivel de estudio que presentan los usuarios del Gimnasio Titán pertenecientes al género masculino, se encontró que El mayor número, con un 40% de los encuestados de asistencia se presenta en jóvenes que han terminado su bachillerato, en segundo lugar, con un 36% se encuentran los hombres que están realizando estudios universitarios, luego en un 14% los que tienen nivel profesional, seguidos por un 6% correspondiente a aquellos con nivel técnico y con un 4%; están los tecnólogos. De acuerdo a esta información se puede establecer que los hombres que han terminado su bachillerato y son universitarios son los que muestran mayor número de asistencia al gimnasio.

En el caso del género femenino, el 32% de usuarias corresponden a quienes han terminado el bachillerato, porcentaje cercano al que se observa en el género masculino; un 14% tiene nivel técnico, un 39% tienen nivel tecnológico que comparado con los resultados del género masculino es mucho más alto; un 4% de las usuarias están en nivel universitario, porcentaje que comparado con los hombres es menor significativamente y un 11% de asistentes al gimnasio tienen nivel profesional. De acuerdo a los resultados entre los dos géneros se encuentra gran variación en quienes tienen un nivel de educación tecnológica y universitario.

Tabla 4. Situación laboral

	Emplead o	Desemplead o
Hombres	53%	47%
Mujeres	46%	54%

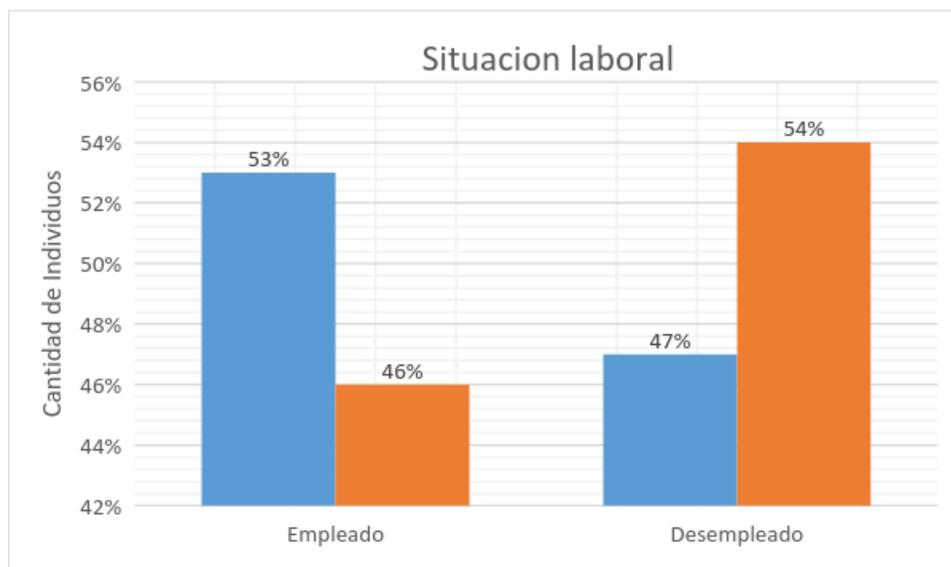


Figura 6. Situación laboral

En este gráfico se muestra la asistencia de acuerdo a su situación laboral tanto en hombres como en mujeres, donde los hombres que se encuentran empleados, un 53% tienen mayor

asistencia que aquellos que no cuentan con un empleo, el 47%, mientras que en el caso del género femenino el 54% que están sin empleo asisten al gimnasio y el 46% que cuentan con un empleo asisten al gimnasio. Observando a nivel de porcentaje la diferencia entre asistentes siendo o no empleados es similar. No es muy significativa la situación laboral a la hora de asistir al Gimnasio el Titán, el realizar ejercicio con el fin de tener una imagen corporal aceptada de acuerdo a ciertos estereotipos seguramente es lo esencial.

Parte 1:

El siguiente apartado, teniendo como variable el género (si es masculino o femenino), se basa en la percepción que tienen los usuarios del gimnasio Titán acerca de la imagen corporal:

Tabla 5. Preocupación aspecto corporal género masculino

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Masculino	48%	36%	15%

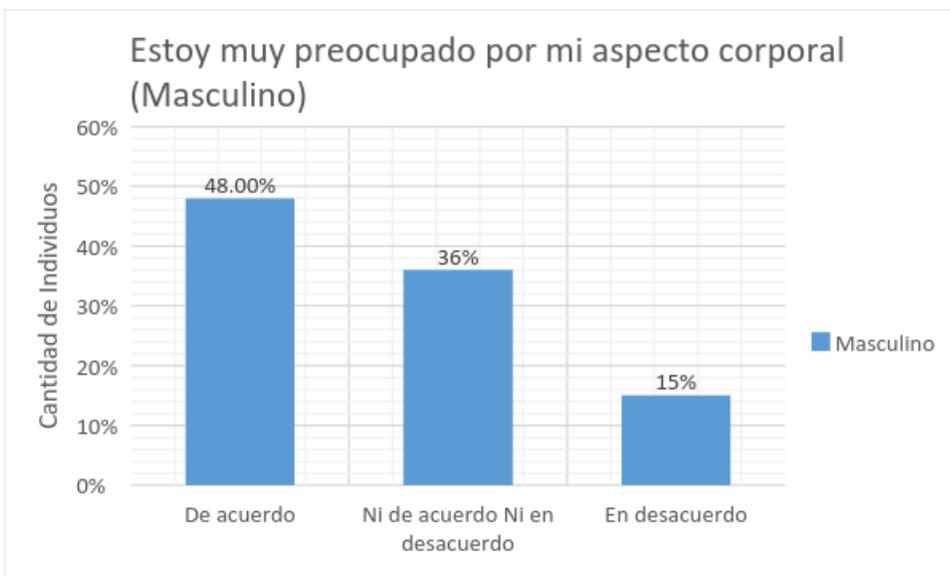


Figura 7. Preocupación del género masculino por el aspecto corporal.

De acuerdo a la cantidad de hombres encuestados, se observa que el 48% que corresponde a 23 encuestados, están de acuerdo con el enunciado que propone si están preocupados por su aspecto corporal, mientras un 36% correspondiente a 17 encuestados no están ni acuerdo ni en desacuerdo y un 15% están en desacuerdo. Raichs, y Guimon (como se citó en Salaberria, 2012) mencionan que “la imagen corporal es cada representación que los seres humanos construyen en sus mentes respecto a las vivencias que se tienen desde su propio cuerpo”. Por lo tanto, se puede concluir que los hombres asisten a los gimnasios con la finalidad de tener una representación de su imagen corporal con respecto a la percepción que poseen de ella.

Tabla 6. Preocupación aspecto corporal género femenino

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Femenino	39%	59%	3%

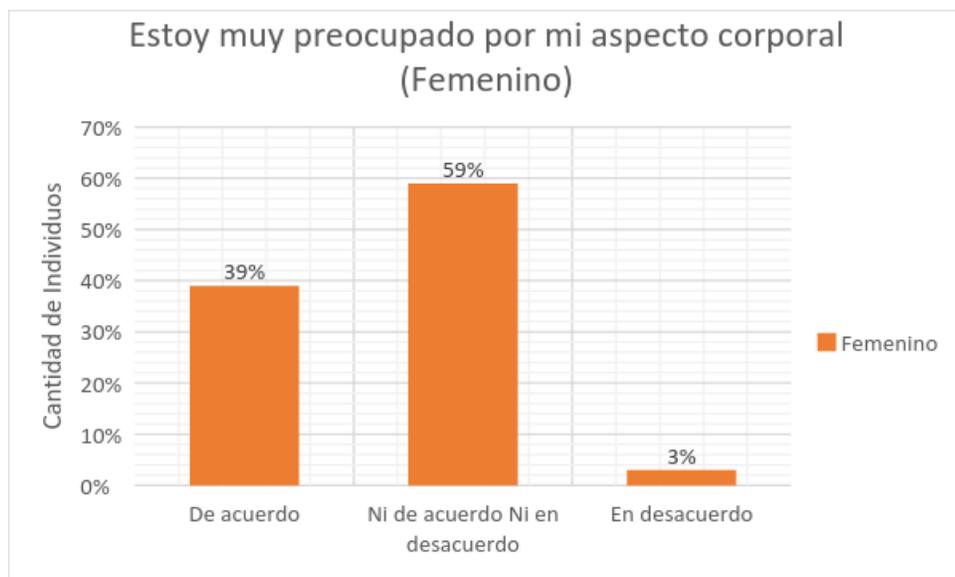


Figura 8. Preocupación del género femenino por el aspecto corporal.

Tomando las respuestas de la mujer con respecto a la preocupación por su aspecto corporal, se ve que en un 39%, de las encuestadas (11 personas) están de acuerdo, mientras en un 59% no están

ni de acuerdo como tampoco en desacuerdo y un mínimo del 3% está en desacuerdo con la afirmación propuesta. Se puede decir que un alto porcentaje, las mujeres no tienen una postura definida con respecto a la preocupación hacia su imagen corporal; sin embargo hay un porcentaje significativo que indican estar preocupados por esa imagen. Tanto hombres como mujeres a nivel social buscan un tipo de imagen corporal que se asemeje a los que se observan por medios de comunicación o simplemente que tengan ciertas características determinadas por la sociedad como bien estructuradas.

Tabla 7. Influencia imagen corporal en el éxito social (masculino)

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Masculino	55%	25%	20%

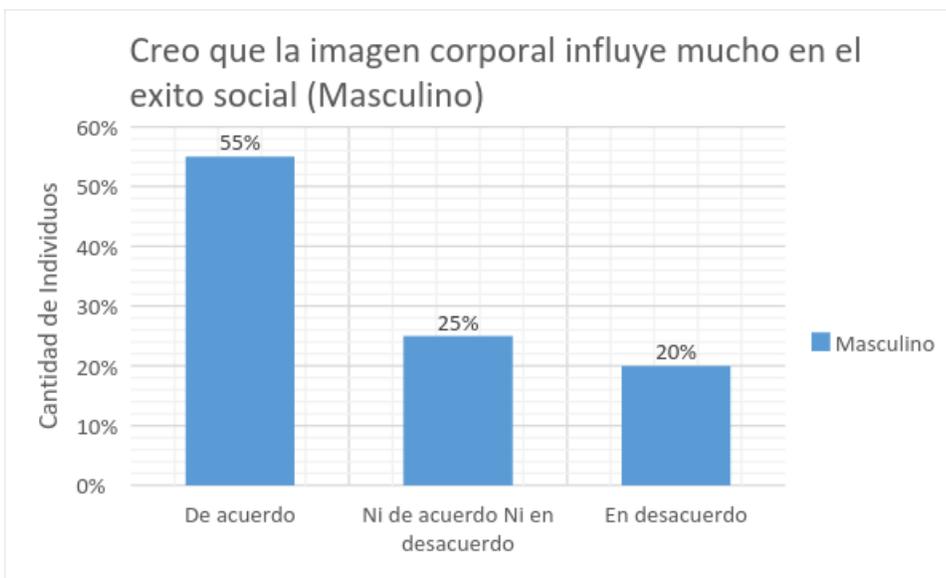


Figura 9. Influencia de la Imagen corporal en el éxito social. Género masculino.

Se puede observar que 26 de los encuestados correspondientes a un 55%, creen que la imagen corporal influye en el éxito social, mientras que el 20% no lo están y 25% de ellos no están ni de acuerdo ni en desacuerdo. De acuerdo a lo expuesto por Perez-gauli(2000,18) cómo la

imagen humana se muestra en los medios, siempre de la mismo forma, lo que ayuda a que la sociedad identifique ese patrón como el ideal, tratándose de un modelo que se lleva en cada género”, teniendo en cuenta esta consideración, se puede decir que los hombres usuarios del gimnasio Titán, realizan sus rutinas con el fin de buscar un modelo de imagen atlética lo que de acuerdo a sus intereses les ayudará a tener mejor éxito social.

Tabla 8. Influencia de la imagen corporal en el éxito social (femenino)

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Femenino	57%	18%	25%

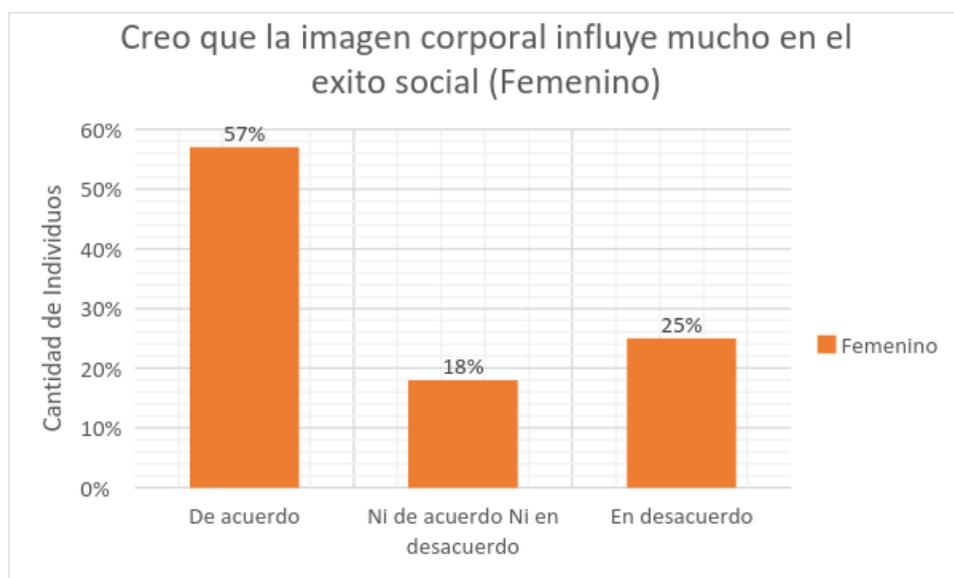


Figura 10. Influencia de la Imagen corporal en el éxito social. Género femenino.

Del total de encuestadas, el 57% está de acuerdo en que la imagen corporal influye mucho en el éxito social, un 18% de las mujeres encuestadas señalan no estar ni de acuerdo ni en desacuerdo, y un 25% están en desacuerdo. Retomando lo expuesto por Perez-gauli,(2000) y según los resultados, el género femenino al igual que el masculino, preocupándose por su éxito social buscan una imagen que influya positivamente en su contexto social y ésta generalmente está dada por

estereotipos donde los hombres son atléticos y las mujeres delgadas.

Tabla 9. Imagen corporal y confianza (masculino)

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Masculino	75,00%	19,00%	6,00%

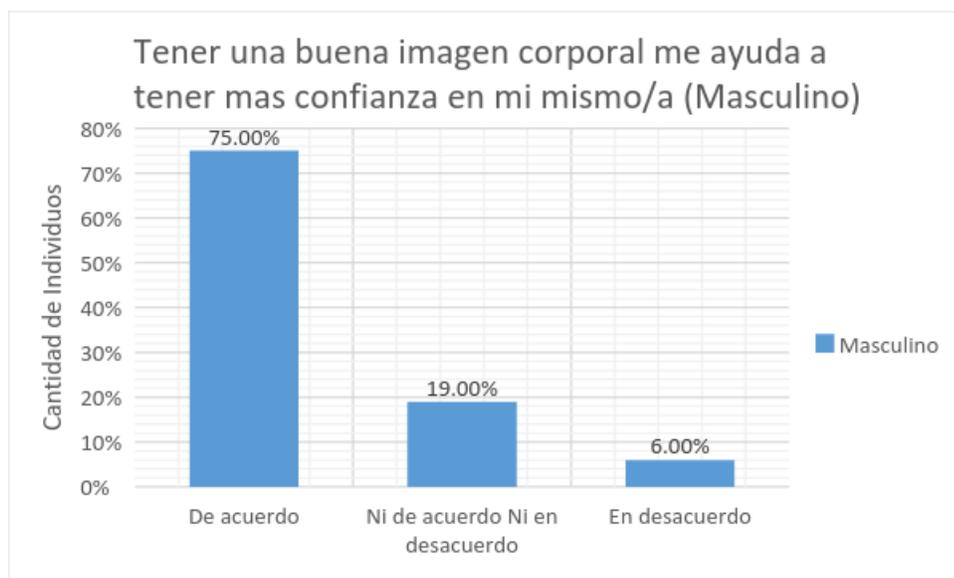


Figura 11. Imagen corporal y confianza. Género masculino.

Esta gráfica muestra que el género masculino en su gran mayoría, un 75% está de acuerdo en que una buena imagen corporal ayuda a obtener más confianza en sí mismo, 6% de los encuestados están en desacuerdo y 19% de ellos no están ni de acuerdo ni en desacuerdo. Tomando a Cash, Pruzinky y Thompson quienes definen la imagen corporal en tres variables distintas, y refiriendo la segunda, "es los aspectos cognitivos-afectivos que son todas aquellas valoraciones que puede despertar el cuerpo desde el punto de vista emocional bien sean de placer de satisfacción disgusto rabia o impotencia consigo mismo" ,la imagen corporal influye en la confianza que el individuo tiene de sí mismo ya que le brinda algún grado de satisfacción de acuerdo a la valoración positiva que se asigne y que a la vez sea aceptada como positiva y atractiva

por otros. Se puede concluir además que la imagen corporal aumenta la autoconfianza en el género masculino.

Tabla 10. Imagen corporal y confianza (femenino)

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Femenino	61%	29%	10%

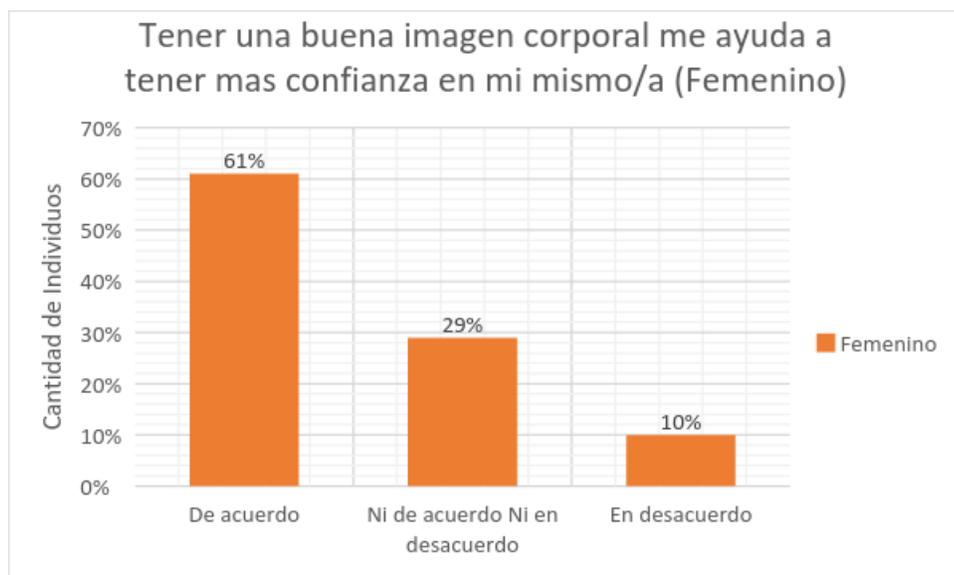


Figura 12. Imagen corporal y confianza. Género femenino.

Esta gráfica muestra que el género femenino al igual que el masculino, en una gran mayoría 71% de las encuestadas, está de acuerdo en que una buena imagen corporal ayuda a obtener más confianza en sí mismo, un 10% están en desacuerdo y el 29% de ellas no están ni de acuerdo ni en desacuerdo. Con relación a los resultados del género masculino, un nivel más alto de mujeres confirma que una buena imagen corporal genera mayor autoconfianza, considerando que de acuerdo a estereotipos una buena imagen corporal en una mujer es aquella delgada, atlética y atractiva.

Tabla 11. Disgustos por el cuerpo en el género masculino.

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Masculino	13%	30%	57%

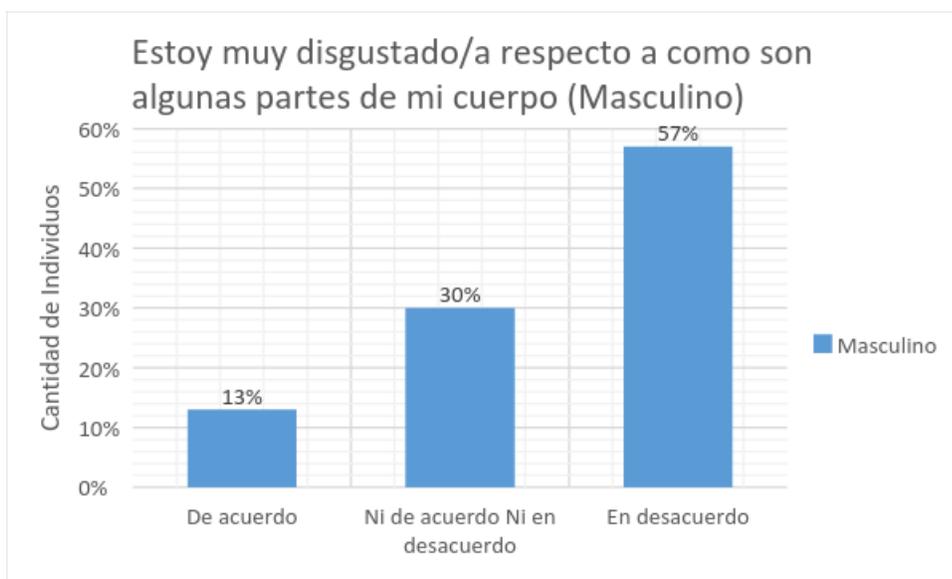


Figura 13. Disgusto con partes de su cuerpo. Género masculino.

En este enunciado y de acuerdo a la gráfica, el 57% de los encuestados pertenecientes al género masculino está en desacuerdo, es decir no están disgustados a como son algunas partes de su cuerpo, solamente un 13% de individuos están de acuerdo y los demás (30%) no tienen una postura definida respecto al enunciado. Si bien en los resultados anteriores se muestra que la imagen corporal ayuda bastante a tener mayor confianza en sí mismo, en esta gráfica, los resultados muestran que los encuestados están a gusto respecto a cómo son algunas partes de su cuerpo. Haciendo referencia a Raichs, y Guimon, quienes analizan “que una cosa es la apariencia física y otra muy diferente que es la imagen corporal, de ese modo presumen que hay personas que a pesar de no tener una belleza física atractiva se sienten sumamente bien”; los usuarios género masculino del Gimnasio el Titán del género masculino en un poco más de la mitad se sienten bien

con respecto a cómo son partes de su cuerpo.

Tabla 12. Disgustos por el cuerpo en el género femenino

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Femenino	22%	39%	39%

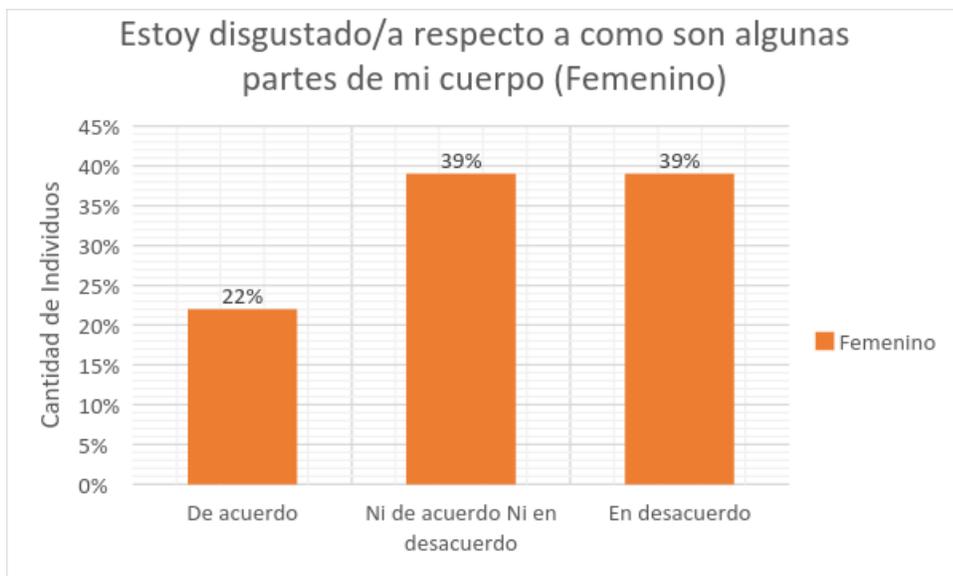


Figura 14. Disgustos respecto a las partes de su cuerpo. Género femenino.

Los resultados obtenidos de acuerdo al enunciado del gusto o disgusto por cómo son algunas de las partes de su cuerpo, el género femenino está en igualdad de opiniones en un 39% tanto quienes están en desacuerdo y la opción intermedia de ni de acuerdo ni en desacuerdo, y en acuerdo solamente el 22% de las encuestadas. En este caso, las mujeres están entre dos posturas lo cual podría decirse que no tienen una posición definida con claridad respecto al gusto o disgusto por cómo son algunas de las partes de su cuerpo y que, aunque hay un porcentaje significativo que están en desacuerdo al enunciado, es decir, ellas están a gusto con su cuerpo, se preocupan por mantener una buena imagen corporal.

Tabla 13. Preocupación por la imagen corporal y su relación con la salud en el género masculino.

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Masculino	85%	13%	2%

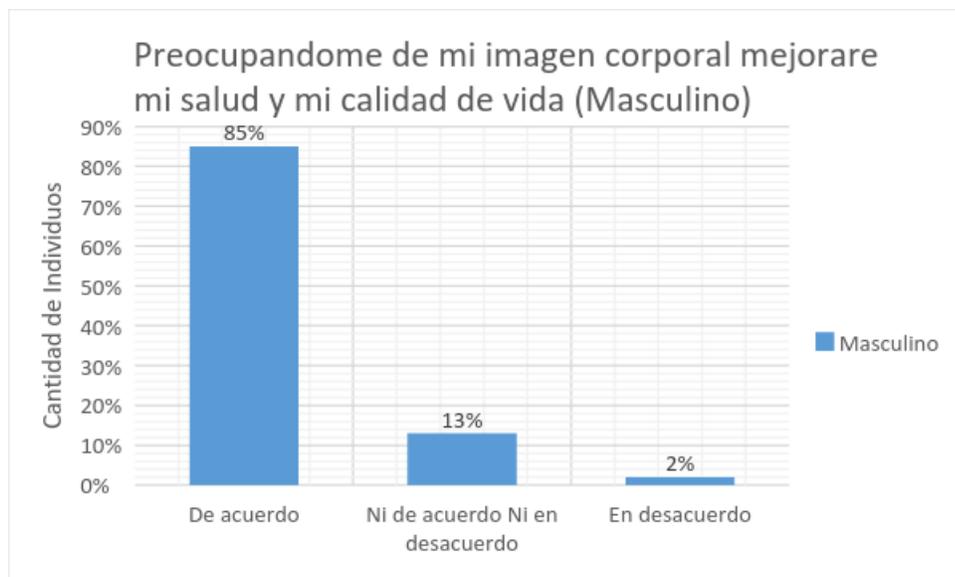


Figura 15. Imagen corporal, salud y calidad de vida. Género masculino

De acuerdo a la gráfica, el 85% de los hombres que asisten al Gimnasio el Titán, están de acuerdo en que, al preocuparse por la imagen corporal, mejoran su salud y calidad de vida, mientras un 13% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo con el enunciado y un 2% están en desacuerdo. Según el resultado anterior, y retomando a la OMS que define la salud como, “el estado de completo bienestar físico, psicológico”, y Siendo el Gimnasio un lugar para realizar algún tipo de actividad física, quienes asisten a éste con el fin de mejorar su imagen corporal, están de acuerdo en que también les ayuda a mejorar su salud y calidad de vida.

Tabla 14. Preocupación por la imagen corporal y su relación con la salud en el género femenino.

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Femenino	82%	11%	7%

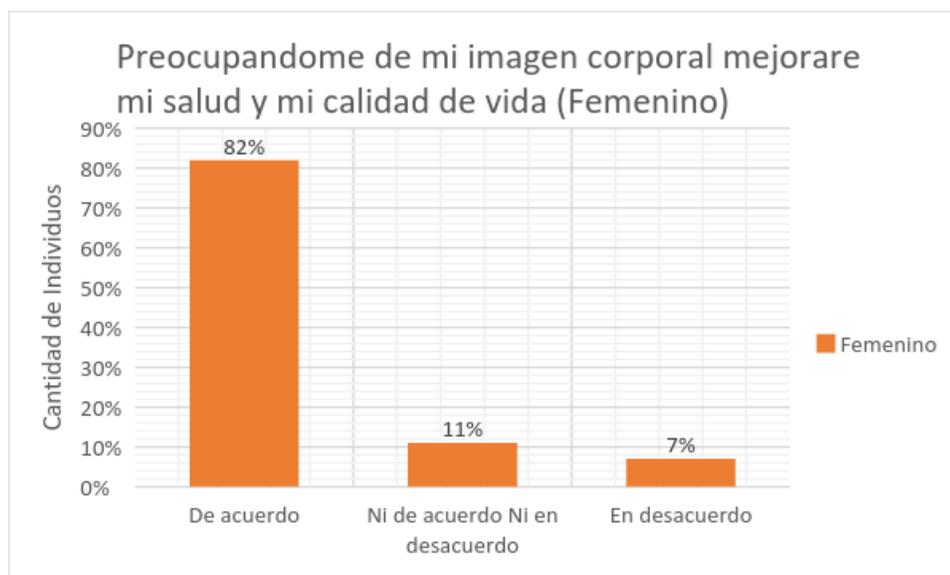


Figura 16. Imagen corporal, salud y calidad de vida. Género Femenino

Observando los resultados anteriores, donde el 82% de mujeres están de acuerdo con el enunciado propuesto respecto imagen corporal con la salud y la calidad de vida, el 11% que corresponde a seis individuos no están no en acuerdo ni en desacuerdo y el 7% están en desacuerdo. Al igual que los resultados obtenidos con el género masculino, se puede establecer que las asistentes al gimnasio Titán además de preocuparse por su imagen corporal y el realizar ejercicios, esto les contribuye a mejorar su salud y calidad de vida. Comparando los resultados con los obtenidos del género masculino, el nivel que indica en acuerdo es muy semejante, los porcentajes son casi iguales solo varían de hombres a mujeres en 3 puntos.

Tabla 15. Presupuesto para la imagen personal (masculino)

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Masculino	70%	26%	4%

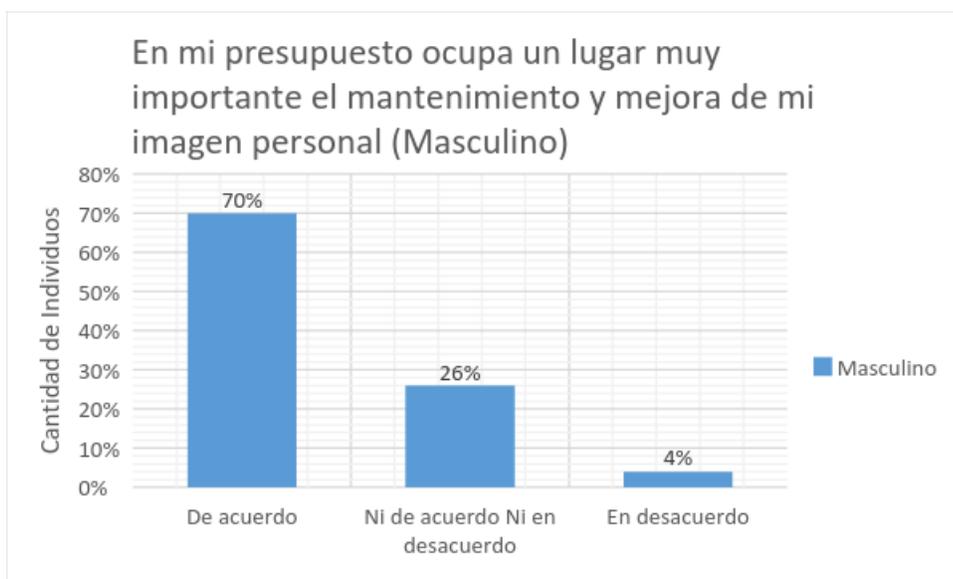


Figura 17. Presupuesto para la mejora de la imagen corporal. Género masculino.

De acuerdo a los resultados obtenidos en el enunciado si en el presupuesto ocupa un lugar muy importante el mantenimiento y mejora de su imagen personal, el género masculino mostró un alto porcentaje (70%) en acuerdo, doce individuos (26%) no están ni de acuerdo ni en desacuerdo; y un 4% están en desacuerdo. Existe una gran diferencia entre quienes ubican en su presupuesto un lugar para el mantenimiento de su imagen personal y quienes están en desacuerdo. Por lo tanto, se puede suponer que mantener una imagen personal requiere de organización económica y es primordial para quienes realizan esta práctica.

Tabla 16. Presupuesto para la imagen personal (femenino)

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Femenino	61%	32%	7%

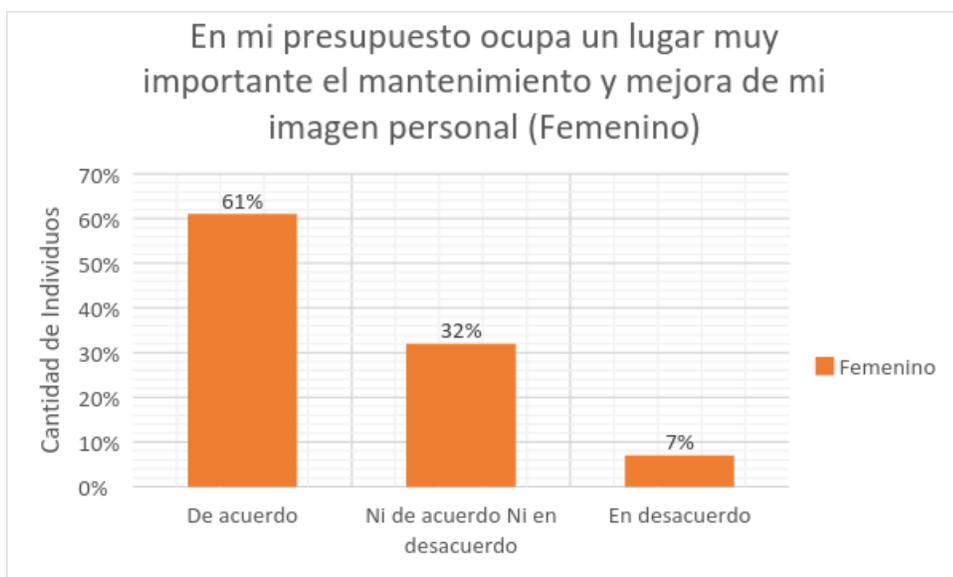


Figura 18. Presupuesto para mejora de la imagen corporal. Género femenino.

En cuanto al género femenino el 61%, está en acuerdo con el enunciado, es decir asignan parte de su presupuesto para el mantenimiento y mejora de su imagen personal, un 32% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y finalmente un 7% contestaron que no están de acuerdo con el enunciado. Sigue siendo importante la asignación de presupuesto para mantenimiento de la imagen personal.

Tabla 17. Imitación de otros modelos de imagen en el género masculino

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Masculino	15%	36%	49%

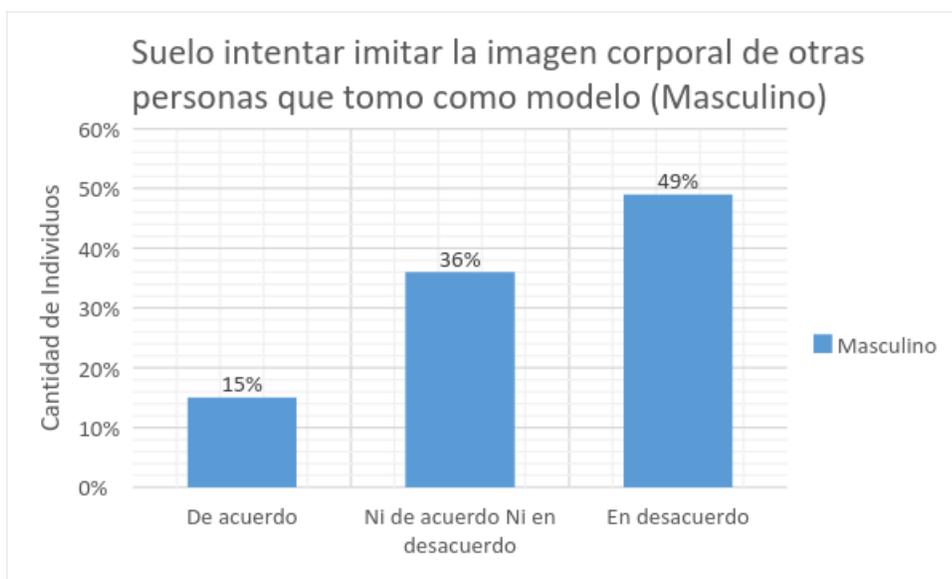


Figura 19. Imitación de otros modelos de imagen. Género masculino.

De acuerdo a Viviane olivera y Juan parra (2014) quien hace referencia los medios sociales quienes reflejan mensajes donde se muestran estereotipos que son deseables de imitar por jóvenes con relación a su imagen corporal. Se muestra un poco de discrepancia de acuerdo a los resultados de la encuesta realizada al género masculino donde solo el 15% está en acuerdo con el enunciado, el 49%, mostraron desacuerdo, el 36% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo, no toman una postura frente a sí intentan imitar la imagen corporal de otras personas.

Tabla 18. Imitación de otros modelos de imagen en el género femenino.

Genero	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
Femenino	11%	21%	68%

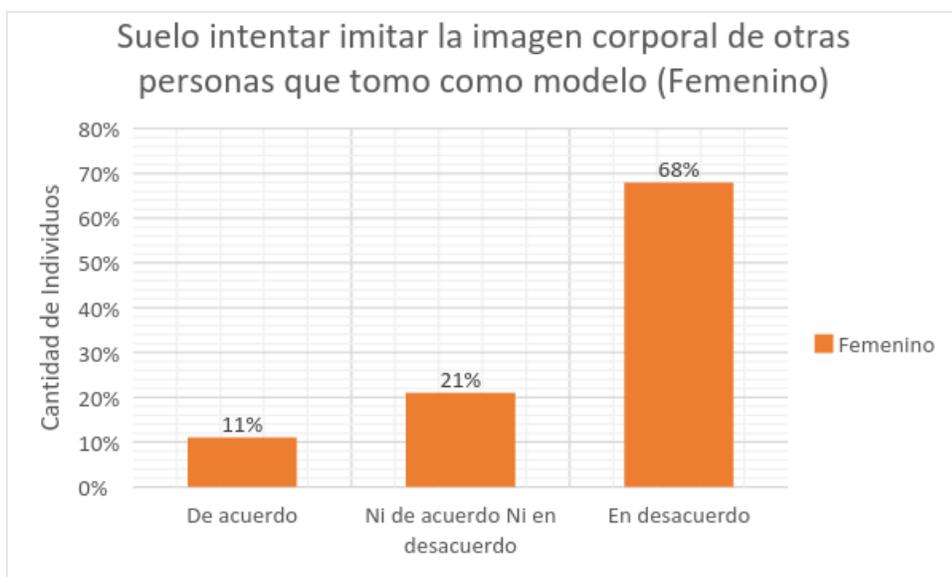


Figura 20. Imitación de otros modelos de imagen. Género femenino.

De igual manera y en concordancia con los resultados de la figura 17, Un porcentaje bajo (11%) de mujeres están de acuerdo con que suelen imitar la imagen corporal de otras personas que toman como modelos; El 21% no están de acuerdo ni en desacuerdo y un 68% están en desacuerdo, es decir no suelen imitar la imagen corporal de otras personas que han tomado como modelo.

Parte 2:

En las siguientes gráficas teniendo como variable el género, se encuentra información acerca de la opinión que tienen los usuarios del gimnasio Titán sobre su peso y altura.

Tabla 19. Peso corporal en el género masculino

Genero	Es menor de lo que me gustaría	Coincide con el/la que me gustaría tener	Es mayor de lo/la que me gustaría
Masculino	53%	32%	15%

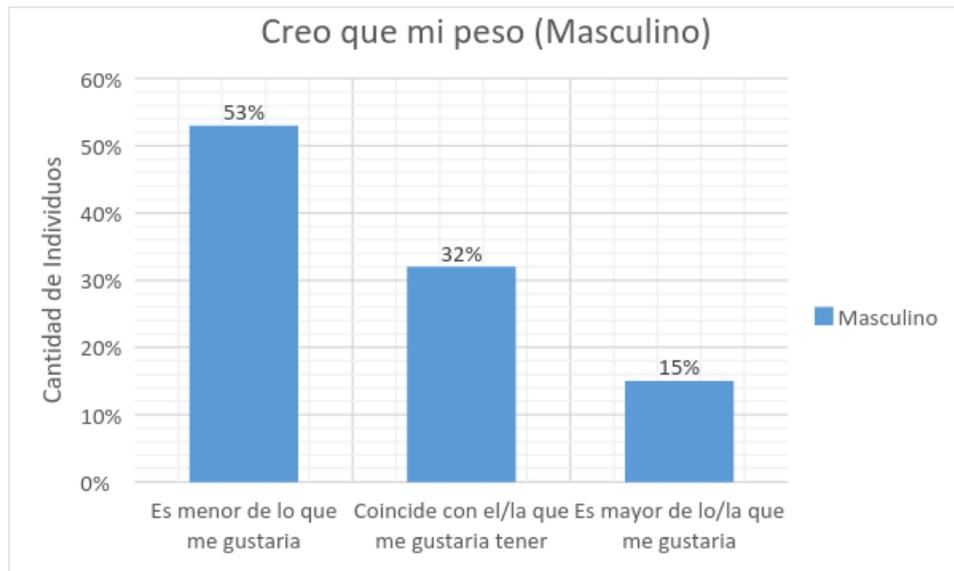


Figura 21. Peso. Género masculino.

Según el enunciado y de acuerdo a los resultados que se muestran en la gráfica, los hombres que asisten al Gimnasio Titán, en un 53% creen que su peso es menor de lo que les gustaría tener; el 32% coincide en que es el peso que le gusta tener y un 15% su peso es mayor del que le gustaría tener. Los puntos de vista que dan los encuestados “Hombres” sugieren que quieren verse más robustos y desean adquirir mayor masa muscular para mejorar su apariencia.

Tabla 20. Peso corporal en el género femenino

Genero	Es menor de lo que me gustaría	Coincide con el/la que me gustaría tener	Es mayor de lo/la que me gustaría
Femenino	29%	46%	25%

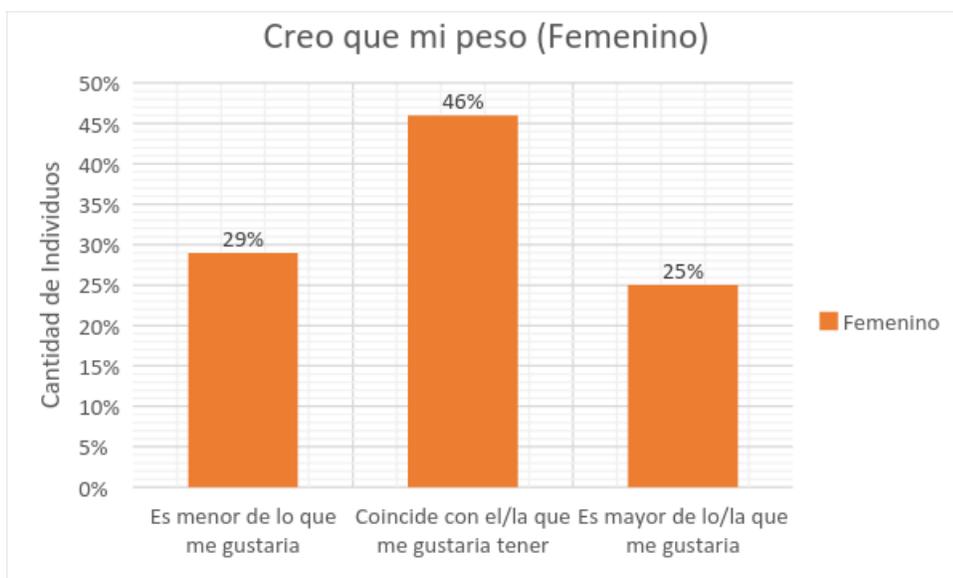


Figura 22. Peso. Género femenino.

En cuanto al género femenino, se nota mayor aceptación y coincidencia en un 46%, con relación al peso que tienen o les gustaría tener; además el 29% creen que su peso es menor de lo que les gustaría y el 25% creen que su peso es mayor al que les gustaría tener.

Tabla 21. Opinión respecto a la altura en el género masculino.

Genero	Es menor de lo que me gustaría	Coincide con el/la que me gustaría tener	Es mayor de lo/la que me gustaría
Masculino	32%	68%	0%

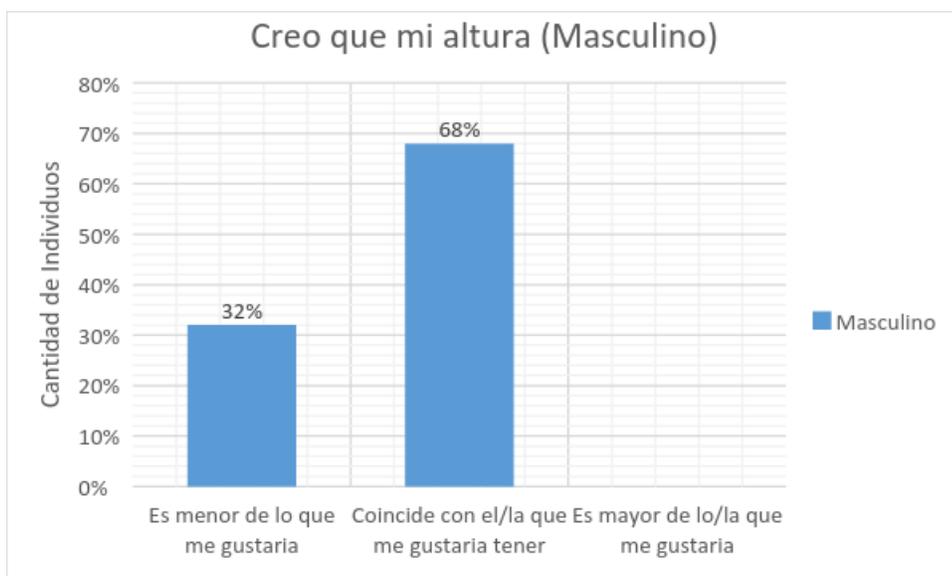


Figura 23. Altura. Género masculino.

La grafica muestra el nivel de aceptación que los hombres encuestados tienen hacia su estatura; un 68% creen que su altura coincide con la que les gustaría tener; un 32% creen que su altura es menor; ninguno de los encuestados cree que su estatura es mayor a la deseada. Retomando el concepto de imagen corporal según Cash, Pruzinky y Thompson donde según ellos es la precisión con que se percibe el tamaño el peso y la forma del cuerpo y de ese modo dar puntos de vista ya sean favorables o desfavorables del mismo, se puede ver que la mayoría de encuestados tienen un punto de vista favorable respecto a la altura que tiene su cuerpo.

Tabla 22. Opinión respecto a la altura en el género femenino.

Genero	Es menor de lo que me gustaría	Coincide con el/la que me gustaría tener	Es mayor de lo/la que me gustaría
Femenino	43%	50%	7%

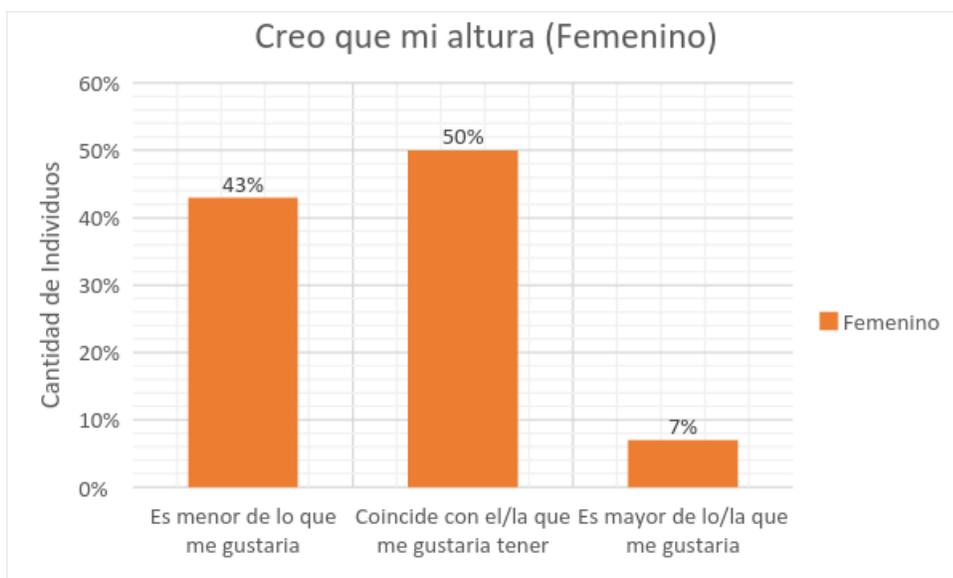


Figura 24. Altura. Género femenino.

Teniendo en cuenta el concepto de imagen corporal en la primera variable de Cash, Pruzinky y Thompson y observando los resultados con relación a la opinión que tienen las mujeres que asisten al gimnasio el Titán con respecto a su altura, donde un 43% contestaron que su altura es menor de lo que les gustaría; un 50% dijeron que su altura coincide con la que les gusta; y 7% creen que su altura es mayor a la que les gustaría, la mitad de las encuestadas tienen una visión favorable de su imagen con respecto a la altura, un porcentaje significativo no tiene una visión tan favorable.

Parte 3:

La tercera parte teniendo como base la variable de género, señala la influencia que tienen terceras personas a la hora de que los usuarios del gimnasio Titán tomen decisiones sobre su propia imagen corporal.

Tabla 23. Influencia de la familia en el género masculino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Masculino	34%	51%	15%

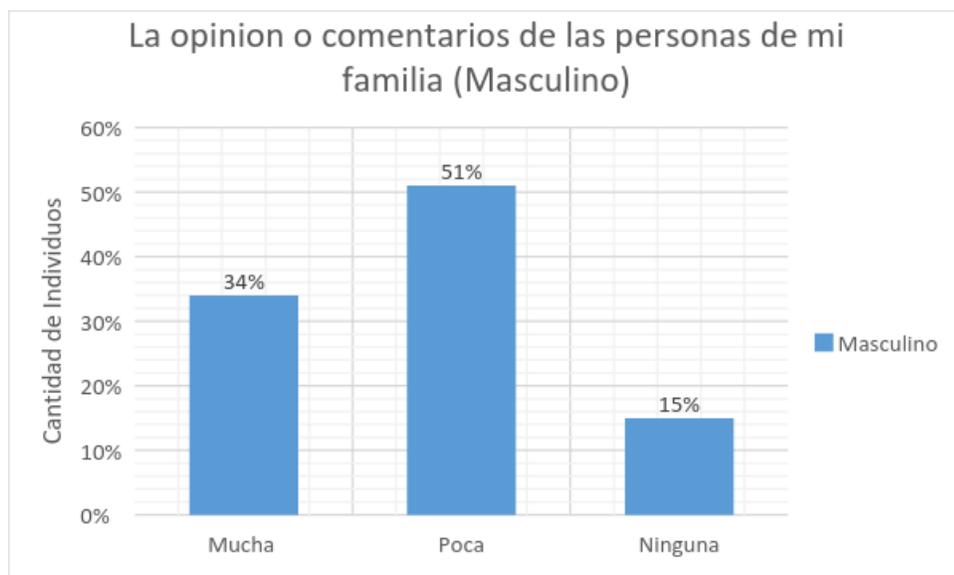


Figura 25. Influencia que tiene la familia la imagen corporal. Género masculino.

Referenciando a Casal Sonia (2005) quien habla de estereotipos como una estructura social, y colectiva que se forma en el proceso de socialización, con familiares, amigos, entorno social y demás y revisando los resultados presentados en la gráfica, se refleja la incidencia que puede tener la familia en toma de decisiones respecto a la imagen corporal de un individuo : el 51%, de los hombres encuestados opinaron que la familia tiene poca influencia, el 34% opinaron que

tienen mucha influencia y el 15% dijeron que no tienen ninguna influencia en su imagen corporal.

Tabla 24. Influencia de la familia en el género femenino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Femenino	25%	54%	21%

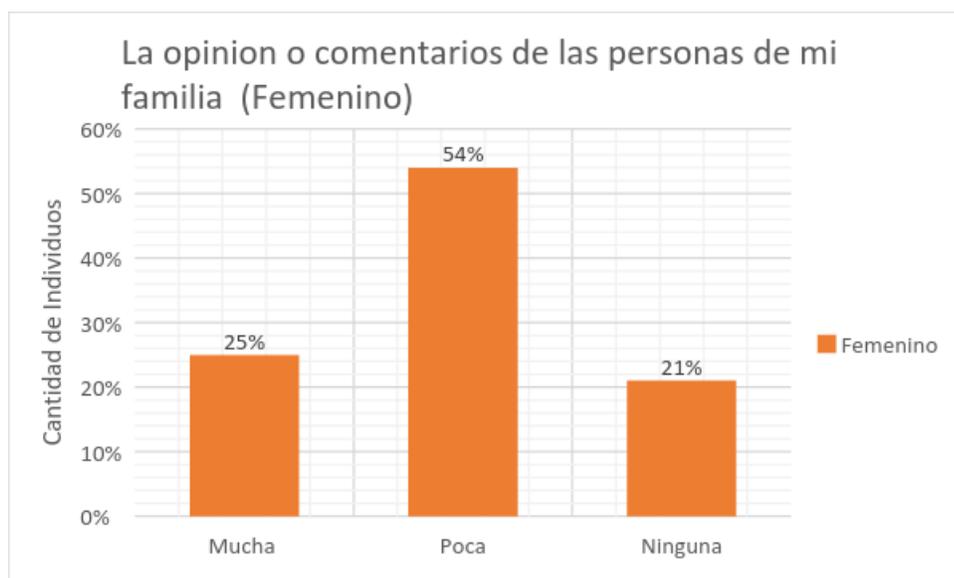


Figura 26. Influencia que tiene la familia en la imagen corporal. Género femenino.

En esta gráfica se observa que del total de encuestadas el 54% opinan que la familia tiene poca influencia en la toma de decisiones sobre su imagen corporal, 25% opinan que si tienen mucha influencia y el 21% opinan que no tienen ninguna influencia en sus decisiones en cuanto a imagen corporal. La familia hace parte de la estructura social y colectiva que ayuda a definir estereotipos según Casal Sonia (2005).

Tabla 25. Influencia de los amigos en el género masculino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Masculino	13%	57%	30%

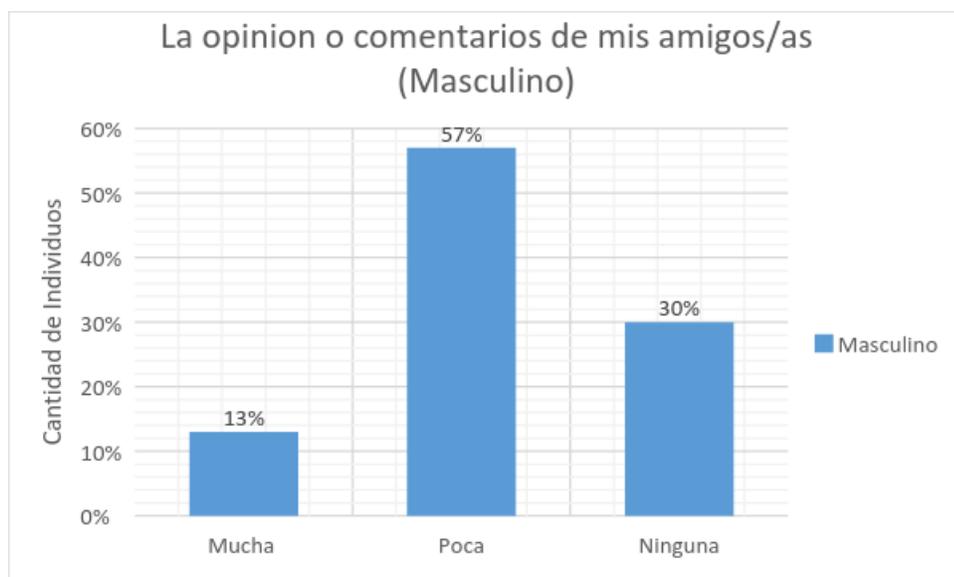


Figura 27. Influencia que tienen los amigos en la imagen corporal. Género masculino.

Continuando con el referente de Casal Sonia (2005); con relación a los amigos quienes hacen parte del proceso social del individuo, el 57% de los encuestados, opinan que los amigos tienen poca influencia en la toma de decisiones con respecto a su propia imagen corporal, el 30%, opinan que no tienen ninguna influencia en ese tipo de decisiones y; el 13% opinan que los amigos tienen gran influencia.

Tabla 26. Influencia de los amigos en el género femenino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Femenino	11%	57%	32%

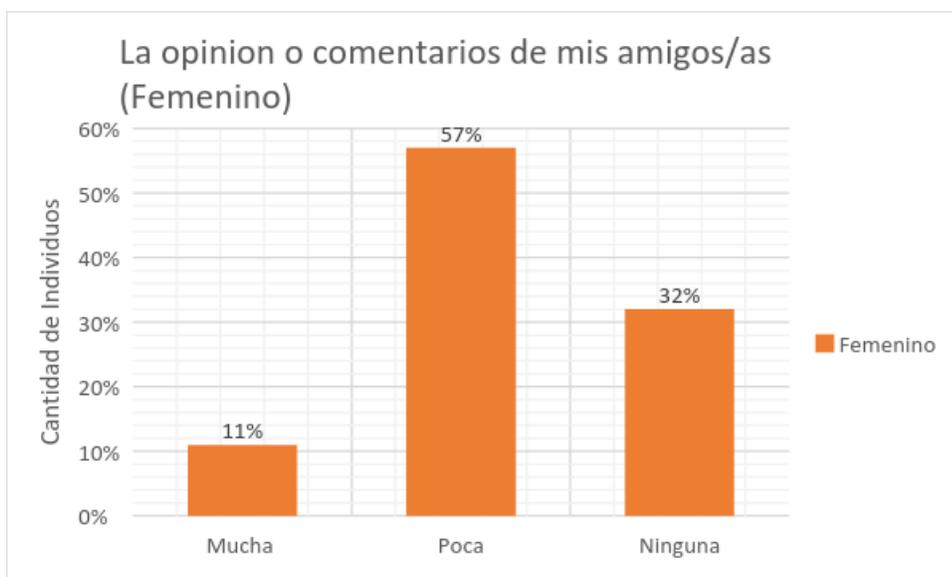


Figura 28. Influencia que tienen los amigos en la imagen corporal, Género femenino.

En el caso del género femenino, en su mayoría un 57% opinan que los amigos tienen poca influencia a la hora de tomar decisiones con respecto a su imagen corporal; mientras un 32% opinan que no tienen ninguna influencia y el 11% opina que mucha influencia. Aquí tomamos lo expuesto por Walter Lippmann (como se citó en Pinto 2015) (1) quien dice que los estereotipos son estructuras cognitivas que facilitaban el manejo de la información proveniente del mundo exterior, y estos serán determinados por la cultura del sujeto.

Tabla 27. Influencia de los compañeros de trabajo en el género masculino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Masculino	6%	37%	57%

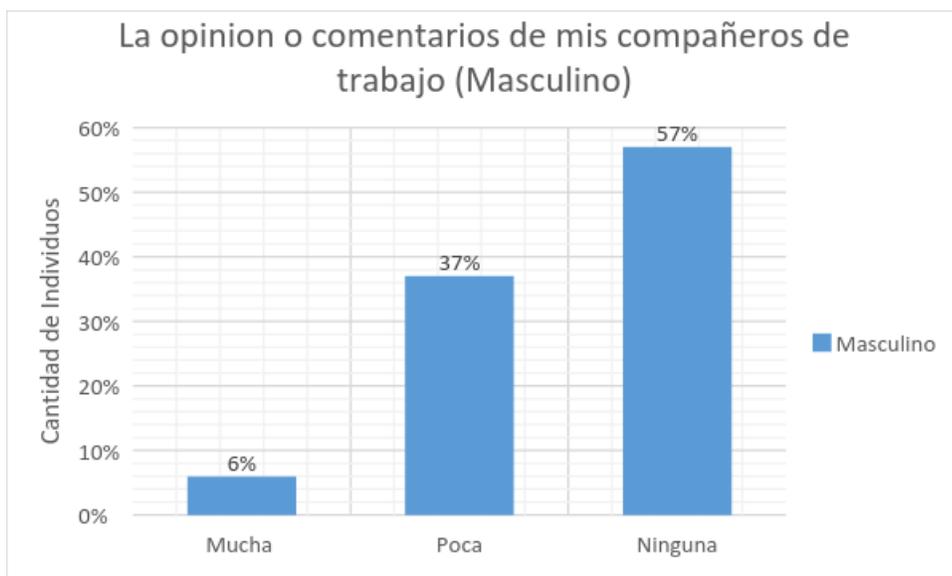


Figura 29. Opinión de compañeros de trabajo en la imagen corporal. Género masculino.

Los resultados que se observan en esta gráfica, muestran que los comentarios de compañeros de trabajo de la población objeto tienen poca influencia con relación a la toma de decisiones en aspectos de la imagen corporal. Un 57% seleccionó la opción “ninguna” influencia, un 37% seleccionó poca influencia y solamente el 6% señaló mucha influencia.

Tabla 28. Influencia de los compañeros de trabajo en el género femenino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Femenino	7%	32%	61%

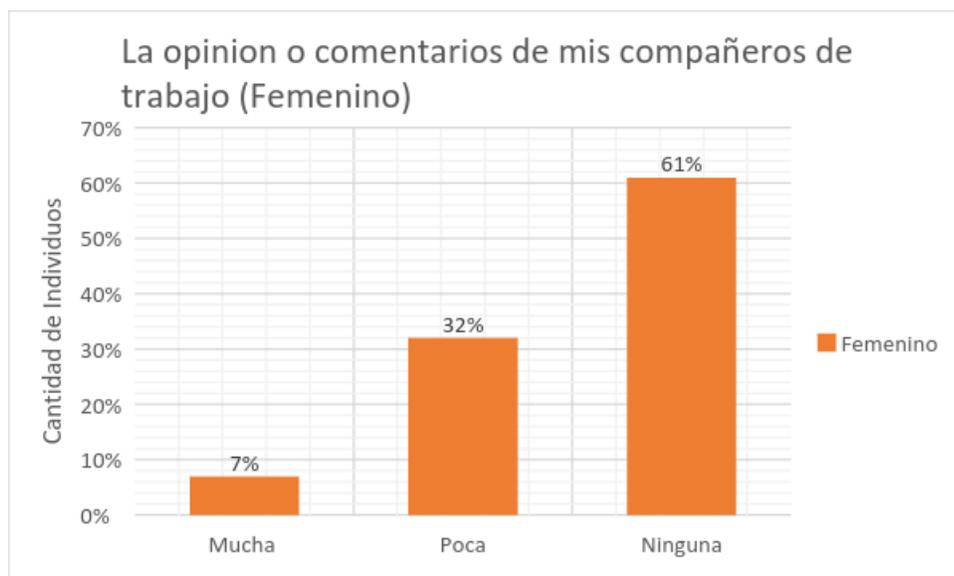


Figura 30. Opinión de los compañeros de trabajo en la imagen corporal. Género femenino.

Quin incoan (1997:139-141) dice que el estereotipo social presenta conceptos compartidos por grupos acerca de otros. De ahí que, al observar los resultados, las opiniones de los compañeros de trabajo de los encuestados, en un 61% no tienen ninguna influencia a la hora de tomar decisiones sobre la imagen corporal de los usuarios del gimnasio Titán, un 32% tienen poca influencia y un 7% tienen mucha influencia.

Tabla 29. Influencia de los especialistas en el género masculino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Masculino	43%	40%	17%

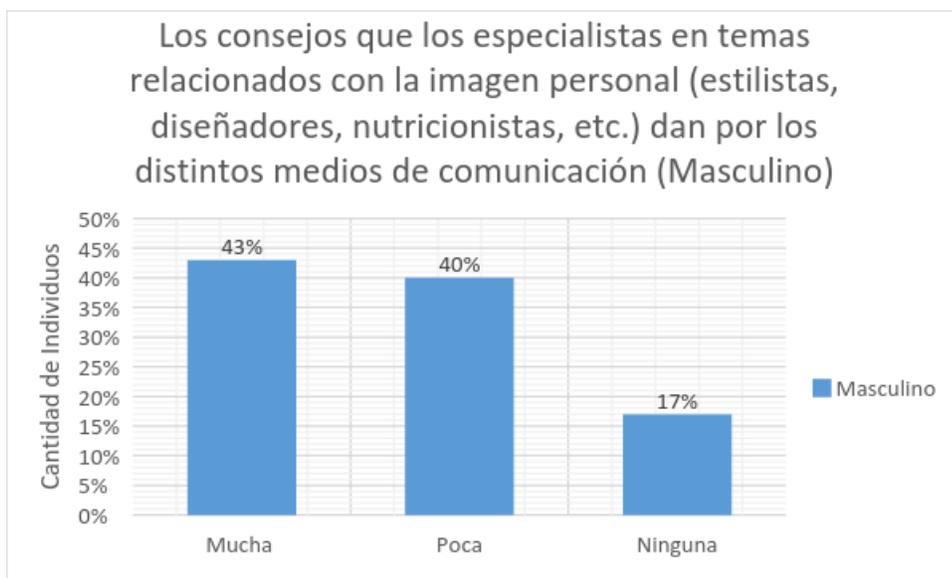


Figura 31. Influencia que tienen los especialistas en la imagen personal. Género masculino.

Perez-gauli (2000, 18) en su cita, quien habla de cómo la imagen humana se muestra en los medios, sobre todo en la publicidad, siempre de la misma forma, lo que ayuda a que la sociedad identifique ese patrón como el ideal, se puede observar que de acuerdo a los resultados mostrados en la gráfica,, donde un 43% señala que los consejos de los especialistas en el tema tienen mucha influencia; el 40% señala que tienen poca influencia y el 17% señala que tienen poca influencia, en la toma de decisiones con respecto a su imagen corporal, se puede decir que el concepto planteado está relacionado con los resultados obtenidos; la publicidad tiene bastante influencia a la hora de tomar decisiones acerca de la imagen corporal.

Tabla 30. Influencia de los especialistas en el género femenino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Femenino	60%	36%	4%

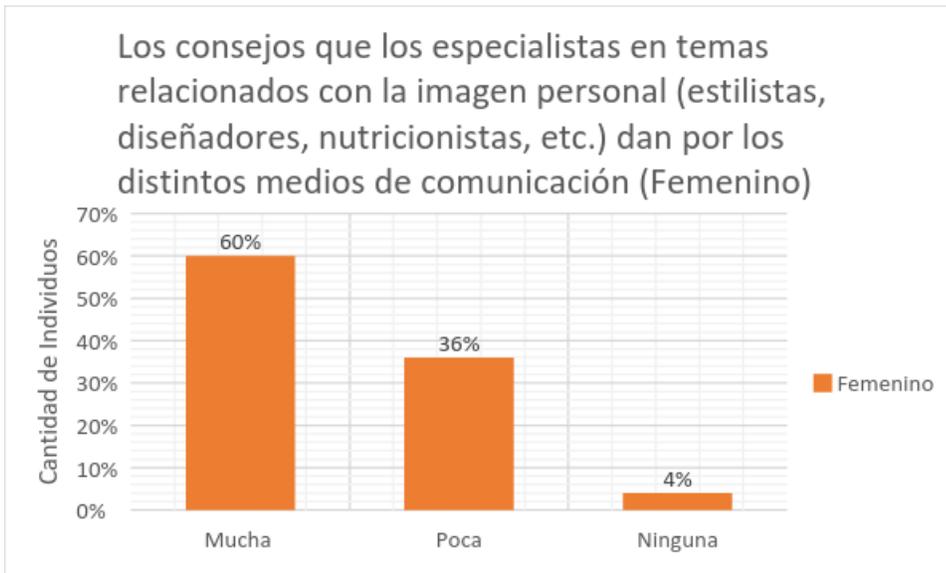


Figura 32. Influencia que tienen los especialistas en la imagen personal. Género femenino.

De acuerdo a la gráfica, el 60% de encuestadas indicaron que los consejos de los especialistas que dan por diferentes medios de comunicación tienen mucha influencia a la hora de tomar decisiones sobre su imagen corporal, mientras que un 36% indicaron que tiene poca influencia en el tema y solamente el 4% indicó que no tienen ninguna influencia. Retomando a Walter Lippmann en sus citas, se puede decir que las encuestadas en un número significativo están determinando estereotipos de acuerdo a su cultura, ya que, según el autor, “los estereotipos son estructuras cognitivas que facilitaban el manejo de la información proveniente del mundo exterior, y estos serán determinados por la cultura del sujeto’.

Tabla 31. Influencia de los modelos o personas pública en el género masculino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Masculino	4%	56%	40%

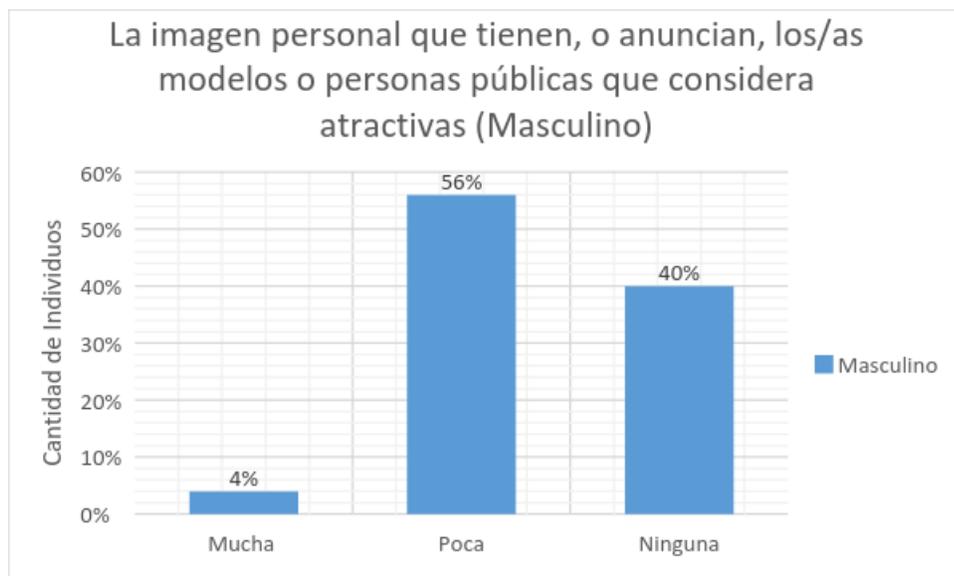


Figura 33. Influencia de modelos o personas públicas en la imagen personal. Género masculino.

En los resultados de este enunciado y tomando a Viviana Olivera y Juan Parra (2014) quienes hacen referencia a que los modelos presentados en los medios publicitarios se hacen deseables de imitarse, de acuerdo al género masculino lo es, aunque con una influencia no tan alta; así el ítem de mucha influencia solo abarca el 4% de los encuestados, el 56% seleccionó el ítem de poca influencia y el 40% dijo que ninguna influencia.

Tabla 32. Influencia de los modelos o personas pública en el género femenino

Genero	Mucha	Poca	Ninguna
Femenino	18%	39%	43%

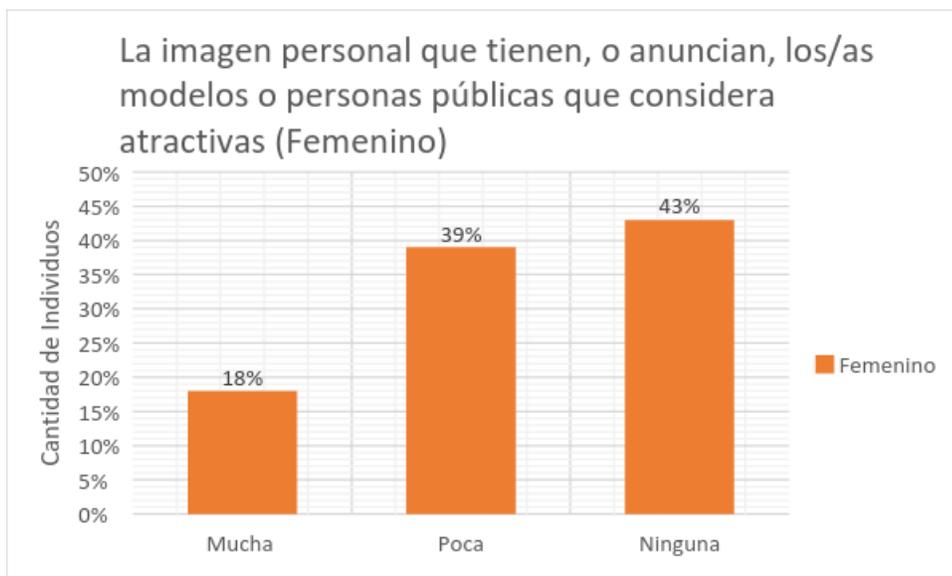


Figura 34. Influencia de los modelos o personas pública en el género femenino

En ésta gráfica se muestra el nivel de influencia que tienen los modelos o personas públicas en la toma de decisiones sobre la imagen personal de la población objeto, donde el 43 % señalan que no tienen ninguna influencia, el 39% señalan que tienen poca influencia y el 18% indican que tiene mucha influencia, siendo más del 50% que se relacionan con lo expuesto por Viviane Olivera y Juan Parra (2014) cuando hacen referencia a la influencia que aunque no es exagerada, pero que sí la tienen los modelos mostrados por medios publicitarios.

Parte 4:

La siguiente parte utilizando la variable de género, indica si los usuarios del gimnasio Titán realizan o han realizado dietas con relación a su imagen corporal.

Tabla 33. Dietas para engordar en el género masculino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Masculino	45%	13%	42%

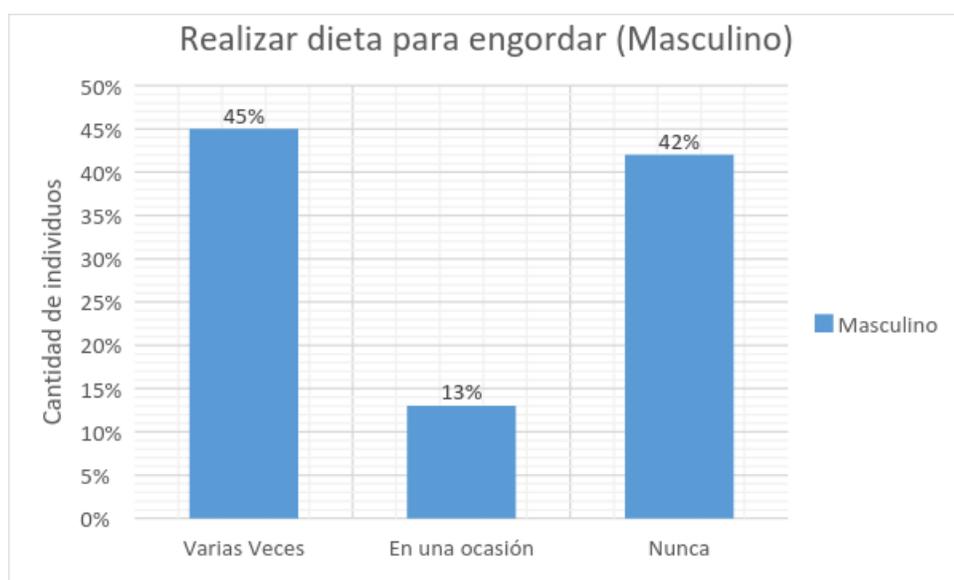


Figura 35. Dietas para engordar. Género masculino.

Con respecto a la realización de algún tipo de dieta de los usuarios del gimnasio Titán con relación a su imagen corporal, retomando a Cash, Pruzinky y Thompson en su definición de la imagen corporal, describiendo que es la precisión con que se percibe el tamaño el peso y la forma del cuerpo y de ese modo dar puntos de vista ya sean favorables o desfavorables del mismo, los resultados obtenidos a la pregunta si realiza dieta para engordar, un 45% respondió que lo hecho varias veces, un 42% nunca y un 15% en alguna ocasión.

Tabla 34. Dieta para engordar en el género femenino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Femenino	14%	14%	72%

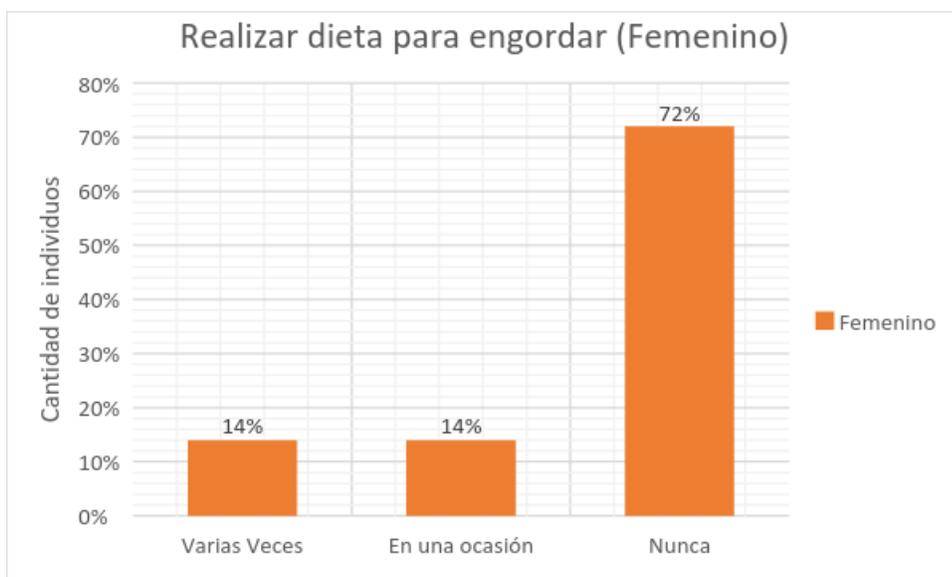


Figura 36. Dietas para engordar. Género femenino.

Los resultados obtenidos de acuerdo al interrogante realizado al género femenino de si hacen dieta para engordar, la gran mayoría es decir un 72% señalaron que nunca han realizado ejercicio con este fin, el 14% señaló que en alguna ocasión y otro 14% varias veces.

Tabla 35. Dieta para adelgazar en el género masculino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Masculino	13%	19%	68%

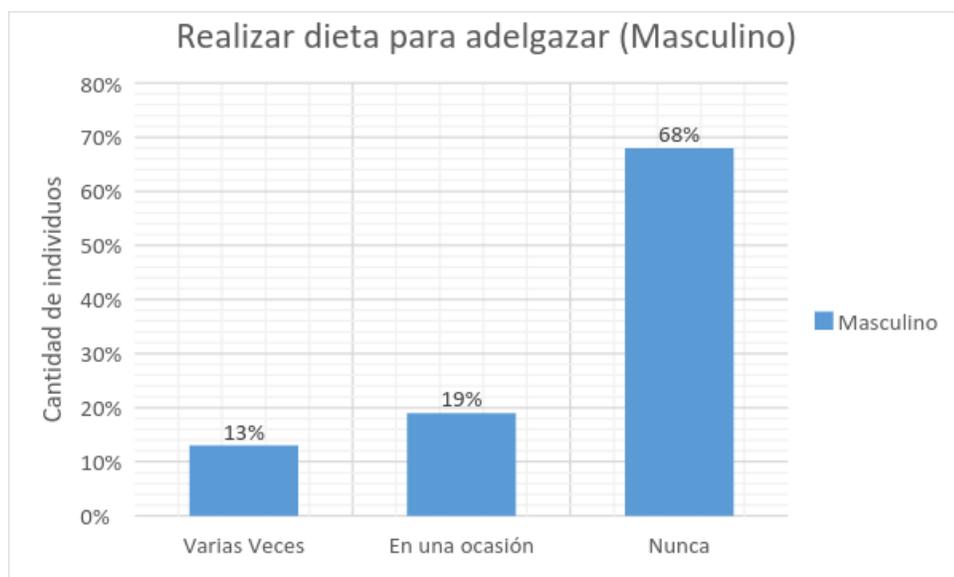


Figura 37. Realización de dietas para adelgazar. Género masculino

En un análisis de las respuestas señaladas con respecto a la realización de dietas con el fin de adelgazar, se encontró que la gran mayoría, es decir un 68% contestó que nunca la ha realizado, el 19% seleccionó en alguna ocasión y un 13% señaló “varias veces”. Teniendo en cuenta lo señalado por Walter Lippmann cuando habla de estereotipos refiriéndose a estructuras cognitivas que facilitaban el manejo de la información proveniente del mundo exterior, y estos serán determinados por la cultura del sujeto, en este caso se podría decir que en este caso la cultura en que se encuentra la población masculina, no está muy interesada en verse delgados, por lo tanto, pocos son los que realizan dietas para adelgazar.

Tabla 36. Dieta para adelgazar en el género femenino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Femenino	29%	29%	42%

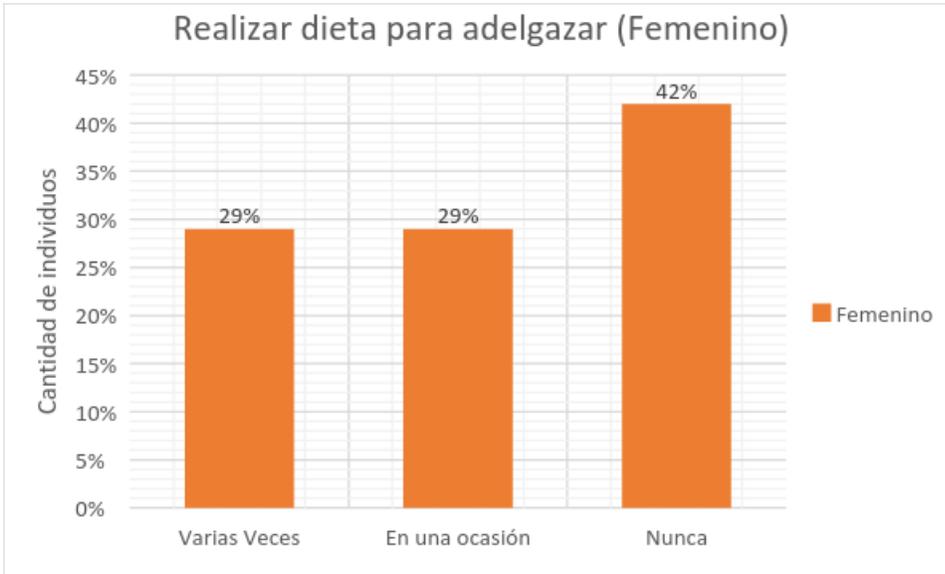


Figura 38. Realización de dietas para adelgazar. Género Femenino

Continuando con el enunciado si ha realizado dietas para adelgazar, el género femenino encuestado, señaló en un 42% que nunca, el 29% alguna vez y otro 29% varias veces. No hay mayor diferencia entre los resultados de cada uno de los ítems, hay una constante entre quienes realizaron dietas para adelgazar en una ocasión o en más de una ocasión, retomando lo dicho por Lippmann con respecto a la cultura del sujeto que determina estereotipos, se observa que aunque también un gran porcentaje no realiza dietas para adelgazar, un poco más de la mitad si lo han hecho lo que conlleva a pensar que el género femenino en su cultura si está con propósitos de verse delgadas.

Tabla 37. Dieta obligada en el género masculino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Masculino	9%	9%	82%

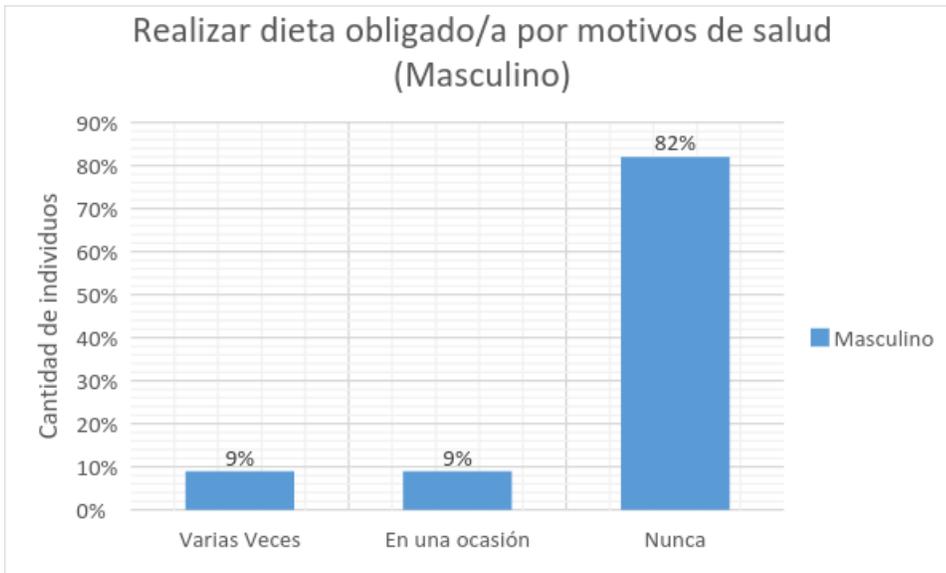


Figura 39. Dietas obligadas por motivos de salud. Género masculino

Otro factor por el cual los individuos suelen hacer dietas es por motivos de salud, de acuerdo a ciertas situaciones, los médicos tratantes les solicitan a sus pacientes realizar determinados ejercicios con la in de mejorar su salud. De acuerdo a la gráfica, los encuestados pertenecientes al género masculino en su gran mayoría un 82% señalaron que nunca han realizado dieta obligados por motivos de salud; un 9% una vez y otro 9% varias veces; de acuerdo a los resultados, se puede establecer que quienes asisten al gimnasio Titán no necesariamente lo hacen por motivos de salud ya que la gran mayoría señala que nunca hacen dieta por salud

Tabla 38. Dieta obligada para el género femenino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Femenino	18%	25%	57%

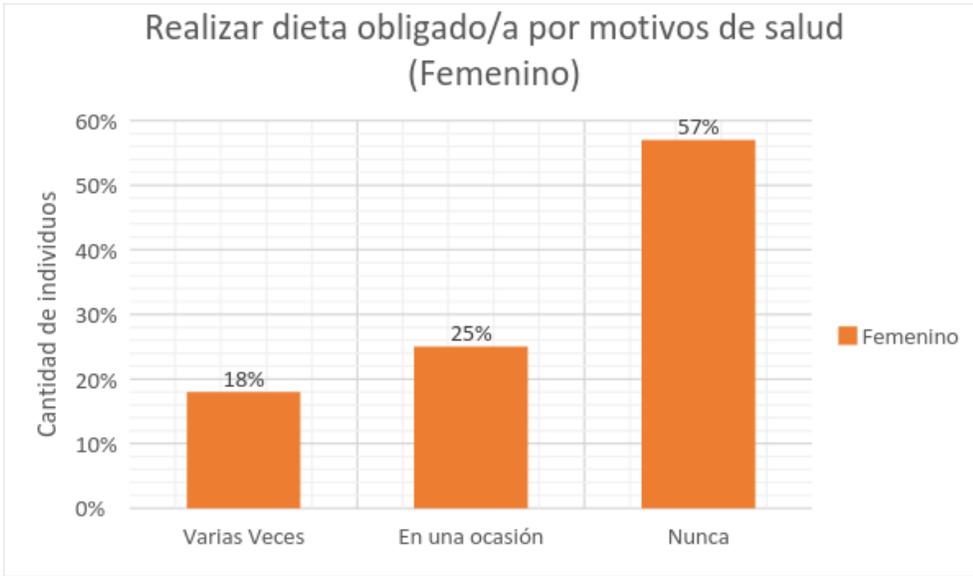


Figura 40. Dietas obligadas por motivos de salud. Género femenino

Con respecto al género femenino, y en comparación con los resultados obtenido en este enunciado por el género masculino, se puede establecer que aunque son más las personas que señalaron nunca haber realizado dietas obligadas por salud, donde éste en ítem el 57% de las encuestadas indicaron que nunca han tenido que realizar una dieta por salud, sin embargo el 25% indicó que las ha realizado en una ocasión y el 18% en varias ocasiones, lo que conlleva a un porcentaje no muy lejano del porcentaje que indicó nunca haber realizado por este motivo una dieta.

Tabla 39. Dieta por estética en el género masculino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Masculino	28%	28%	44%

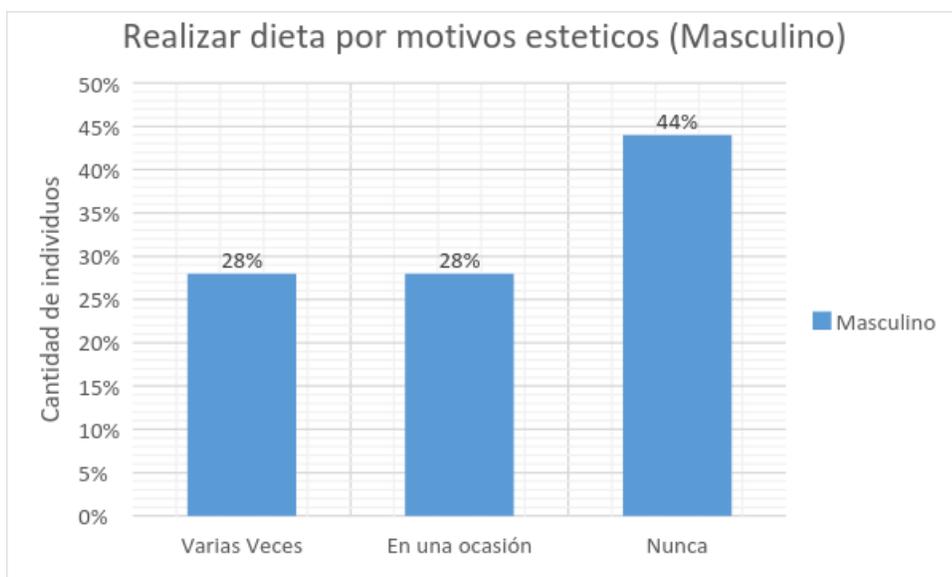


Figura 41. Dietas por motivos estéticos. Género masculino

Con los resultados que se ven en la gráfica donde se continúa con preguntas respecto a la realización de dietas, en este caso con motivos estéticos; y tomando la cita Raichs, y Guimon (Salaberria, 2012) donde mencionan que la imagen corporal es cada representación que los seres humanos construyen en sus mentes respecto a las vivencias que se tienen desde su propio cuerpo, siendo las dietas una forma de buscar mejorar la imagen, en el caso de los asistentes al gimnasio Titán , género masculino, señalaron un 44% que nunca han realizado una dieta por motivos estéticos, sin embargo se contrarresta con un 56% que en una ocasión o varias veces han realizado con fines estéticos alguna dieta.

Tabla 40. Dieta por estética en el género femenino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Femenino	32%	22%	46%

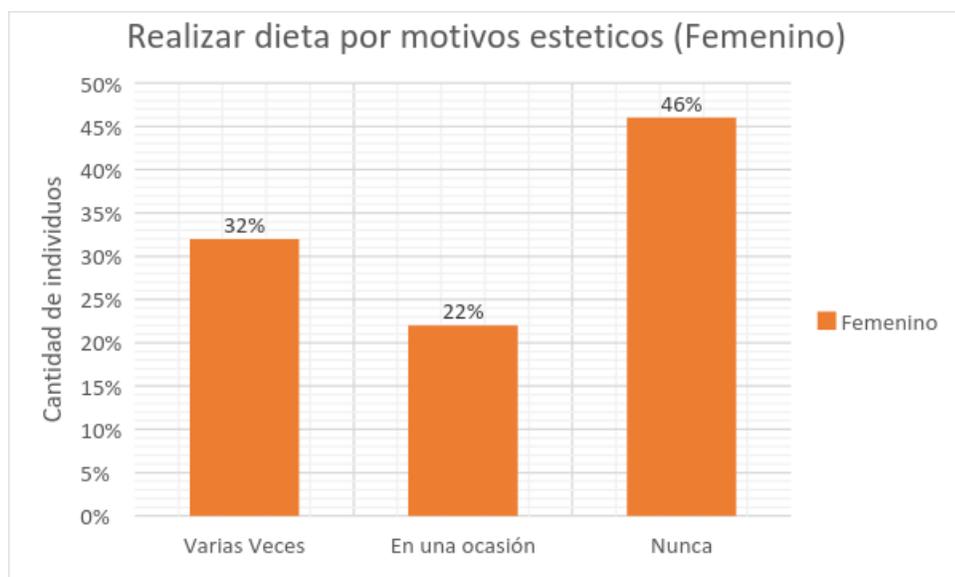


Figura 42. Dietas por motivos estéticos. Género femenino

Siguiendo el mismo enunciado, esta vez con respecto a lo señalado por la población encuestada que corresponde al género femenino, el mayor porcentaje un 46% que, aunque no supera la mitad, es significativo, indicó que nunca han realizado dietas con fines estéticos, mientras un 32% respondió que varias veces han realizado dietas con los fines referenciados y un 22% indicaron que en una ocasión o una sola vez la realizaron. Los resultados son muy similares a los obtenidos en la encuesta aplicada al género masculino.

Tabla 41. Dieta con control médico en el género masculino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Masculino	15%	15%	70%

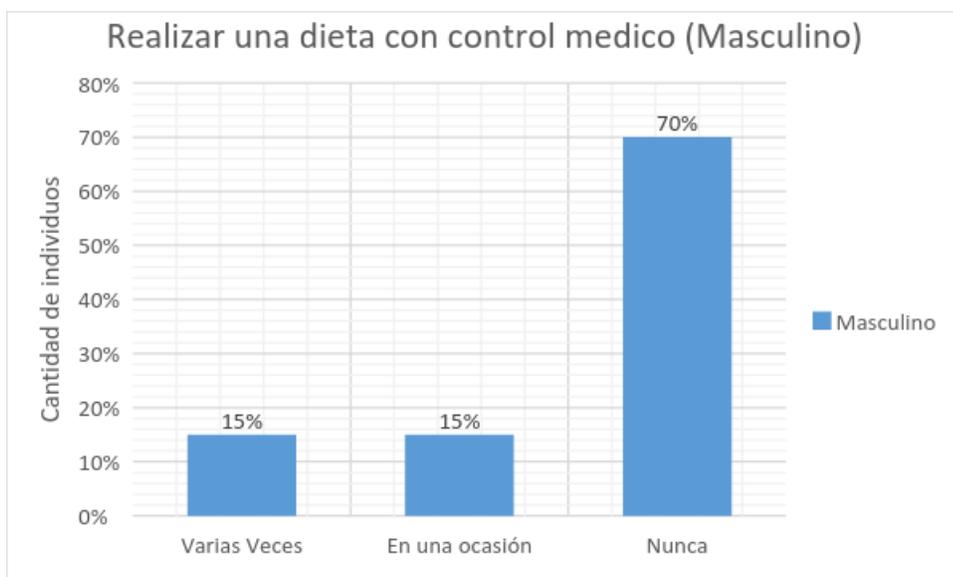


Figura 43. Dietas con control médico. Género masculino

Al enunciado donde se les solicita indicar si a lo largo de su vida han realizado algún tipo de dieta, en este caso, con control médico, se puede observar que en un 70%, el género masculino nunca ha realizado dietas con este control, el 15% lo han realizado dietas con control varias veces y otro 15% las han realizado una vez con control médico.

Tabla 42. Dieta con control médico en el género femenino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Femenino	18%	29%	53%

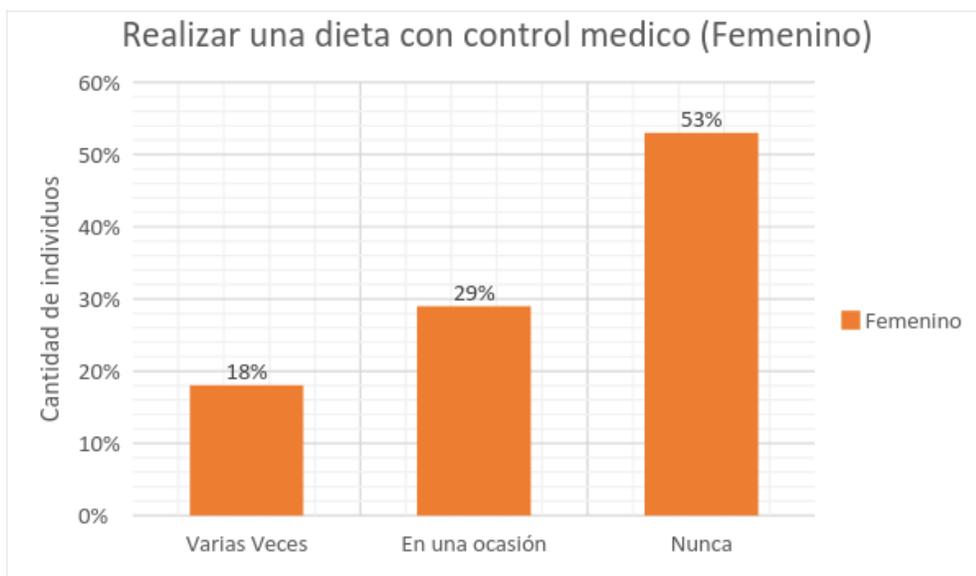


Figura 44. Dietas con control médico. Género femenino

En comparación con los resultados obtenidos en el mismo enunciado con el género masculino, se encuentra similitud. De igual manera, aunque no en igualdad de porcentajes, las mujeres usuarias del gimnasio Titán señalaron que nunca han realizado dietas con control médico en un 53%; mientras un 29% señalaron que en una ocasión y el 18% varias veces. Se puede establecer que tanto hombres como mujeres con un porcentaje mayor a la mitad de encuestados no suelen realizar dietas bajo control médico.

Tabla 43. Dieta sin control médico en el género femenino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Masculino	21%	32%	47%

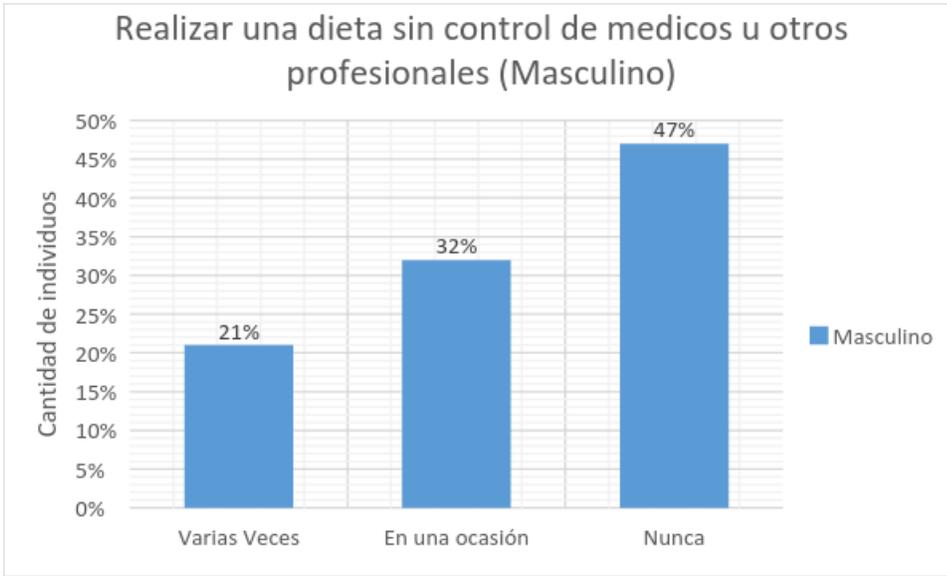


Figura 45. Dietas sin control médico u otros profesionales. Géneros masculinos.

Al enunciado donde se solicita indicar si a lo largo de su vida han realizado dietas sin control médico u otros profesionales; el nivel de encuestados más alto se encuentra en el ítem “nunca” con un 47%, sin embargo, no supera la mitad la cual está distribuida en un 32% con quienes señalaron la opción “en una ocasión” y el 21% que señalaron la opción “varias veces”. Si se analiza los resultados del género masculino con respecto a la realización de dietas, con algún motivo, se puede establecer que, en la mayoría de aspectos, el nivel más alto de respuesta se encuentra en la variable “nunca”, han realizado dietas. Lo cual puede significar que los hombres usuarios del gimnasio el Titán son apáticos a la realización de dietas en un alto número.

Tabla 44. Dieta sin control médico en el género femenino

Genero	Varias Veces	En una ocasión	Nunca
Femenino	11%	25%	64%

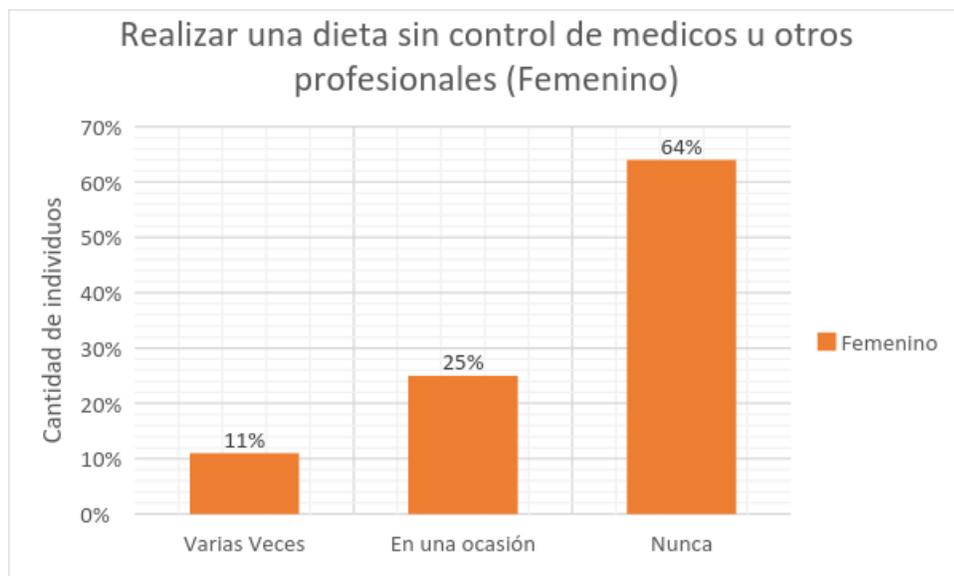


Figura 46. Dietas sin control médico o de profesionales. Género femenino.

De acuerdo a la gráfica, y según las variables propuestas al enunciado si a lo largo de su vida ha realizado dieta sin control médico u otros profesionales, la muestra perteneciente al género femenino, en un 64% indicó “nunca”, siendo este el nivel más alto, seguido de un 25% que señaló “en una ocasión” y con el nivel más bajo la variable “varias veces”. Es de resaltar que en la mayoría de gráficas que hacen alusión a la realización de dietas del género femenino el nivel más alto se encuentra la variable “nunca” sin embargo no siempre supera el 50% de las encuestadas. Por lo que se puede decir que en muchos casos las mujeres si han realizado dietas con algún motivo.

Parte 5:

Estas gráficas dan a conocer si los usuarios del gimnasio Titán han realizado, realizan o pensarían realizar alguna práctica con relación al deporte que afecte su imagen corporal.

Tabla 45. Dieta en el género masculino

Genero	Con mucha frecuencia	Bastantes veces	Ocasionalmente	Nunca
Masculino	21%	11%	47%	21%

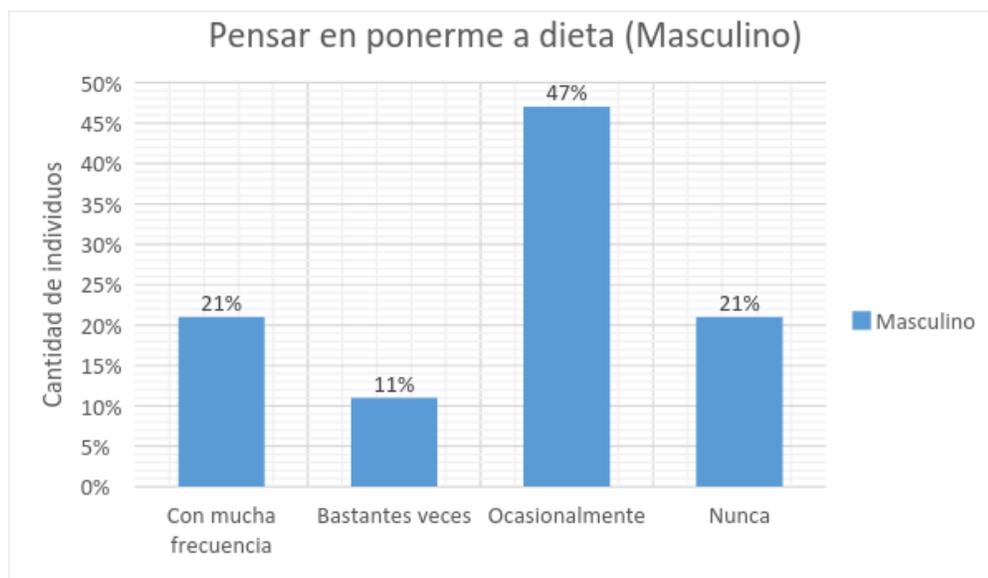


Figura 47. Ha pensado en ponerse a dieta. Género masculino.

Viviane olivera y Juan parra (2014) donde se refieren a la influencia que tienen los medios de comunicación en la imagen corporal, refiriéndose a estereotipos que se suelen imitar como hombres con cuerpos atléticos y musculosos y en las mujeres con mayores índices a ser delgadas, lo cual conlleva a que los individuos realicen prácticas con el fin de conseguir el estereotipo que más les llame la atención. Al revisar los resultados obtenidos en el ítem de realización de dieta, en el género masculino se encontró que un 47% hace dieta ocasionalmente, un 21% con mucha

frecuencia, en igualdad a un 21% que indicó nunca, y un 11% que indicó la variable bastantes veces; siendo evidente que con el fin de mejorar la imagen corporal ellos han realizado o han pensado realizar en algún momento una dieta. Que de alguna manera afecta su imagen corporal.

Tabla 46. Dieta en el género femenino

Genero	Con mucha frecuencia	Bastantes veces	Ocasionalment e	Nunca
Femenino	21%	19%	39%	21%

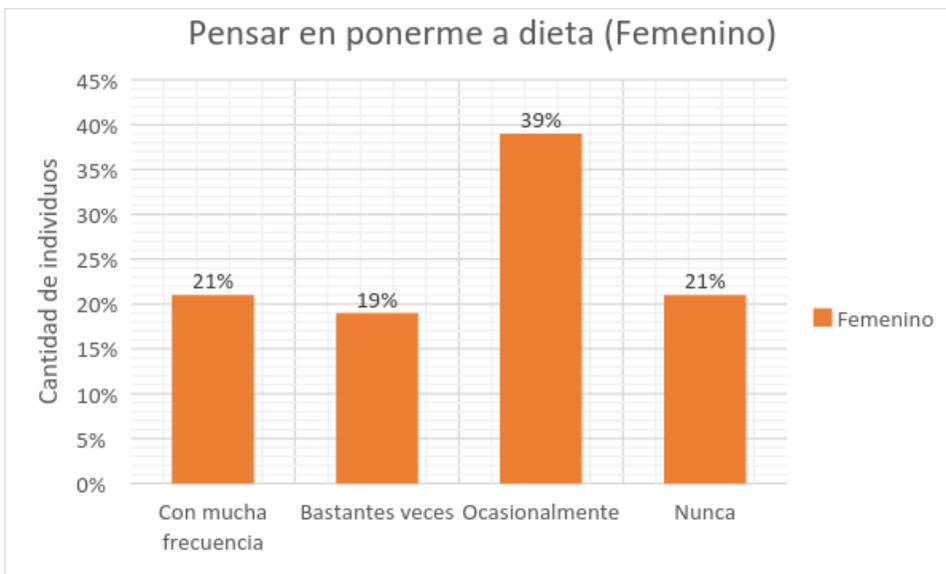


Figura 48. Ha pensado en ponerse a dieta. Género femenino.

De acuerdo a la gráfica, se encuentra cierta similitud con los datos obtenidos en la gráfica correspondiente al género masculino. El nivel más alto se encuentra en un 39% ubicado en el ítem ocasionalmente, seguido en igualdad de porcentajes (21%) en los ítems con mucha frecuencia y nunca; finalmente el nivel más bajo se ve el ítem bastantes veces. De ahí y teniendo en cuenta lo expuesto por Olivera y Parra, el género femenino ha pensado en realizar en algún momento una dieta buscando una imagen corporal más delgada que es un estereotipo que suele imitarse.

Tabla 47. Productos dietéticos en el género masculino

Genero	Con mucha frecuencia	Bastantes veces	Ocasionalmente	Nunca
Masculino	6%	20%	40%	34%

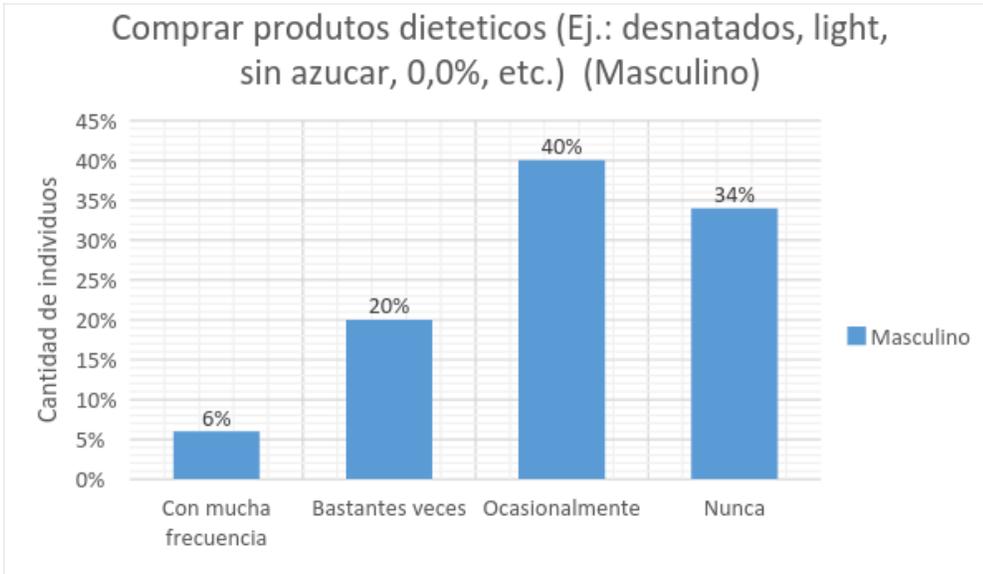


Figura 49. Compra de productos dietéticos. Género masculino

En esta gráfica se puede observar que el 40% de los encuestados indicaron que ocasionalmente han realizado, realizan o han pensado realizar compras de productos dietéticos, siendo este el nivel más alto, el 34% seleccionaron “nunca”, mientras que un 20% indicaron la variable “bastantes veces” y un 6% con mucha frecuencia. De ahí que se puede decir que más del 50% han realizado o tenido la intención de comprar productos dietéticos con el fin de mejorar su imagen corporal. Continuando con lo expuesto por Viviane olivera y Juan parra (2014), buscando parecerse a los estereotipos de hombres musculosos y atléticos.

Tabla 48. Productos dietéticos en el género femenino

Genero	Con mucha frecuencia	Bastantes veces	Ocasionalmente	Nunca
Femenino	32%	10%	29%	29%

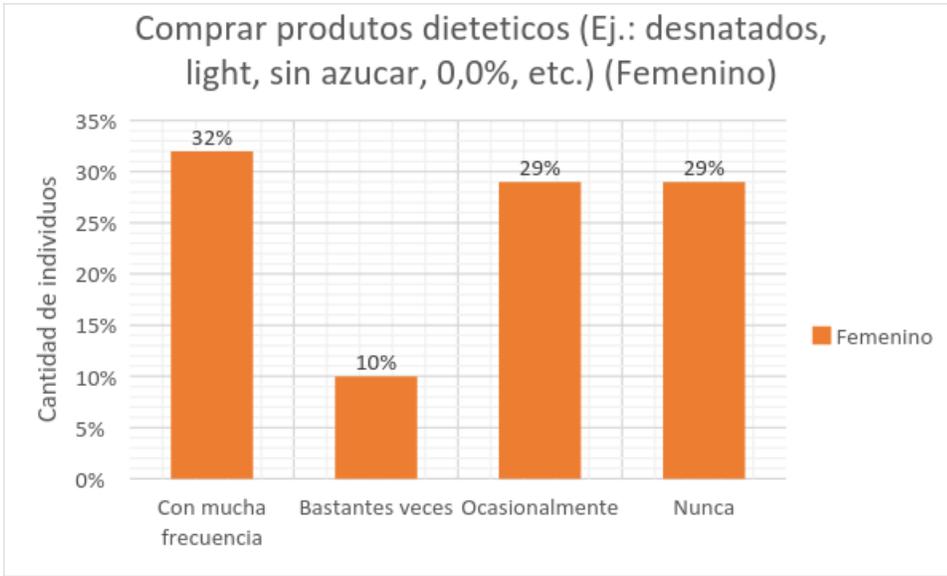


Figura 50. Compra de productos dietéticos. Género femenino.

Continuando con el interrogante si han realizado, realizan o han pensado en realizar compras de productos dietéticos, en el caso del género femenino tiene una alta variación en los ítems “con mucha frecuencia” donde se observa el más alto nivel con un 32% mientras en el género masculino fue el nivel más bajo, de igual manera el ítem Bastantes veces que en el género femenino muestra un 10%, la mitad del porcentaje mostrado en el resultado del género masculino. El 29% de encuestadas indicó que realiza este tipo de compra ocasionalmente y otro 29% nunca las realiza. De esta manera se puede decir que el género femenino tiene mayor interés en adquirir productos dietéticos que de alguna manera influyan en su imagen corporal.

Tabla 49. Depilación en el género masculino

Genero	Con mucha frecuencia	Bastantes veces	Ocasionalmente	Nunca
Masculino	45%	15%	21%	19%

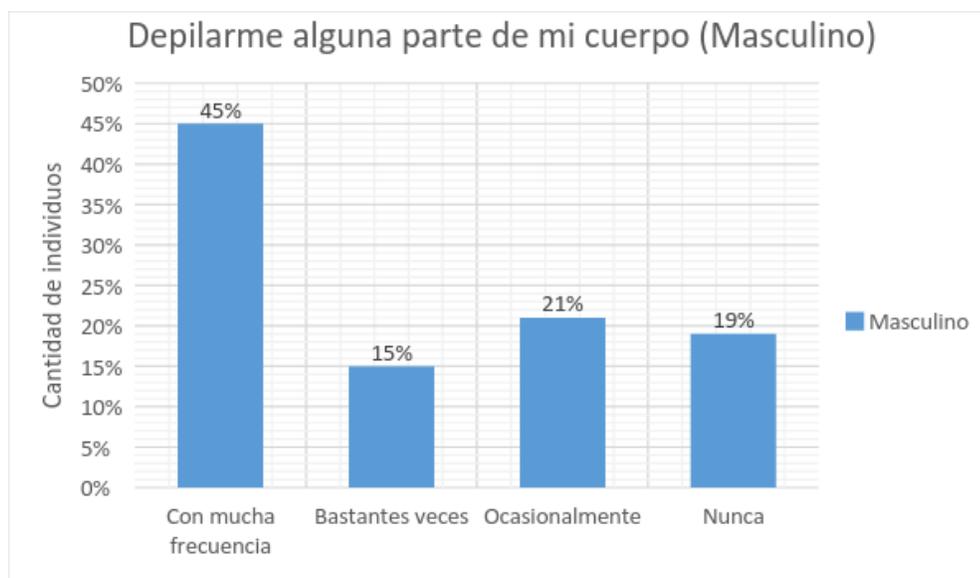


Figura 51. Depilación de alguna parte del cuerpo. Género masculino.

En esta gráfica se puede ver que los usuarios del gimnasio Titán han realizado, realizan o pensarían realizar la práctica de depilación de alguna parte de su cuerpo con mucha frecuencia en un 45%, un nivel significativo; mientras un 15% señalaron que lo hacen bastantes veces, un 21% indicó realizarlo ocasionalmente y un 19% indicó que nunca realizan han pensado en realizar este tipo de actividad para su imagen corporal.

Tabla 50. Depilación en el género femenino

Genero	Con mucha frecuencia	Bastantes veces	Ocasionalmente	Nunca
Femenino	68%	18%	7%	7%

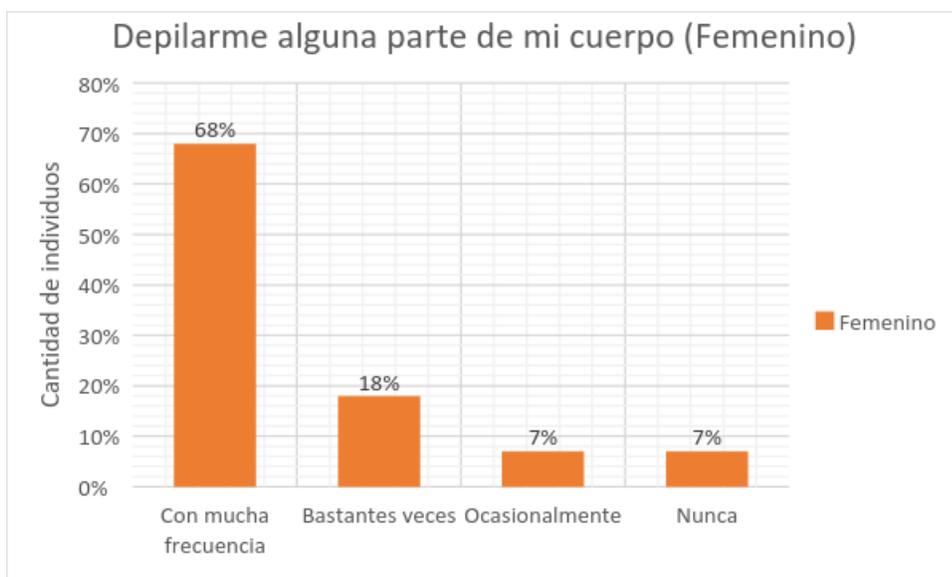


Figura 52. Depilación de alguna parte del cuerpo. Género femenino.

En cuanto al género femenino, se puede observar que aumenta al 68% las encuestadas que indicaron el haber realizado, realizar o pensar en realizar la práctica de depilación de alguna parte de su cuerpo, mientras el 18% señalaron que lo hacen ocasionalmente, un 7% señaló realizar esta actividad ocasionalmente y otro 7% indicaron que nunca. En comparación con el género masculino, las mujeres han mostrado un mayor porcentaje que realizan la actividad de depilación con el fin de mejorar su imagen corporal.

Parte 6:

El siguiente grupo de gráficas teniendo en cuenta la variable de género da a conocer si los usuarios del gimnasio Titán han hecho o piensan hacer alguna práctica no deportiva para cambiar su aspecto físico.

Tabla 51. Anabolizantes y esteroides en el género masculino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Masculino	2%	15%	26%	57%

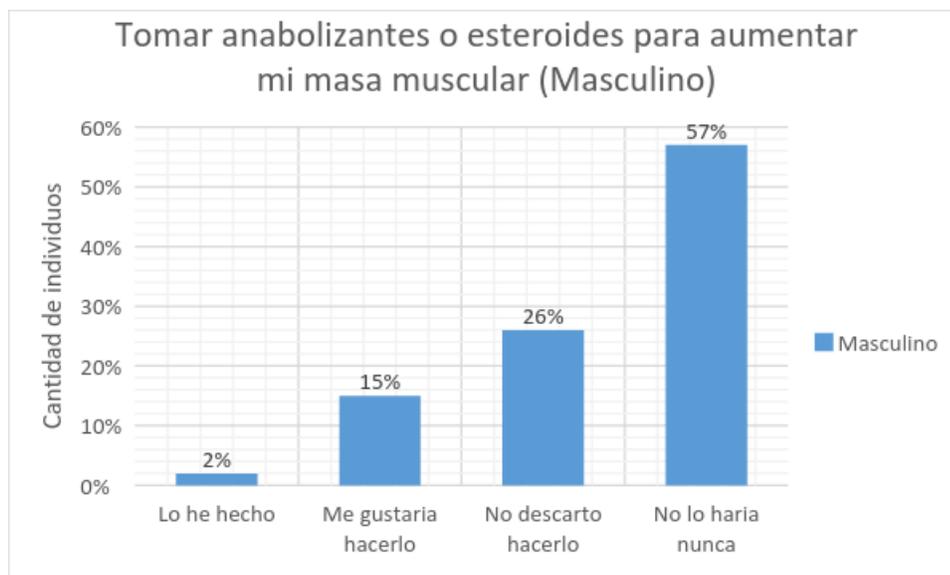


Figura 53. Anabolizantes o esteroides para aumentar la masa muscular Masculina

Según la gráfica lo que nos muestra es que para muchos hombres no han pensado realizar alguna práctica antideportiva para mejorar o cambiar su aspecto físico como tomar anabolizantes o esteroides para aumentar su masa corporal según la tabla de resultados con un 2% de muestra nos dicen que lo han hecho mientras un 15% de ellos nos dicen que le gustaría hacerlo, pero un 26%

de los encuestados nos dicen que no han descartado hacerlo dejando en visto que tal vez lo harían mientras un 57% de los hombres responden que no tomarían ningún tipo de producto para mejorar su aspecto físico.

Tabla 52. Anabolizantes y esteroides en el género femenino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Femenino	4%	7%	14%	75%

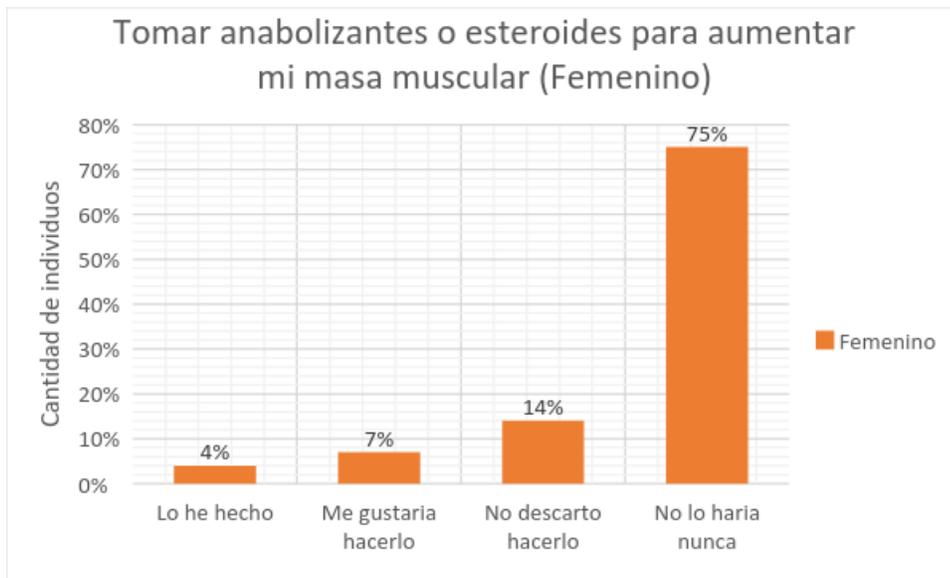


Figura 54. Anabolizantes o esteroides para aumentar la masa muscular Femenina

Según esta gráfica nos deja relevancia que para las mujeres hacer alguna práctica que no sea deportiva para mejorar su aspecto físico cómo tomar algún tipo de anabolizante no está entre sus planes mostrándonos con un 4% que lo a echo mientras un 7% le gustaría hacerlo y del mismo modo que un 14% no ha descartado hacerlo, pero un 75% de ellas dice que no lo haría nunca.

Tabla 53. Dieta alta en proteínas en el género masculino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Masculino	51%	38%	6%	5%

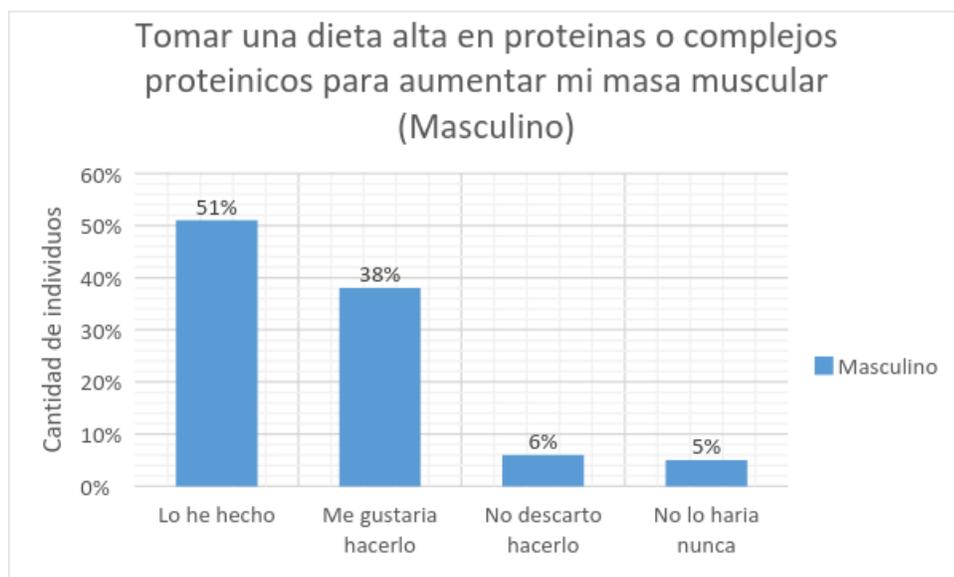


Figura 55. Dieta alta en proteínas para aumentar la masa muscular Masculina

Del mismo modo Viviane Olivera y Juan Parra (2014) hacen referencia que los medios de comunicación son los más influyentes en el momento de la imagen corporal ya que estos reflejan determinados mensajes publicitarios que se enfocan en buscar imitación en modelos que toman dietas con altos complejos proteínicos. Según se analiza para el género masculino hacer algún tipo de dieta que tenga que ver con el consumo de proteínas y ayude a mejorar o cambiar su aspecto físico nos deja ver que un 51% de los hombres ha realizado algún tipo de dieta o ha consumido algún tipo de proteína para mejorar su aspecto físico y a un 38% le gustaría hacerlo, pero un 6% de los hombres no han descartado la posibilidad de hacerlo y con un porcentaje mínimo de un 5% de los hombres no lo harían nunca.

Tabla 54. Dieta alta en proteínas en el género femenino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Femenino	36%	18%	7%	39%

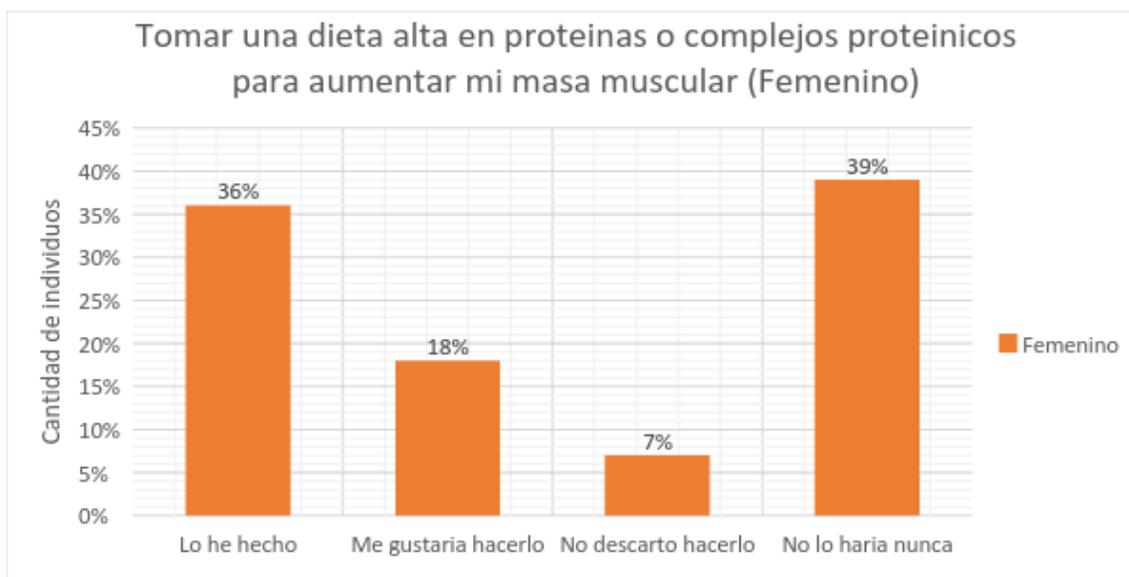


Figura 56. Dieta alta en proteínas para aumentar la masa muscular Femenina.

Por lo que se puede ver en la gráfica para las mujeres el consumir algún tipo de proteínas o complejos proteicos que ayuden a aumentar su masa muscular para mejorar su aspecto físico deja ver que con un 36% lo han hecho mientras un 18% de ellas le gustaría hacerlo para un 7% no ha descartado hacerlo y otro 39% de ellas dice que no lo haría nunca.

Tabla 55. Diuréticos en el género masculino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Masculino	21%	11%	26%	42%

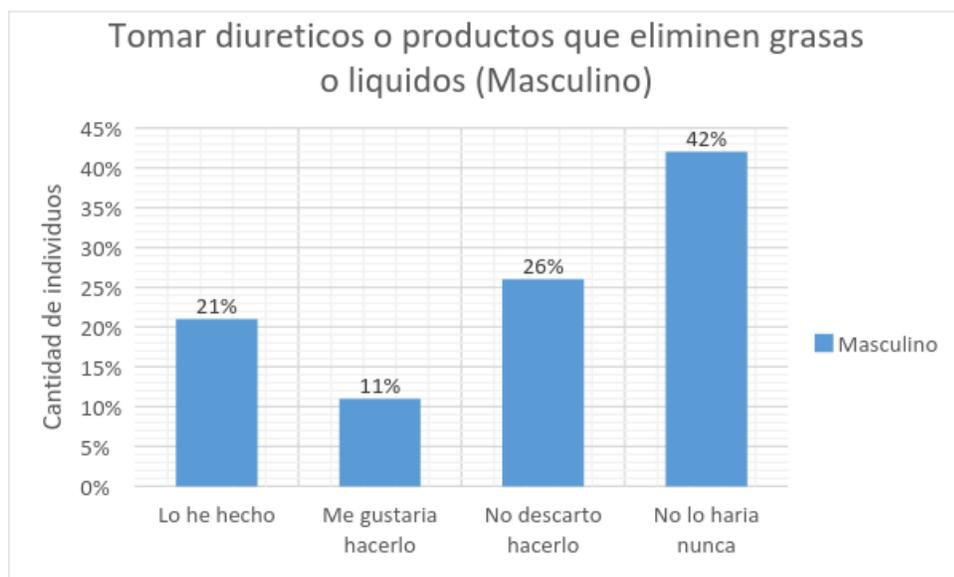


Figura 57. Tomar algún tipo de producto que elimine grasas género masculino.

La grafica nos muestra en el género masculino que el consumo de diuréticos o alguno otro tipo de producto que ayude con la eliminación de grasas o líquidos no es de vital importancia dejándonos ver que un 21% de los hombres lo a echo para otro 11% de los encuestados le gustaría llegar a hacerlo, mientras otros 26% de los hombres no ha descartado la posibilidad de llegarlo a hacer y según el mayor rango de porcentaje de los hombres nunca lo llegarían a hacer.

Tabla 56. Diuréticos en el género femenino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Femenino	32%	7%	29%	32%



Figura 58. Tomar algún tipo de producto que elimine grasas género femenino.

Según la figura 58 del género femenino el llegar a consumir algún tipo de producto que tenga que ver con el consumo de productos que le sirvan como eliminadores de grasas líquidos para mejorar su apariencia física, según las mujeres con un 32% lo a echo a otro 7% de ellas le gustaría llegar a hacerlo mientras el 29% de ellas llegado a descartar la posibilidad hacerlo, pero un 32% de mujeres dicen que no lo harían nunca sin embargo nos damos cuenta que hay un empate entre las mujeres que han llegado a consumir algún tipo de producto con las que dicen que no lo harían, llegando a la conclusión de que este género no tiene algún tipo de inclinación por realizar el consumo o no consumo de productos que le sirvan para mejorar su apariencia física.

Tabla 57. Operaciones por motivos estéticos en el género masculino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Masculino	2%	9%	6%	83%

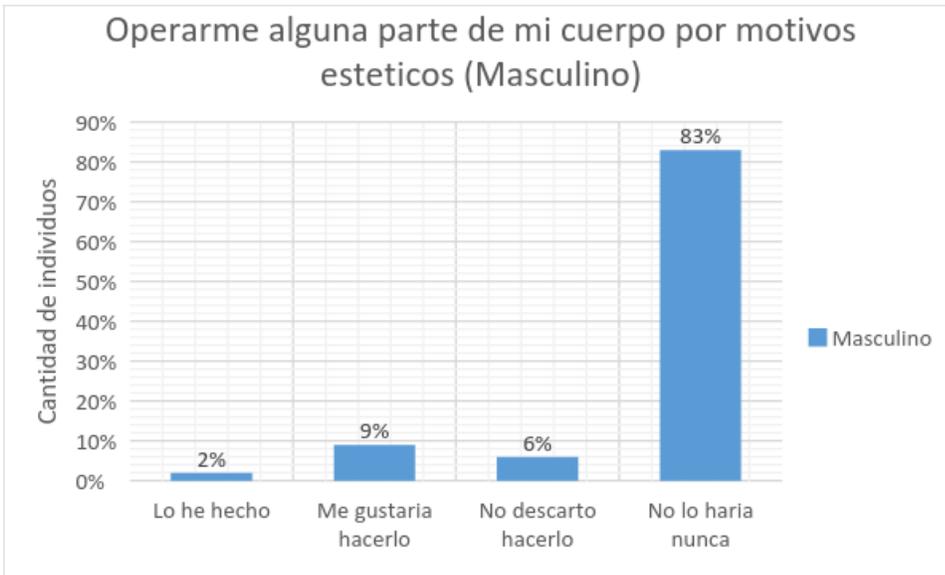


Figura 59. Llegar a operarse por motivos estéticos. Género masculino.

Según se analiza en la gráfica el género masculino no tiene grandes tendencias por llegar a realizarse algún tipo de operación para llegar a la mejoría de su aspecto físico ya que nos deja ver que según el 2% lo han hecho alguna vez, mientras otro 9% dice que le gustaría llegar a hacerlo y otros con un 6% no han descartado la posibilidad de hacerlo pero la mayor cantidad del porcentaje de hombres con un 83% nos dicen que no lo harían nunca es así como se analiza que el mayor número de hombres no muestra interés por hacerse algún tipo de operación para mejorar su apariencia física.

Tabla 58. Operaciones por motivos estéticos en el género femenino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Femenino	0%	29%	7%	64%

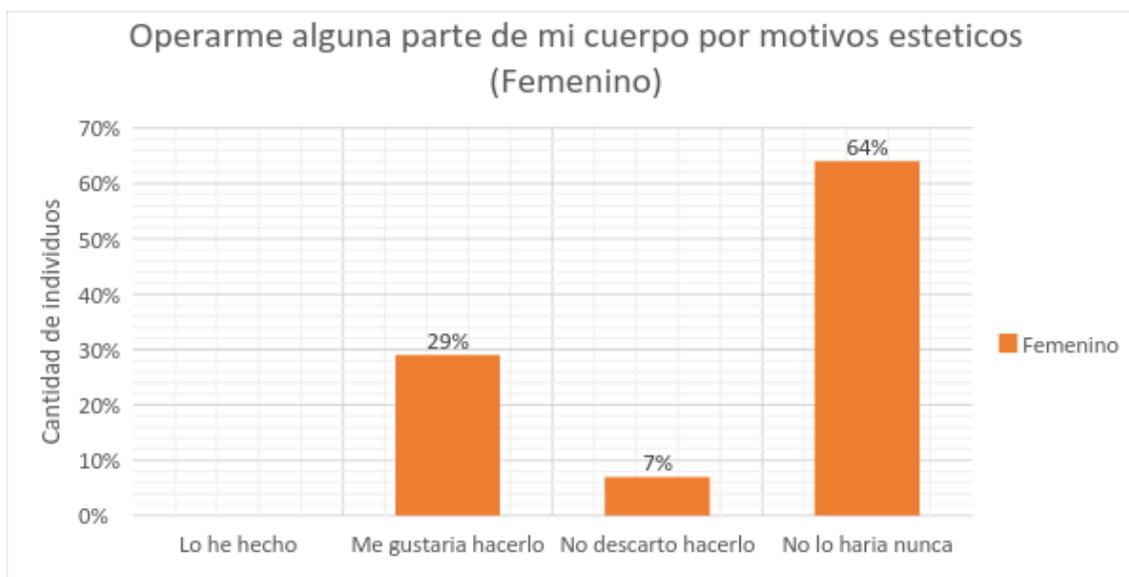


Figura 60. Llegar a operarse por motivos estéticos. Género femenino.

Según Cash, Pruzinky y Thompson (como se citó en Salaberria, 2012) dicen que en la imagen corporal se percibe el tamaño el peso y la forma del cuerpo y que de ese modo se dan puntos de vista ya sean favorables o desfavorables del mismo. Sin embargo vemos que en el gimnasio Titán ninguna de las mujeres con un 0% se han hecho algún tipo de operación estética demostrando que no han tenido una imagen desfavorable de su cuerpo, pero también observamos que con un 29% de las mujeres dicen que les gustaría llegar a hacerlo, así como otro 7% no ha descartado llegar a hacerlo, mientras con un mayor porcentaje con un 64% dicen que no lo harían nunca.

Tabla 59. Bronceado artificial en el género masculino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Masculino	0%	13%	19%	68%

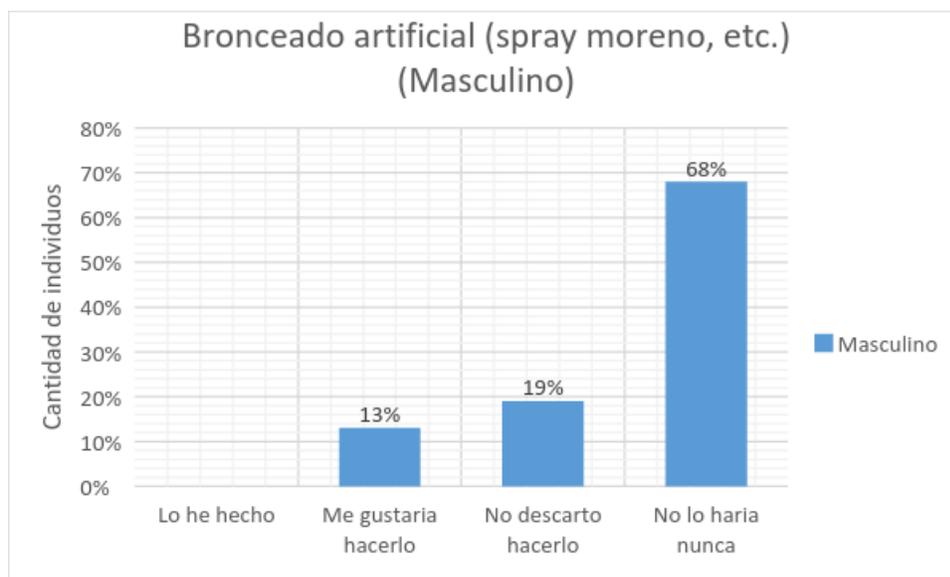


Figura 61. Realizar un bronceado artificial, (spray moreno, etc.). Género masculino.

Según Villanueva (2013) los estereotipos de belleza son una serie de características, de la imagen superficial, estilos de vida y modos de comportamiento que forman parte de alguien. En la figura número 59 donde se analiza si alguno de los hombres ha hecho del uso del bronceado artificial notamos que el 0% de este género ha tomado alguna vez este tipo de servicio o producto para mejorar o cambiar su aspecto físico mientras otro 13% dice que le gustaría hacerlo, y del mismo modo otro 19% de los hombres no descartarían la posibilidad de hacerlo, pero por otro lado un 68% de los hombres encuestados dicen que no lo harían nunca.

Tabla 60. Bronceado artificial en el género femenino

Genero	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
Femenino	11%	14%	18%	57%

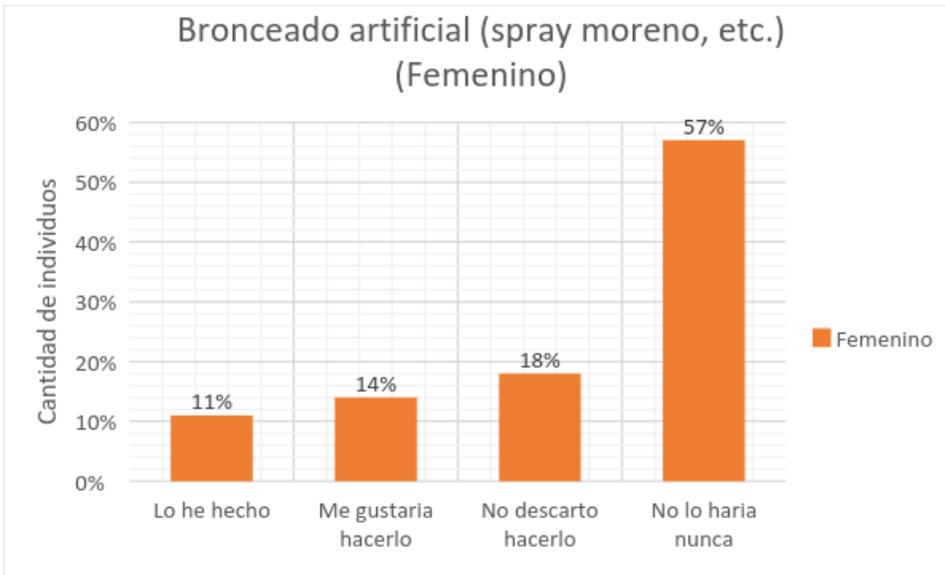


Figura 62. Realizar un bronceado artificial, (spray moreno, etc.) género femenino.

Según la figura número 62 para el género femenino el cambiar su aspecto físico realizando algún tipo de práctica no deportiva como aplicar un bronceado artificial no es de vital importancia ya que con un 11% nos dicen que alguna vez lo han hecho pero otro 14% de las mujeres dicen que les gustaría hacerlo y otro 18% de las damas no ha llegado a descartar la posibilidad de hacerlo este deja ver que un porcentaje del 32% de las mujeres a sentido la necesidad de llegar a probar este tipo de posibilidad que ayude en la mejoría de probar este tipo de producto sin embargo con un mayor porcentaje del 57% de las mujeres dicen que no lo llegarían a hacer nunca.

Parte 7:

El siguiente apartado da a conocer si los usuarios del gimnasio Titán tienen conocimiento alguno de su índice de masa corporal y qué influencia creen que tiene la imagen corporal en su vida social.

Tabla 61. Conocimiento del IMC (masculino)

Genero	Si	No
Masculino	51%	49%

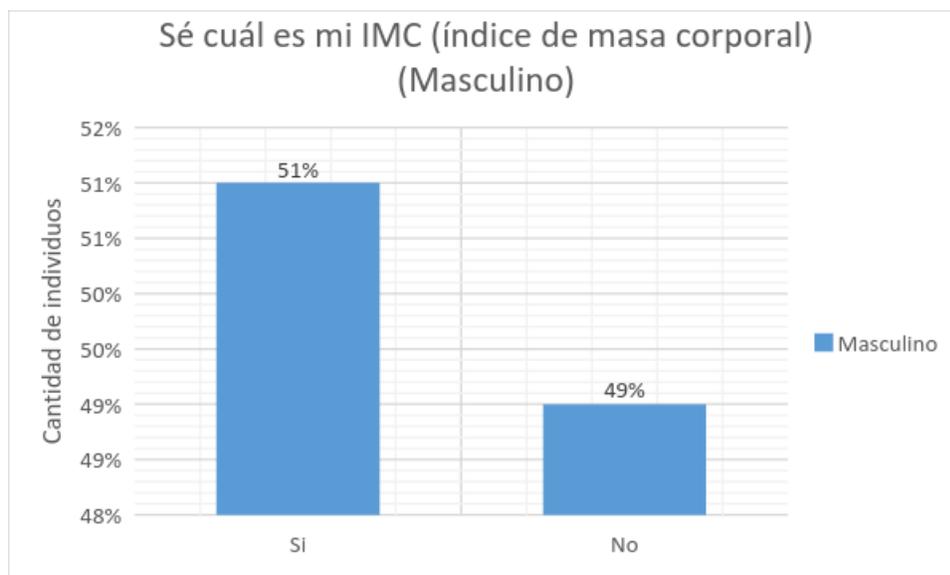


Figura 63. Conocimiento del IMC. Género masculino.

Como se puede ver en la tabla y por lo dicho por Pérez- gauli (como se citó en rodríguez 2015) los hombres tienden a tener un interés por saber el índice de masa corporal, es por ello que con un 51% dicen saber cuál es su índice de masa corporal mientras el otro 49% no lo sabe. Esto lo que demuestra es que lo dicho por los diferentes autores consiste en que los hombres buscan estar

interesados por saber el índice de su masa muscular.

Tabla 62. Conocimiento del IMC (femenino)

Genero	Si	No
Femenino	64%	36%

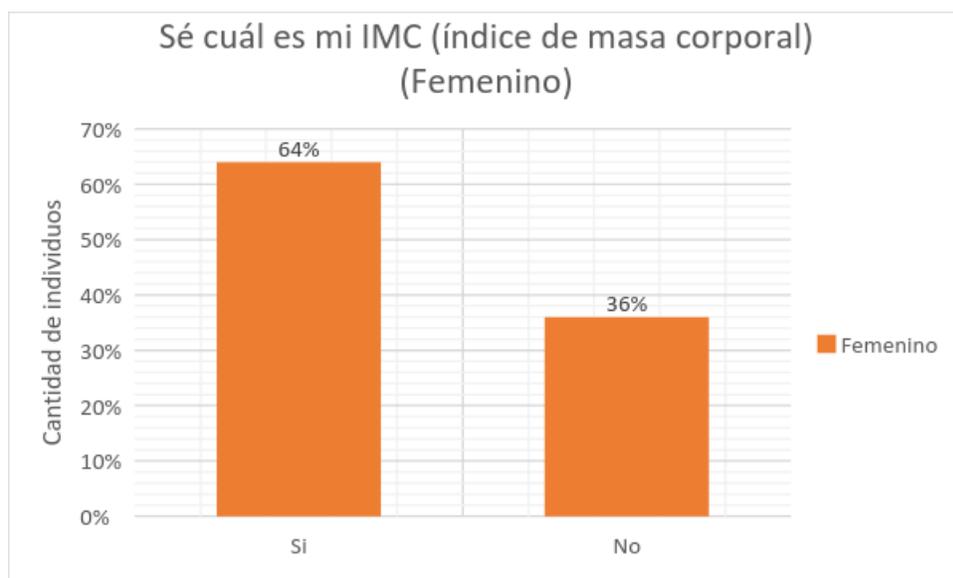


Figura 64. Conocimiento del IMC. Género femenino

La muestra de la gráfica nos da a conocer que del mismo modo que los hombres las mujeres dicen conocer con un 64% que si conocen su índice de masa corporal mientras con un 36% dicen no llegar a saberlo esto lo que nos muestra según los autores Pérez-gauli (como se citó en Rodríguez 2015) es que las mujeres buscan verse o mantenerse delgadas.

Tabla 63. Imagen personal y autoestima (masculino)

Genero	Si	No
Masculino	70 %	30 %

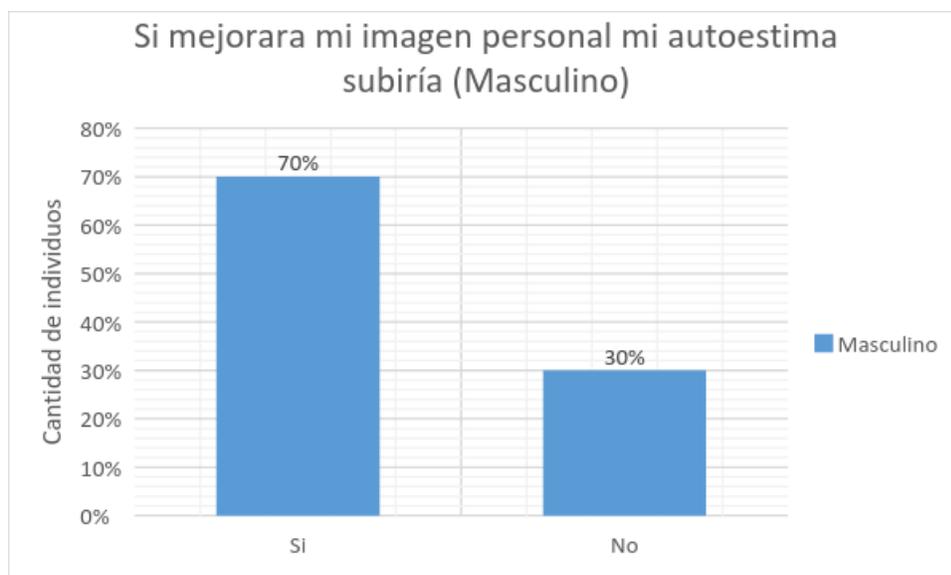


Figura 65. Imagen personal y autoestima. Género masculino.

Como se evidencia en la tabla y con un 70% diciendo que mejorar la imagen corporal subiría su autoestima, los hombres tienen un alto porcentaje de carencia a construir vivencias desde sus cuerpos, así como lo mencionan Raichs, y Guimon (como se citó en Salaberria, 2012) mientras el otro 30% de ellos dicen no sentirse afectados por este tipo de problema.

Tabla 64. Imagen personal y autoestima (femenino)

Genero	Si	No
Femenino	71%	29%

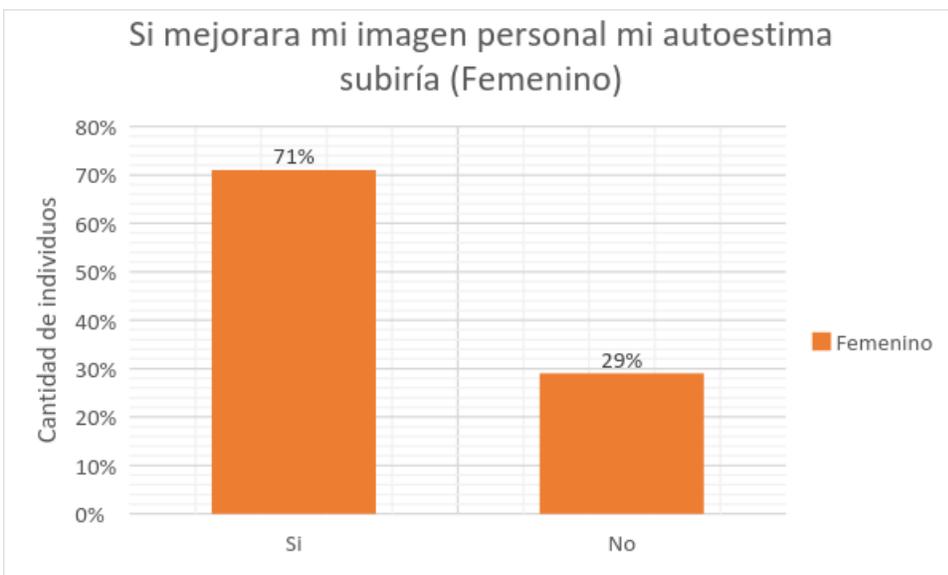


Figura 66. Imagen personal y autoestima. Género femenino.

Para las mujeres del mismo modo que los hombres y con un 71% como referencia que mejorar su imagen corporal ayudaría a subir su autoestima mientras para el otro 29% de las mujeres no les afectaría esto lo que nos demuestra es que tanto para hombres como mujeres la imagen corporal es de vital importancia.

Tabla 65. Problemas en relaciones sociales por la imagen corporal (masculino)

Genero	Si	No
Masculino	19 %	81 %

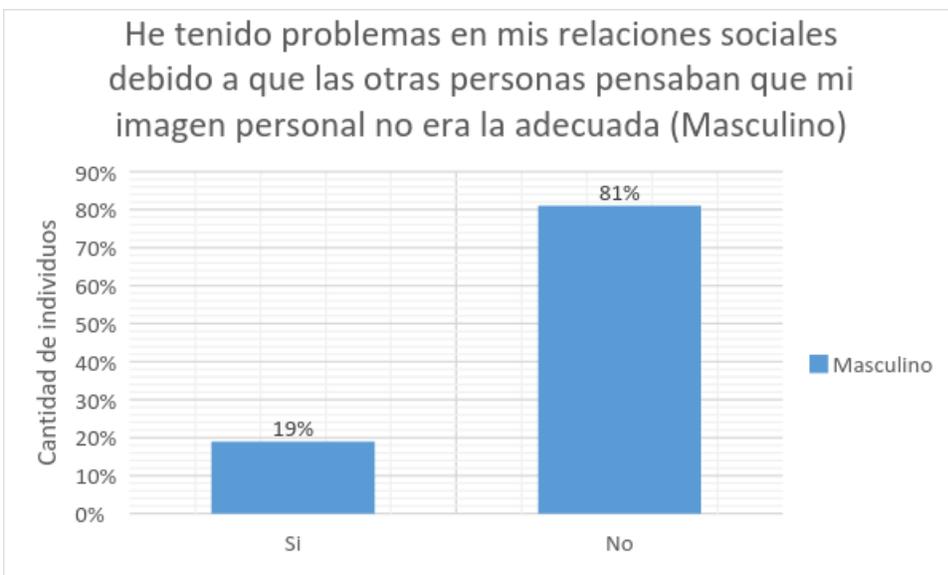


Figura 67. Problemas en relaciones sociales debido a la imagen personal. Genero masculino.

Según analizamos en la tabla para los hombres del gimnasio titán con un 19% los hombres mencionan que si han tenido problemas en sus relaciones sociales debido a lo que las otras personas pensaban de su imagen personal mientras con un 81% dicen que ellos no han tenido ningún tipo de inconveniente esto hace referencia que lo dicho por Raichs, y Guimon (como se citó en Salaberria, 2012) los estereotipos o cánones de belleza planteados por la sociedad para algunos hombres si han afectado su relación con la sociedad pero para la mayoría de los hombres asistentes al gimnasio Titán no han tenido ningún tipo de interferencia.

Tabla 66. Problemas en relaciones sociales por a imagen personal (femenino)

Genero	Si	No
Femenino	7%	93%

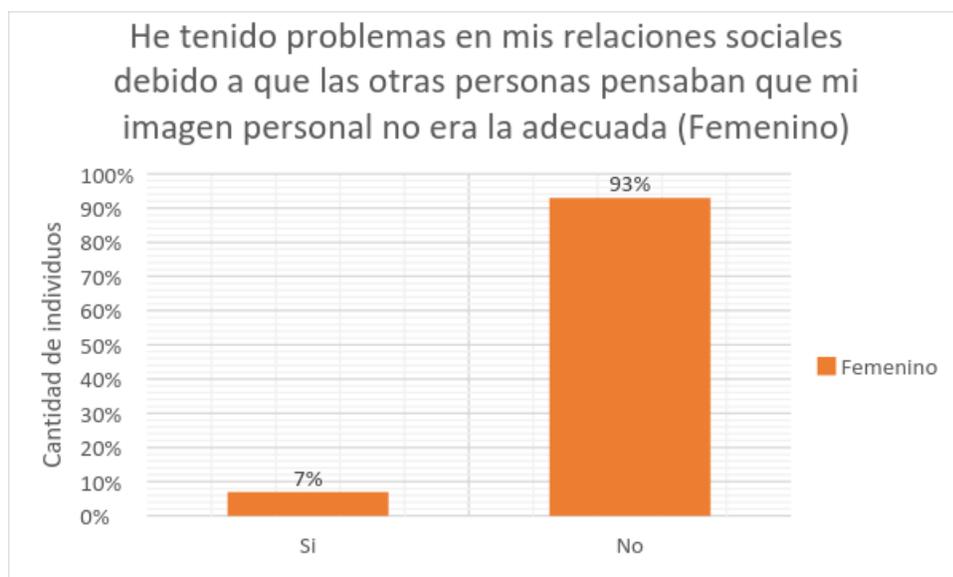


Figura 68. Problemas en relaciones sociales debido a la imagen corporal. Género femenino.

Según lo que analizamos en la figura y al igual que el género masculino con un 7% como minoría las mujeres han llegado a tener inconvenientes en sus relaciones con otras personas por motivos a su imagen personal mientras con un 93% no han llegado a llegar a sentirse afectadas por este tipo de problema esto demuestra que tanto hombres como mujeres como mayoría no han llegado a tener malas relaciones personales por su aspecto físico en el gimnasio titán.

Tabla 67. Problemas de salud por la imagen corporal (masculino)

Genero	Si	No
Masculino	9%	91%

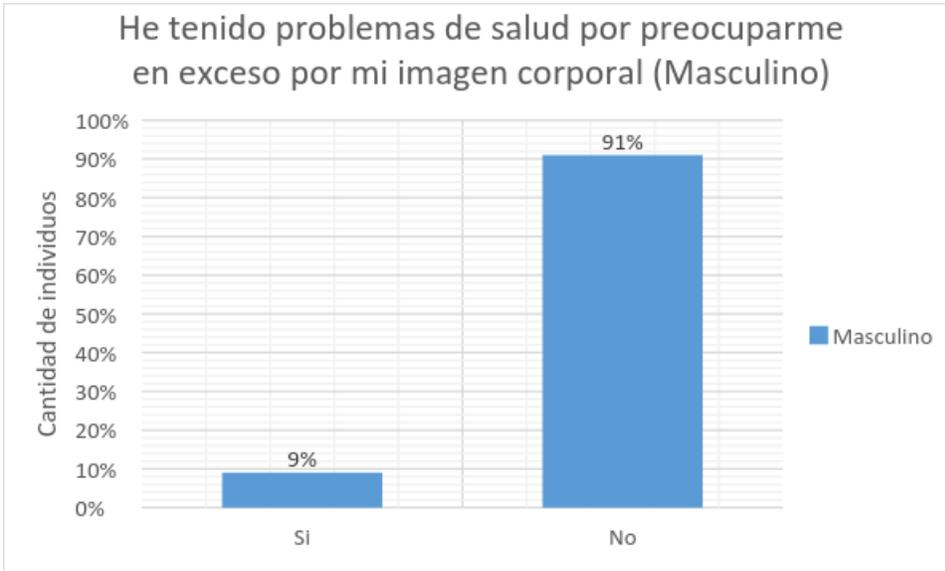


Figura 69. Problemas de salud por la imagen corporal. Género masculino.

Según Morgan (como se citó en Antolin, Gantara, García y Martin 2009) define la actividad física excesiva, como un esfuerzo corporal enérgico realizado por placer, recreación de la actividad misma y practicada de forma independiente o reglamentada. Así mismo afirma que el deseo de repetir esa euforia podría resultar compulsivo aun cuando se han producido lesiones por exceso de ejercicio sin embargo analizamos que en el gimnasio titán para el género masculino con un 9% diciendo que si han llegado a tener algún tipo de lesión o problema de salud por preocuparse excesivamente por su imagen corporal pero que la mayoría de ellos con un 91% no han llegado a padecer ningún tipo de problema.

Tabla 68. Problemas de salud por la imagen corporal (femenino)

Genero	Si	No
Femenino	25 %	75 %

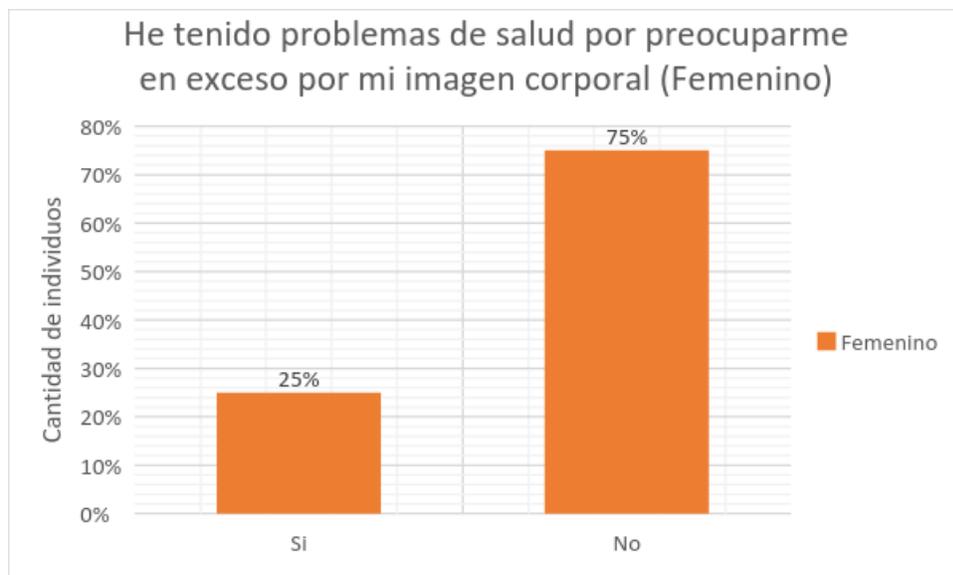


Figura 70. Problemas de salud por la imagen corporal. Género femenino.

Según analizamos en la tabla y del mismo modo que los hombres con una minoría como un si el 25% de las mujeres dicen que han tenido problemas de salud por la excesiva preocupación de su imagen corporal sin embargo se ve un poco más elevado el porcentaje en referencia al género masculino, pero al igual para el género femenino con un 75% como no como respuesta no han llegado a tener algún tipo de problema de salud al preocuparse por su imagen corporal.

Tabla 69. Productos relacionados con mi imagen personal (masculino)

Genero	Si	No
Masculino	87 %	13 %

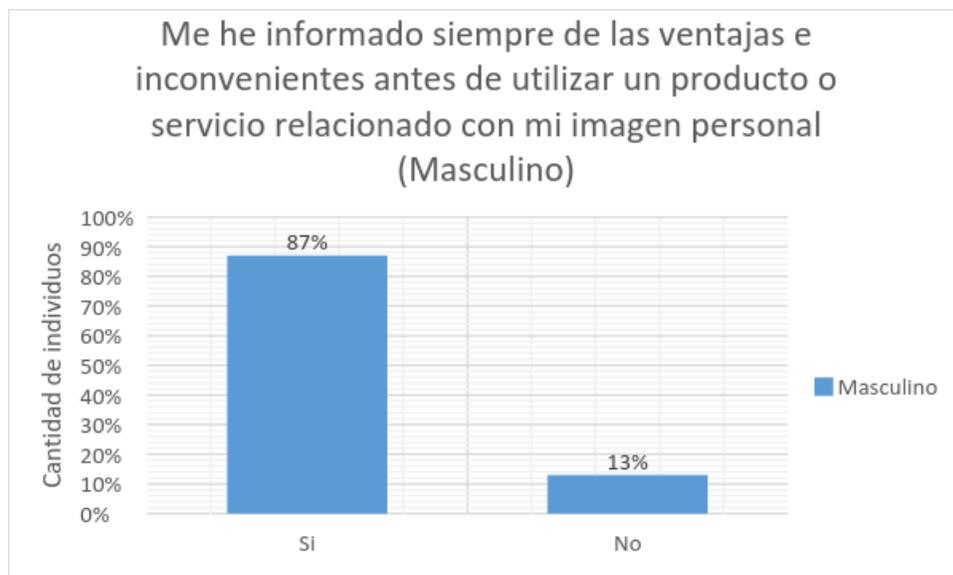


Figura 71. Información de los productos relacionados con la imagen personal. Género masculino.

Según lo que analiza en la gráfica refiriéndose a si en el género masculino si se han informado siempre de las ventajas de utilizar productos o servicios los hombres con 87% responden si haberse informado acerca de la utilización de estos mientras que con un 13% de porcentaje responden no tomar ningún tipo de información.

Tabla 70. Información de productos relacionados con mi imagen personal (femenino)

Genero	Si	No
Femenino	68%	32%

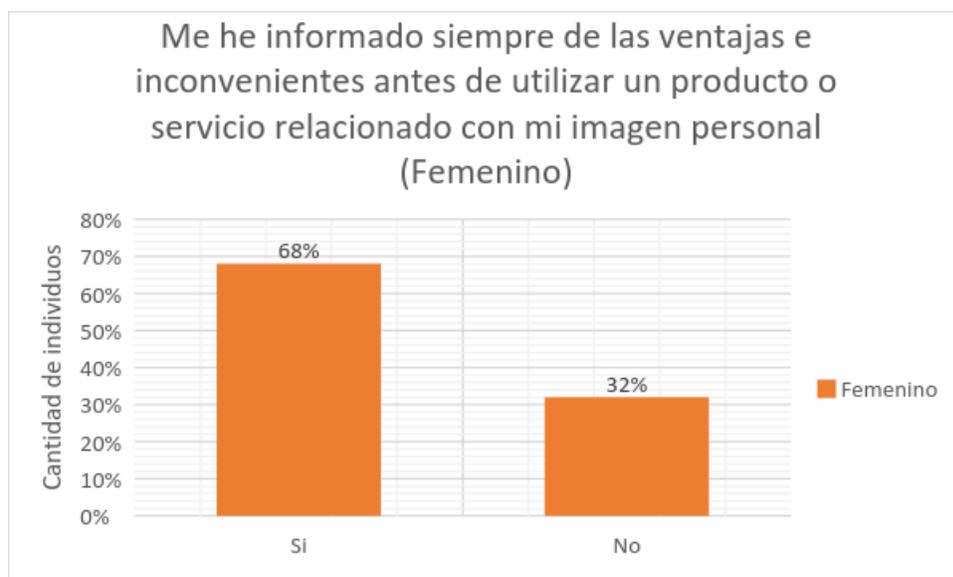


Figura 72. Información de productos relacionados con mi imagen personal. Género femenino.

Al igual que el género masculino las mujeres en su gran mayoría con un 68% como si dicen informarse sobre el tema de la utilización de un productos o servicios que se relacione con la imagen corporal mientras un 32% dicen no informarse en el momento de la información.

Tabla 71. Problemas de salud por el peso (masculino)

Genero	Si	No
Masculino	19	81
	%	%

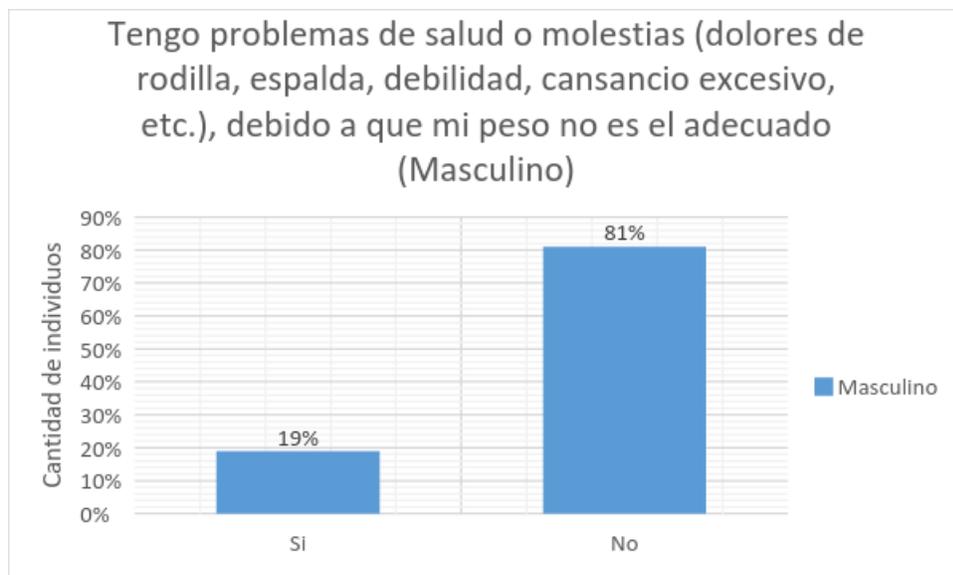


Figura 73. Problemas de salud debido a mi peso (masculino)

Con un 19% como un si el género masculino responde acerca de la pregunta que si han tenido algún tipo de problemas de salud referente a no tener un peso adecuado sin embargo el 81% de los encuestados dicen no tener ningún tipo de inconveniente.

Tabla 72. Problemas de salud por el peso (femenino)

Genero	Si	No
Femenino	32%	68%

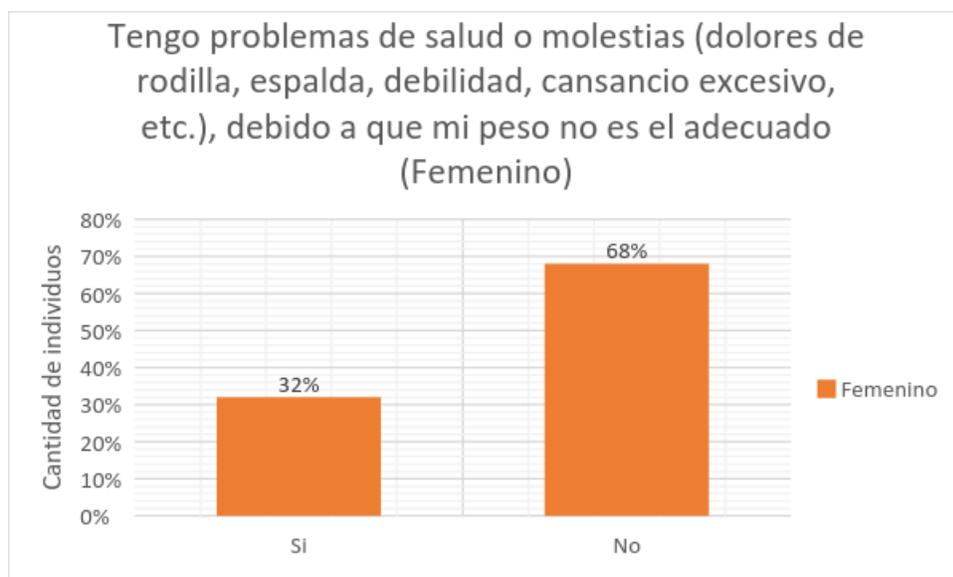


Figura 74. Problemas de salud debido a mi peso (femenino)

Según la figura número 74 con un 31% como respuesta dicen tener algún tipo de problema de problemas de salud dolores de rodillas espalda debilidad y demás debido a que su peso no es el adecuado sin embargo responden con un 68% que no han llegado a padecer algún tipo de problemas por el mismo concepto.

Tabla 73. Efectos terapéuticos de los productos publicitarios (masculino)

Genero	Si	No
Masculino	21	79
	%	%

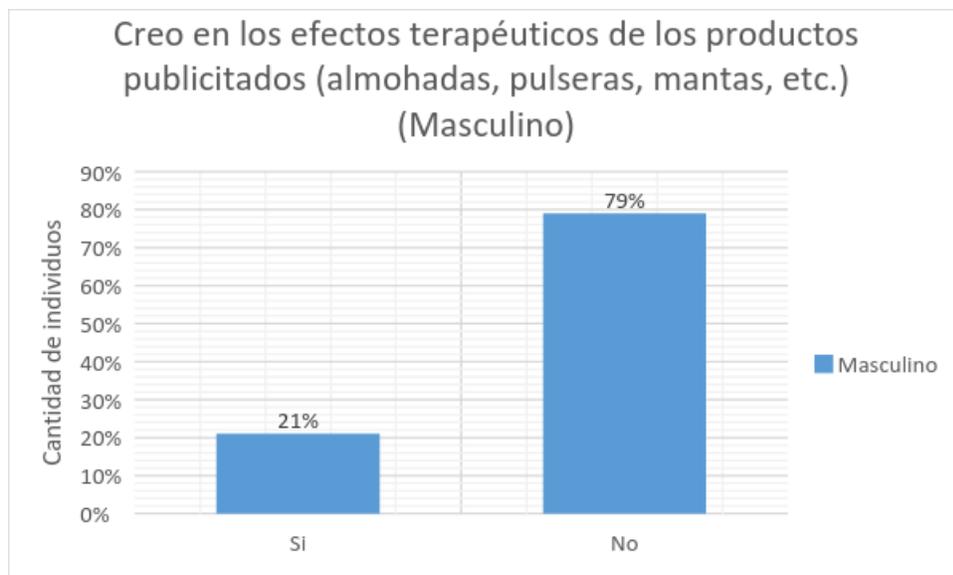


Figura 75. Creo en los efectos terapéuticos (masculino)

En la gráfica se analiza que con un 21% como un sí muchos de los hombres asistentes al gimnasio titán responden que creen en los efectos de productos terapéuticos que hacen referencia a productos publicitarios mientras con un 79% como no responden que no creen en ninguno de estos tipos de productos.

Tabla 74. Efectos terapéuticos de los productos publicitarios (femenino)

Genero	Si	No
Femenino	7%	93%

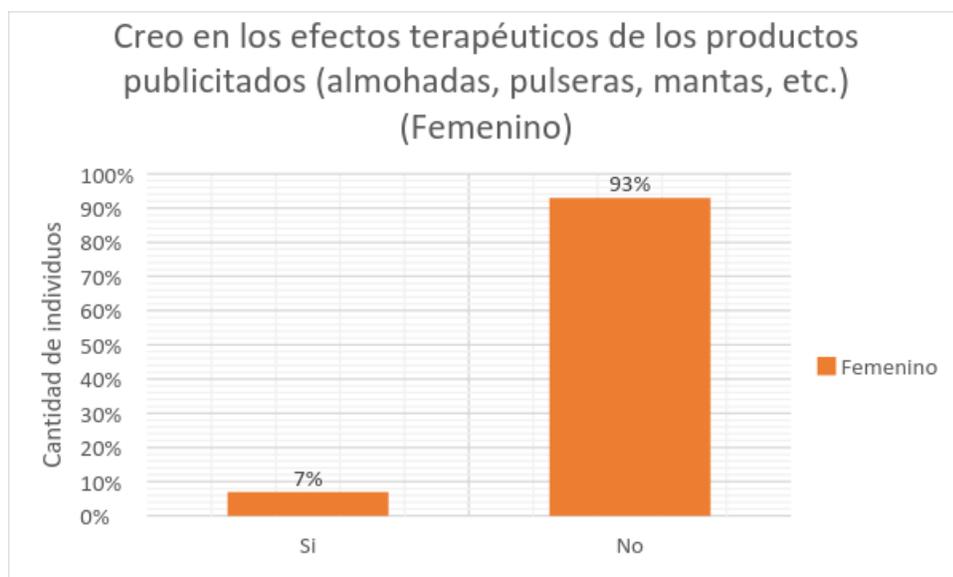


Figura 76. Efectos terapéuticos (femenino)

Para las mujeres de la gráfica 76 responden con un 7% como un sí que cree rotundamente en los efectos de dichos productos estipulados por la publicidad y del mismo modo con un 93% como respuesta dicen no creer en dichos productos que se dan a conocer por los dichos medios publicitarios.

Parte 8:

La siguiente parte señala si los usuarios del gimnasio Titán ingieren algún sustituto de comida y/o complemento alimenticio para mejorar su imagen corporal.

Tabla 75. Efectos alimenticios para la imagen corporal (masculino)

Genero	Siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca
Masculino	15%	23%	26%	36%

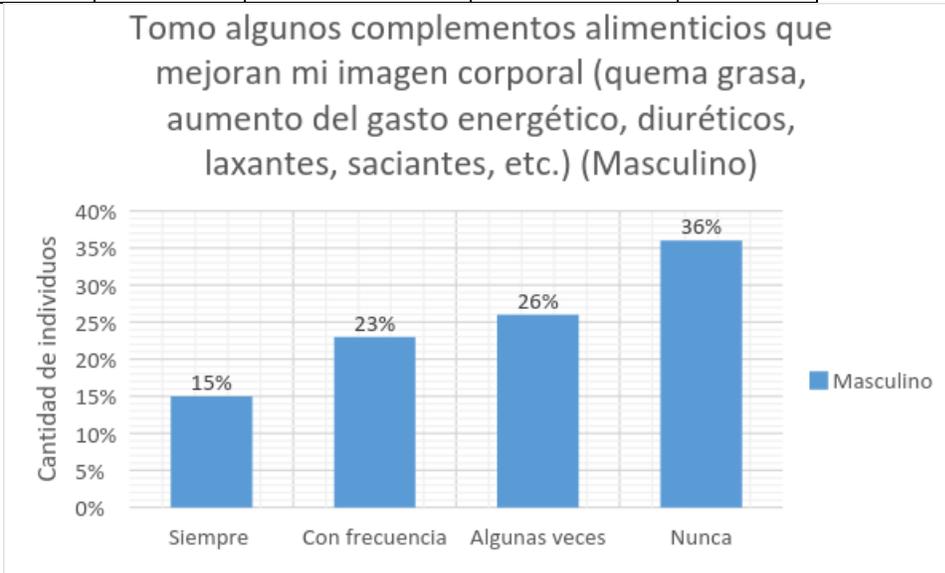


Figura 77. Complementos alimenticios que mejoran la imagen corporal (Masculino)

Como podemos observar en la gráfica se está evaluando los siguientes aspectos si lo hace siempre, con frecuencia, algunas veces y nunca. El resultado que se obtuvo fue que un 15 % de los encuestados siempre toma algunos complementos alimenticios, el 25 % con frecuencia lo hace, el 26 % algunas veces y el 36% nunca toman complementos alimenticios para mejorar su imagen corporal. Teniendo que más del 50% de las personas encuestadas en el gimnasio Titán no realizan esta práctica.

Tabla 76. Efectos alimenticios para la imagen corporal (femenino)

Genero	Siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca
Femenino	4%	18%	25%	53%

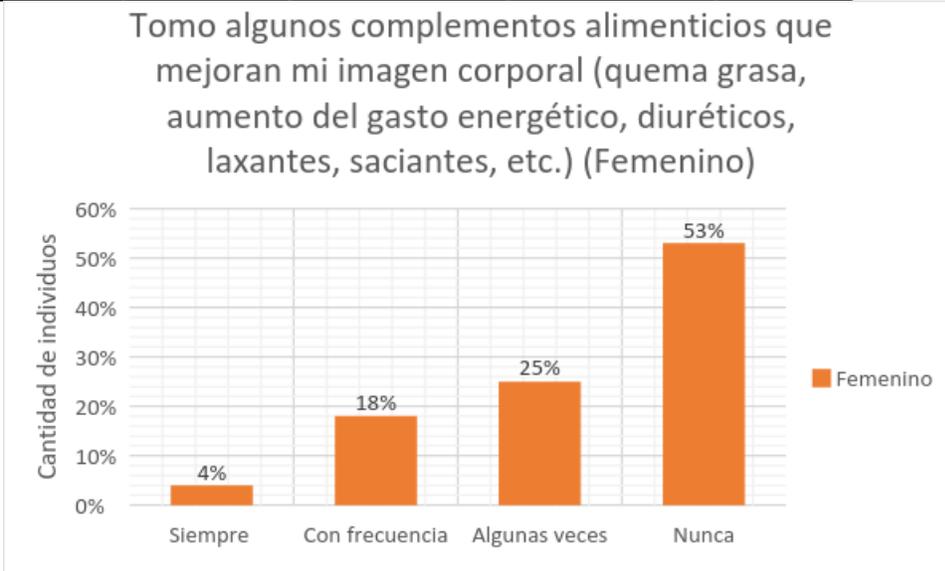


Figura 78. Complementos alimenticios que mejoran la imagen corporal (Femenino)

Según los hombres encuestados en la gráfica anterior podemos evidenciar que los hombres son más inclinados a tomar complementos alimenticios que mejoran la imagen corporal que las mujeres que con un 4% siempre lo toman, seguido de 18 % que con frecuencia lo hace, en este mismo caso se sigue evidenciando que los hombres en un mayor porcentaje si toma estos complementos alimenticios. Siendo así tenemos que 25% de las mujeres algunas veces lo hacen y un 53% no lo hacen es decir más de la mitad de las mujeres encuestadas no necesitan laxantes ni quemadores de grasa para tener una buena imagen corporal.

Tabla 77. Sustitutos de comida para la imagen corporal (masculino)

Genero	Siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca
Masculino	11%	23%	30%	36%

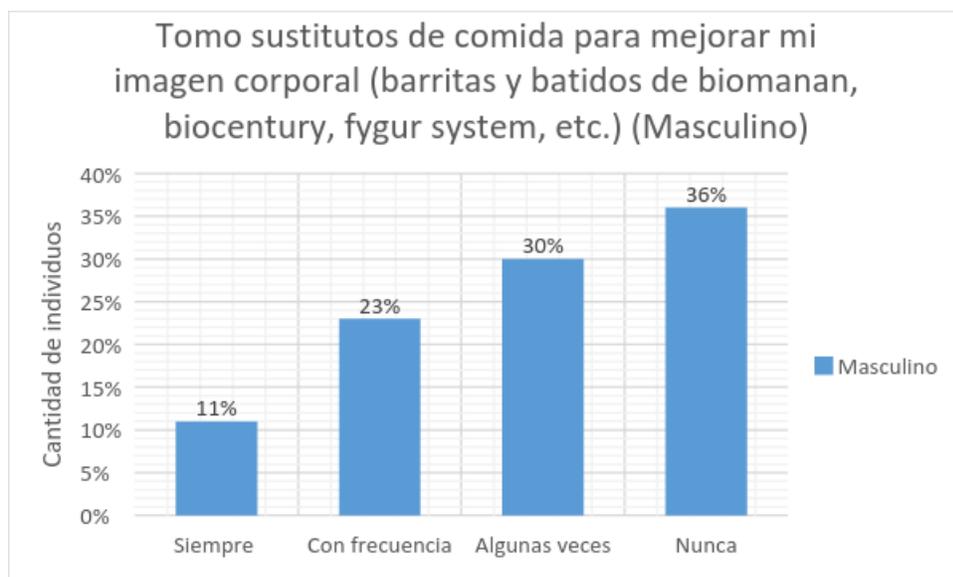


Figura 79. Sustitutos de comida para mejorar la imagen corporal (Masculino)

Observando la gráfica podemos evidenciar que un 11% del género masculino toma sustitos de comida para mejorar su imagen corporal, seguido de un 23% que con frecuencia toma estos sustitutos como pueden ser barritas o batidos, teniendo así menos del 50% de los hombres encuestados que no realizan este consumo. Un 30% algunas veces lo ha tomado y 36% nunca lo ha tomado, siendo estos resultados más altos que demuestran que los hombres no realizan estos consumos.

Tabla 78. Sustitutos de comida para la imagen corporal (femenino)

Genero	Siempre	Con frecuencia	Algunas veces	Nunca
Femenino	11%	14%	32%	43%

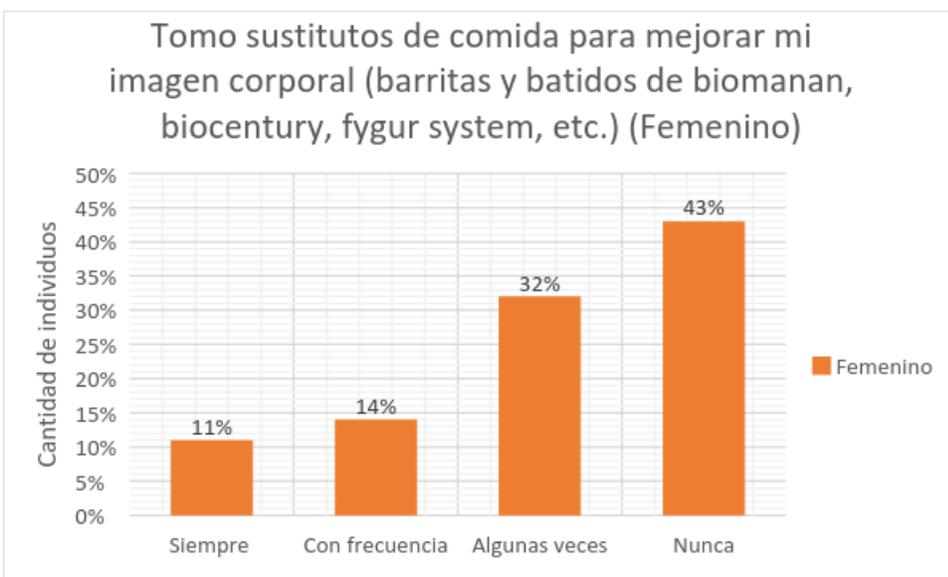


Figura 80. Sustitutos de comida para mejorar la imagen corporal (Femenino)

Si se compara al género masculino con el femenino según los usuarios encuestados en el gimnasio titán a simple vista observamos que el género femenino con 46 % nunca ha tomado sustitutos de comida deduciendo así que más de la mitad de las mujeres encuestadas si lo hacen, tendiendo estos resultados según la gráfica y enunciado de sustitutos alimenticios. Con un 11% siempre lo toma, con un 14% con frecuencia lo hace y en 32% algunas veces demostrando que las mujeres del gimnasio titán para cuidar su imagen corporal utilizan en mayor cantidad alimentos sustitutos

Parte 9:

La Siguiete gráfica teniendo como variable el género, brinda información acerca del nivel de satisfacción que tienen los usuarios del gimnasio Titán respecto a su imagen corporal.

Tabla 79. Satisfacción respecto a la imagen corporal (masculino)

Genero	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Masculino	0%	0%	0%	0%	1%	5%	12%	15%	9%	5%

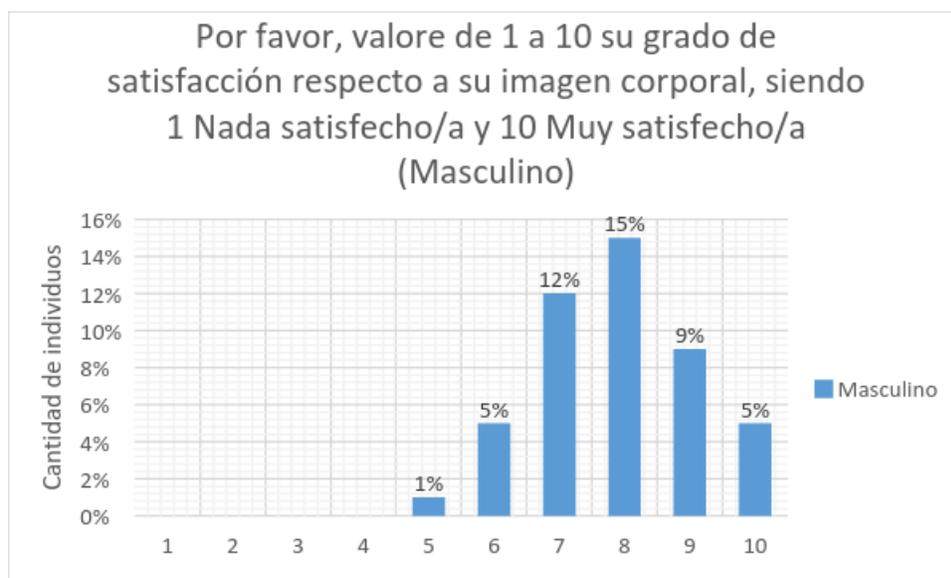


Figura 81. Grado de satisfacción respecto a la imagen corporal (masculino)

Según lo que se analiza en la tabla en su mayoría el género masculino se siente satisfecho con su imagen corporal ya que nos muestra que el número 1 en la tabla es el porcentaje de no se sienten nada satisfechos y siendo 10 el número con el cual los hombres muestran mayor satisfacción según lo que se evidencia es que la mayoría de los hombres muestran una satisfacción

adecuada referente a su imagen corporal ya que el 1% se encuentra en la mitad de la tabla es decir en el número 5, para el otro 12% de los hombres alcanzando un mayor porcentaje en el número 7 pasan a ser igual un % considerable y el mayor porcentaje se ubica en el numero 8 donde nos evidencia con un 15% ser al mayor porcentaje y el más considerable este porcentaje el más elevado al acercarse al número 10 que es el de mayor satisfacción en los hombres ya mostrando el número 10 que es el que muestra la mayor rango que según la tabla es el rango de mayor satisfacción se ubica el 5%.

Tabla 80. Satisfacción respecto a la imagen corporal (femenino)

Género	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Femenino	0%	0%	0%	0%	14%	4%	32%	36%	7%	7%

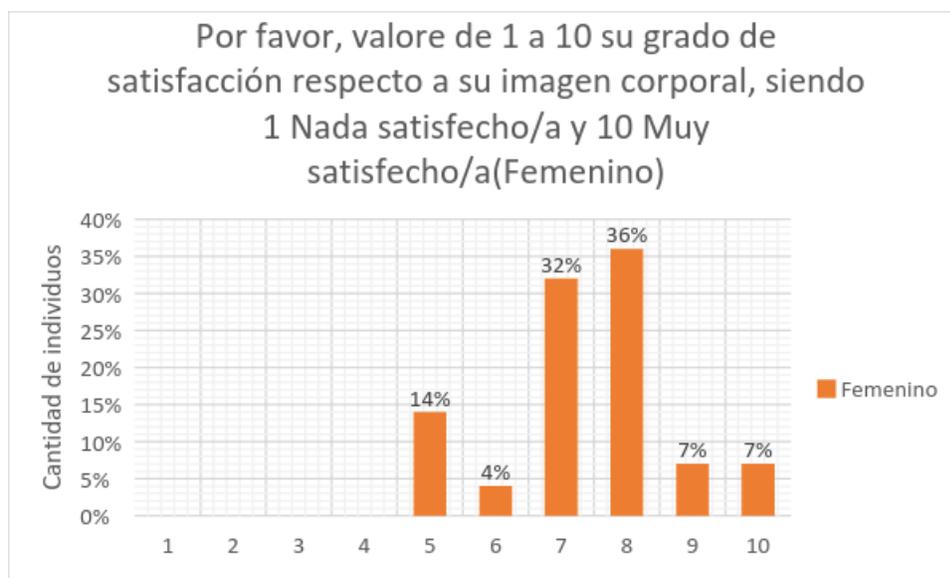


Figura 82. Grado de satisfacción respecto a la imagen corporal (femenino)

Del mismo modo que los hombres la mayoría de las mujeres se encuentra con un gran porcentaje de elevación a lo referente a su nivel de satisfacción ya que siendo el número 1 el

mínimo y el 10 el mayor número de satisfacción pasando por encima del número 5 con un 14% y siendo 7 % el mayor porcentaje de mujeres que se encuentran en su grado de satisfacción sin embargo vemos y analizamos que el mayor volumen de satisfacción se ubica en el número 8 con un 36% el mayor de los rangos así que tanto hombres como mujeres muestran un grado de satisfacción respecto a su imagen corporal.

Parte 10:

Este apartado, utilizando la variable de género, permite observar y analizar qué tipo de cuerpo tienen los usuarios del gimnasio Titán y cual estereotipo corporal es al que desean llegar.

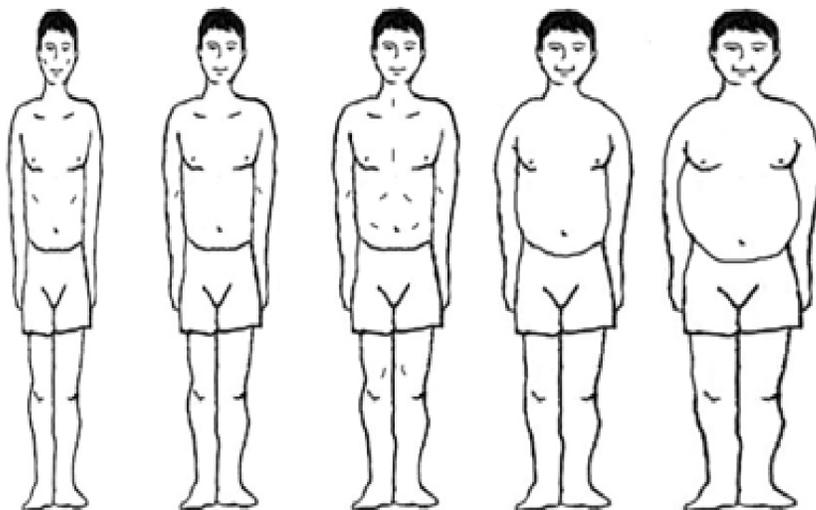


Figura 83. Biotipos de cuerpo en hombres para saber con qué tipo se identifica

Tabla 81. Figura próxima a la propia imagen corporal (masculino)

Masculino	0%	19%	70%	9%	2%
------------------	----	-----	-----	----	----

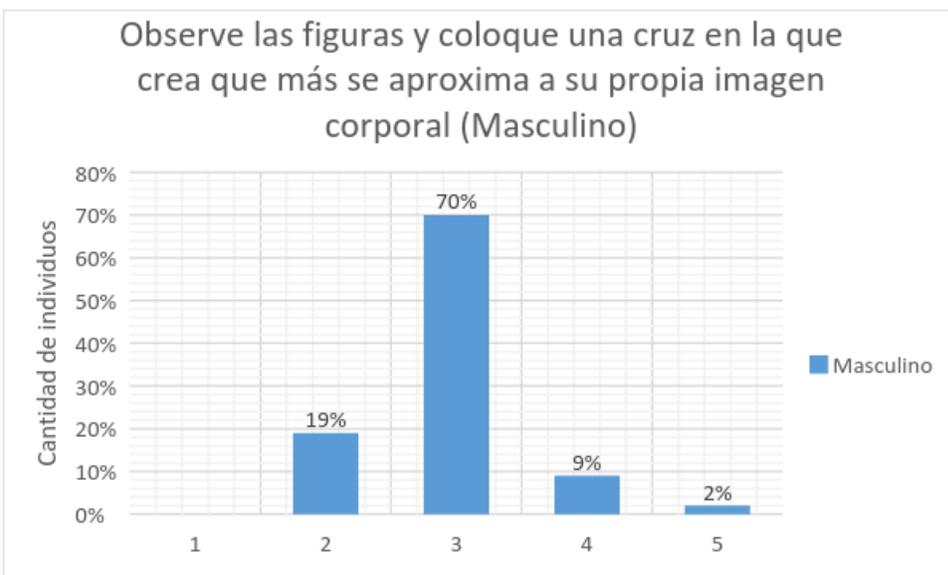


Figura 84. Figura próxima a la propia imagen corporal (masculino)

Según se observa en la gráfica 81 Según Villanueva (2013) los estereotipos de belleza son una serie de características, de la imagen superficial, al analizar la gráfica los hombres se caracterizan de forma general con un estereotipo de belleza de su imagen superficial es decir al ver algún tipo de referente tienden a tener una influencia en particular es así como analizamos que con un 19% los hombres asistentes al gimnasio titán dicen parecerse al de la figura número 2 para la mayoría de los hombres ya enfatizados en la figura número 3 con un 70% como referencia muestran estar más parecidos a esta figura ya en el número 4 con un 9% y en la número 5 con un 2%

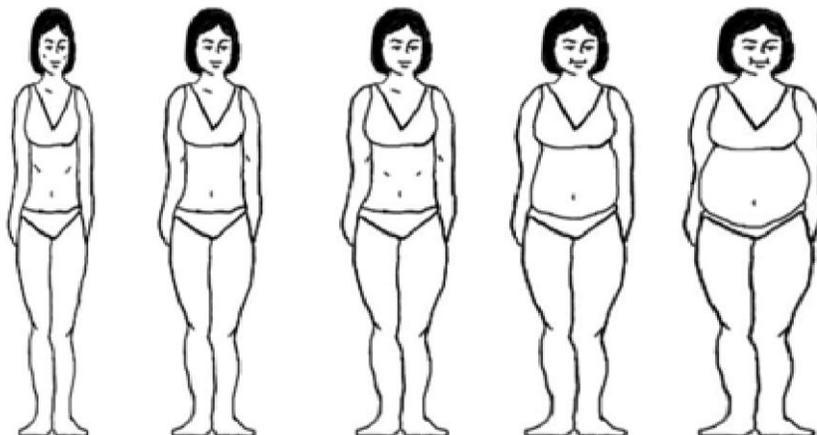


Figura 85. Imagen de biotipos de cuerpo en mujeres para saber con qué tipo se identifica

Tabla 82. Figura próxima a la propia imagen corporal (femenino)

Femenino	11%	14%	50%	25%	0%
-----------------	-----	-----	-----	-----	----

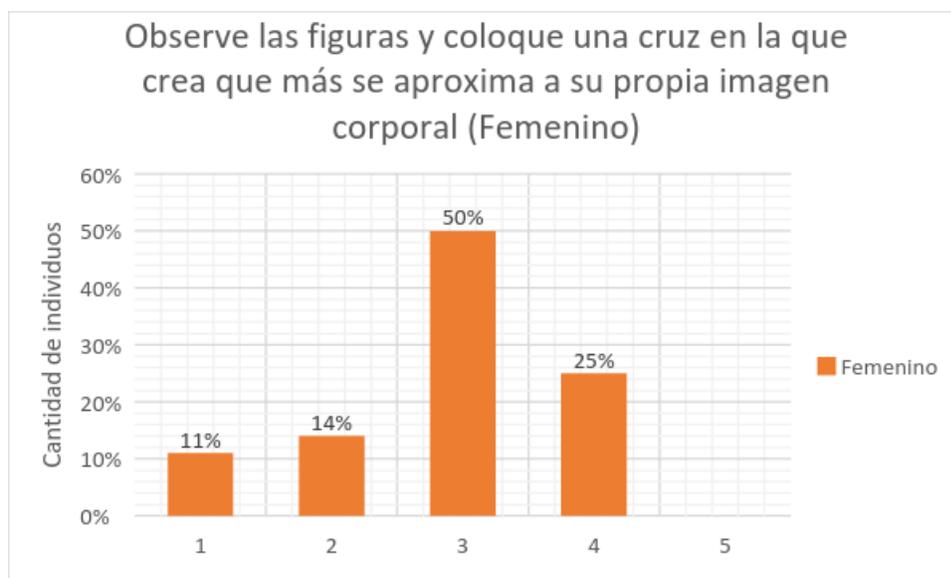


Figura 86. Figura próxima a la propia imagen corporal (femenino)

Para las mujeres del mismo de que los hombres buscan un determinado canon de belleza ya estipulado Según Villanueva (2013) lo que hace referencia que 11% de las mujeres dice parecerse a la figura #1 para otro 14% de ellas en el número 2 con un 14% dice pacerse a la figura número 2

y con el mayor porcentaje en el número 3 con el 50% dice estar más identificado con el dibujo del número 3 y ya con un 4 siendo el 25% de las encuestadas dicen estar más parecidas a este tipo de figura.

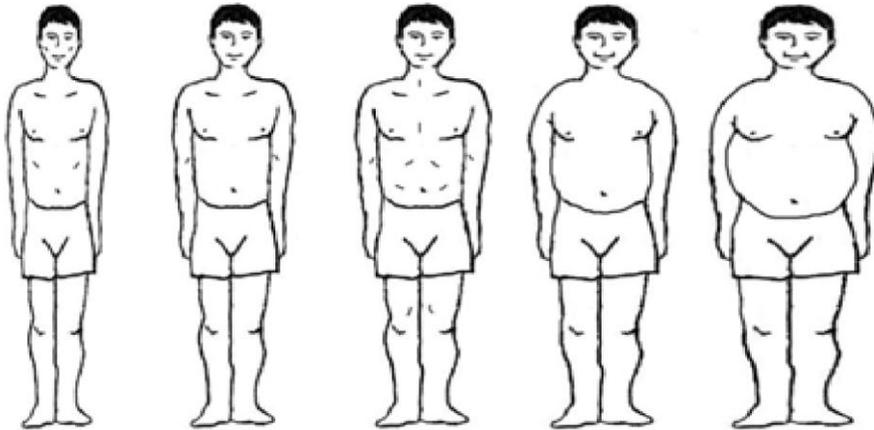


Figura 87. Imagen de biotipos de cuerpo en hombres para saber qué tipo desea tener

Tabla 83. Figura corporal deseada en el género masculino

Masculino	2%	2%	94%	2%	0%
------------------	----	----	-----	----	----

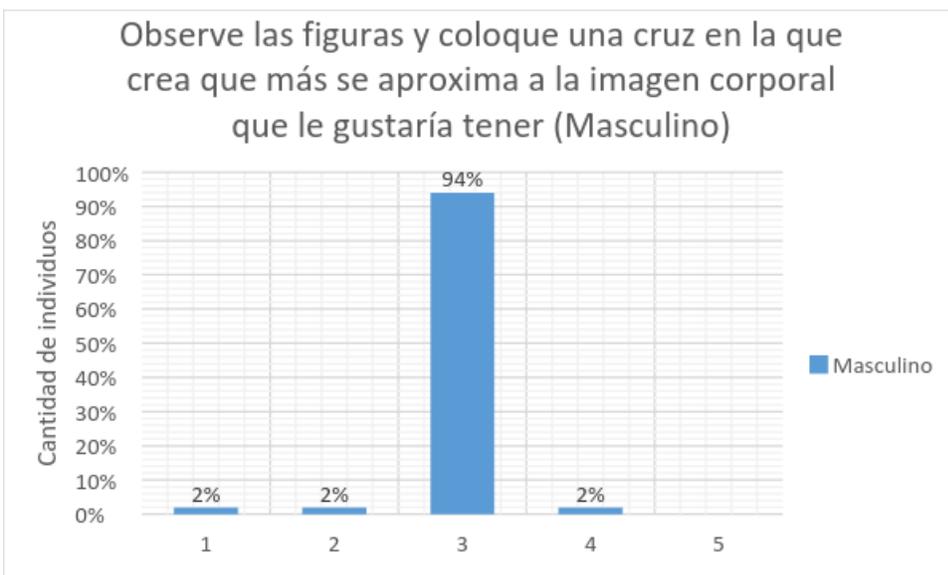


Figura 88. Imagen corporal deseada (masculino)

Para Pérez y gauli (como se citó en Rodríguez 2015) considera como el ideal de belleza actual se ha mantenido y no ha cambiado, el hombre se presenta como joven y mesomorfo (atlético) y en el caso de la mujer ectomorfo (delgada). Así como lo analizamos en la tabla para los hombres el mayor porcentaje se da en la imagen que representa el hombre más atlético y siendo este el más mesomorfo, lo evidenciamos en el número 3 con un 94% ya los otros siendo con un porcentaje más mínimo con un 2% en los números 1 2 4.

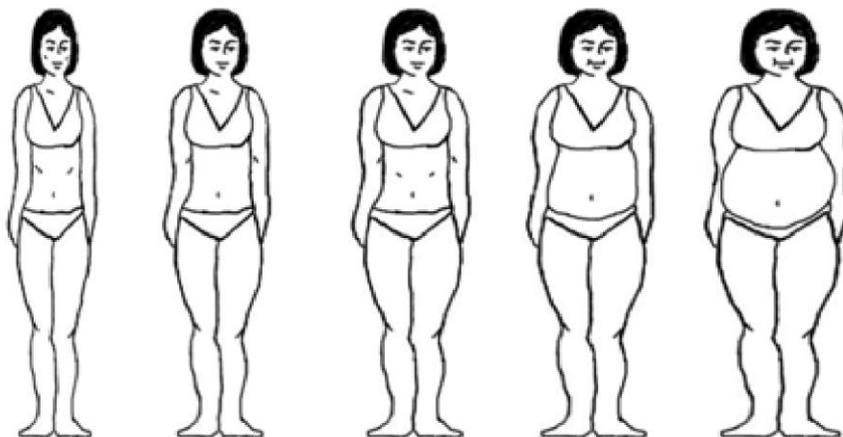


Tabla 84. Figura corporal deseada en el género femenino

Femenino	7%	29%	64%	0%	0%
-----------------	----	-----	-----	----	----

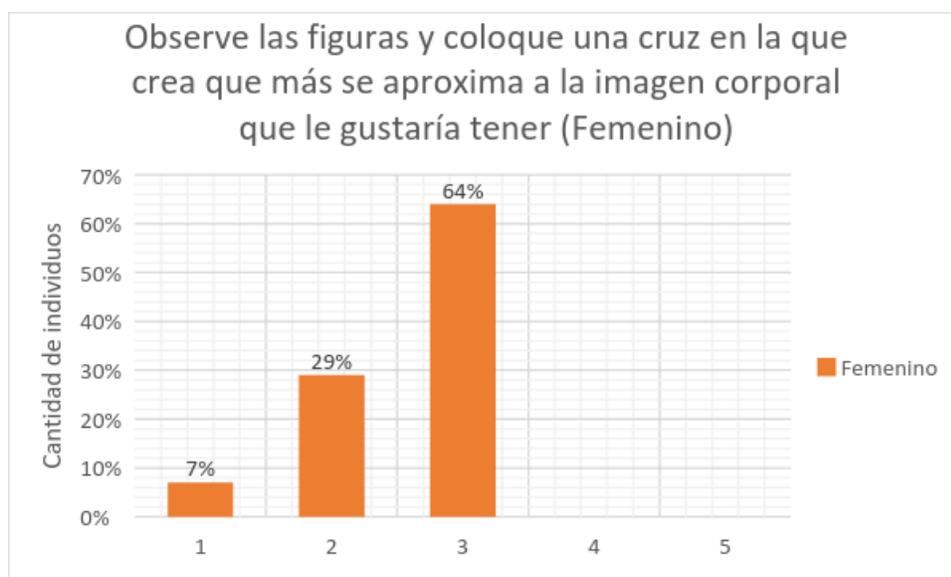


Figura 90. Imagen corporal deseada. (Femenino).

Al igual en la figura número 84 lo que se observa es que la mujer el mayor porcentaje se encuentra en la figura número 3 siendo esta la de su mayor interés con un 64% como referente la figura número dos tiene un porcentaje de un 29% y ya la número 1 con un 7% lo que demuestra es que las chicas del gimnasio titán en realidad no quieren verse tan delgadas si no término medio.

Parte 11:

La parte 11 da a conocer otros aspectos respecto a la imagen personal y/o corporal, y los

hábitos de consumo relacionados con las mismas, que no se encuentren en las anteriores preguntas.

Tabla 85. Otros aspectos respecto a la imagen corporal

Mujeres	Hombres
Salud	Imagen Corporal
Masa muscular	Salud
Conseguir o mantener Peso Ideal	Masa Muscular
Aptitud Física	Estética
Estética	Aptitud Física
Condición física	Buena Forma
Rutinas moderadas	Fuerza
Rutinas intensas	Resistencia
	Condición Física
	Rutinas intensas
	Rutinas moderadas

Siendo ésta una pregunta abierta, la población encuestada indicó diferentes propósitos por los cuales asisten al Gimnasio, en el caso de las mujeres se encontró que ellas van por salud, estética, ganar masa muscular, incrementar peso, por aptitud y condición física, además realizan rutinas de ejercicio moderadas e intensas.

Por otro lado, los hombres asisten al gimnasio por rendimiento deportivo, imagen corporal, estética, salud, aumento de masa muscular y realizan rutinas moderadas e intensas para mejora de la fuerza y resistencia.

6. Conclusiones

Con base en la recopilación teórica y en el análisis de los resultados de la encuesta, se logró concluir que los estereotipos estéticos generan una influencia en la práctica de actividad física en el gimnasio titán, la cual se evidencia en la importancia que se le da a la imagen corporal

por parte de los usuarios, los cuales afirman que tener una buena imagen corporal es fundamental para realizar distintas acciones y roles sociales, de esta manera se asocia una buena imagen con el estereotipo de belleza impuesto en la sociedad. Aunque los encuestados afirman no imitar ni darle mucha importancia a los modelos de belleza que se transmiten por diversos medios de comunicación inconscientemente están siendo afectados por dichos patrones, esto se afirma por los resultados obtenidos que evidencian que el patrón de belleza que se sigue es el impuesto por la sociedad y que dicho canon resulta importante imitar o por lo menos llegar a parecerse por una gran mayoría de usuarios, primordialmente los del género masculino.

Ahora bien teniendo presente que el ideal de belleza que se presenta en cada género tiene unas medidas y proporciones que son poco realista de obtener por medio de una actividad física y hábitos saludables, se genera la posibilidad de desarrollar la ejecución de una actividad física excesiva con la finalidad de modificar el cuerpo como el de dichos estereotipos estéticos, aumentando de esta manera el riesgo de afectar la salud, produciendo problemas Músculo-esqueléticos y de desgaste articular y físico, sin olvidar que para conseguir este aspecto físico hay que desarrollar otra serie de conductas aparte del nivel de ejercicio que ya resulta excesivo, se debe acompañar de una dieta rigurosa y alta en calorías la cual acarrea problemas cardiovasculares.

Por otro lado para evidenciar como conclusión la influencia de los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el gimnasio Titán en los usuarios de 18 a 25 años de edad, se hace mediante la conceptualización teórica que se le hizo al estereotipo de belleza, identificando cual es la figura ideal que se tiene en cada género, para posteriormente medir dicha influencia por medio de la encuesta, la cual afirmó que el estereotipo ideal en cada género está relacionado directamente con el estereotipo de belleza actual, en las mujeres se identificó como una figura

delgada con curvas pronunciadas, lo cual repercute en el género femenino asisten al gimnasio titán al evidenciar que lo que les interesa es bajar de peso, para ello realizan ejercicio físico y dietas específicas. En el caso de los hombres se presenta como atlético y musculado, estereotipo perseguido por un gran número de usuarios masculinos que asisten al gimnasio titán los cuales según el análisis de los datos realizan dietas para subir de peso, acompañado de un entrenamiento más intenso olvidando el proceso de adaptación. Encontrándose alejados cada vez más de una visión y promoción de la salud.

Por lo anterior se afirma nuevamente que por querer alcanzar este ideal de belleza, se debe mantener un ejercicio intenso y excesivo, y si se logra alcanzar debe ir acompañado de dietas que se realizan por estética como se evidencia en los resultados de la encuesta, en donde se identifica que un porcentaje alto de la población las aplica, de igual manera estas superan o doblan una ingesta calórica normal, lo que acarrea problemas cardiovasculares.

No obstante aunque no se evidencia una influencia por querer imitar un modelo de belleza determinado, esto considerando que los encuestados afirman no dar mucha importancia a estereotipos de belleza externos aunque en el análisis de los datos inconscientemente ambos géneros presentan características de identificación con los estereotipos de belleza, en el caso de los hombres quieren tener más peso, pero este con base a masa muscular como el estereotipo atlético que imparte la sociedad, pero lo cual deberían levantar grandes pesos y ser muy constantes en el gimnasio. De igual manera las mujeres quieren verse un poco más delgadas y esta es una razón principal de su asistencia al gimnasio la cual también se relaciona con la figura esbelta y delgada del estereotipo femenino, para ello podrían recurrir a un ejercicio aeróbico excesivo para conseguir tal forma, como se mencionó anteriormente.

Por otro lado cabe mencionar que los estereotipos en este caso de belleza son representaciones mentales que se crean a nivel general, las cuales son aceptadas e impuestas por determinados grupos de personas, con base a esto se identifica que las personas que se relacionan en el entorno social con los usuarios del gimnasio titán crean cierto tipo de influencia a la hora de preocuparse y construir su imagen corporal, las maneras en que se desarrollan dichas influencias son diversas y provienen de diferentes contextos que genera el individuo en su socialización, las cuales son llevadas a cabo con familiares, amigos, especialistas en belleza, medios de comunicación, etc. Así pues se afirma que el ideal de belleza como lo mencionan diversos autores en el transcurso de la investigación es influenciado por el entorno en el cual se generan los estereotipos estéticos.

Al evidenciar esto también es necesario resaltar que aunque la gran mayoría quiere parecerse más al estereotipo de belleza actual, no tienen una mala percepción de su aspecto físico, por el contrario se encuentran a gusto con él, lo que resulta positivo porque esto reduce las posibilidades de desarrollar trastornos de la imagen corporal.

En este orden de ideas se plantea a manera de conclusión que se debe incentivar más por parte de instructores, licenciados en educación física y demás disciplinas relacionadas con la actividad y el ejercicio físico, una conducta que se base en el fomento de la salud en un entrenamiento sistemático, que respete los procesos de adaptación del organismo en los cuales se mejorará la aptitud física y la imagen corporal, aunque esta no se tome como objetivo primordial, de esta forma se contribuirá de manera general a fomentar buenas bases y evitar errores comunes que se presentan con frecuencia y los cuales se le atribuyen a la práctica de actividad física, pero como se ha evidenciado el error principal lo tienen los objetivos por los cuales trabaja cada usuario su cuerpo a través de la acción motriz

7. Prospectiva

Con los resultados de éste trabajo, se abre la posibilidad de realizar futuras investigaciones que ayuden en la concientización de individuos sobre la forma como se debe realizar la práctica de actividad física en los gimnasios, y que a la vez contribuyan a mejorar la calidad y el conocimiento

de la actividad física brindada en los mismos; de igual manera, se debe aclarar los beneficios y problemas que puede generar en el organismo la idea errónea de mejorar la imagen corporal cuando se realiza la actividad física de manera excesiva.

Lo primero que se podría tener en cuenta para una futura investigación es la necesidad de mejorar la influencia que tienen los estereotipos estéticos en la conducta de las personas, ya que se tienen imágenes distorsionadas de la realidad, esto se convierte en un problema social incitando a las personas a ejecutar prácticas poco adecuadas para mejorar su físico. Por lo anterior sería conveniente una intervención que les aclare a las personas la realidad de los modelos estéticos, de tal manera que se logre establecer bases sólidas para tener una visión de imagen corporal más adecuada y relacionada con la realidad, aceptando las diferencias y particularidades de belleza.

Por otro lado se podría hacer una futura investigación para mejorar las rutinas en los gimnasios, aclarando a las personas lo importante que es realizar un entrenamiento sistemático, acorde a sus necesidades teniendo en cuenta su biotipo y sus características corporales, para de esta manera, plantear objetivos más claros y no influenciados por modelos irrealistas, que no son acordes con las cualidades de la persona, además de resaltar los efectos negativos que traen las prácticas indiscriminadas en la salud, de igual manera se debe informar que debe ir acompañada de una dieta variada y moderada en calorías ya que si se abusa, puede lograr afectar la salud del usuario.

Por último un factor muy importante, el cual es mostrar los gimnasios como un instrumento, que si se trabaja de una manera correcta ayuda a mejorar la salud, también, es necesario que las personas adquieran hábitos correctos de práctica en las instalaciones, que busquen un bienestar físico, mental y social, que le permita estar más cerca del factor salud, que se cree la necesidad de promover rutinas adecuadas, y que las personas trabajen por su físico sin olvidar que lo más

importante es la salud.

Bibliografía

- Adrián, J., & Rangel, L. (2012). *La transición adolescente y la educación*. Recuperado de:
<http://www3.uji.es/~betoret/Instruccion/Aprendizaje%20y%20Personalidad/Curso%2012>

-

13/Apuntes%20Tema%201%20La%20transicion%20adolescente%20y%20la%20educacion.pdf

- Chacón, A. (2011). *Relación entre influencias del modelo estético corporal, edad, experiencia practicando ejercicio, índice de masa corporal (IMC) e insatisfacción con la figura corporal*. Recuperado de:
<http://www.repositorio.una.ac.cr/bitstream/handle/11056/11356/Tesis%207394?sequence=1&isAllowed=y>
- Antolin, V., De la Gandara, J., Garcia, I., & Martin, A. (2009). *Adicción Al deporte*. Recuperado de: https://hipnosis.org.es/hipnosis_pdf/hipnosis_adicciondeporte.pdf
- Antunez, N., & Miranda, M. (2006). Los estereotipos de género en las prácticas de actividad física y deportivas. *Area de la mujer, secretaria de deporte de la nación*, 1 a 7.
- Asociación de estudios psicológicos y sociales de castilla la mancha. (2011). *Estética corporal imagen y consumo*. Recuperado de:
<http://www.psicosociales.com/estudios/EsteticaCorporalImagenyConsumo.pdf>
- Baile, J. (2011). *Imagen corporal, hábitos alimentarios y hábitos de ejercicio físico en hombres usuarios de gimnasio y hombres universitarios no usuarios*. Recuperado de:
<http://www.rpd-online.com/article/viewFile/783/774>
- Cañizares, J., & Carmen, C. (2017). *la actividad física y el deporte en la sociedad actual*. España: Wanceulen editorial.
- Carozza, P., & Chavez, K. (2009). *Recreación como estrategia para el afrontamiento del*

estrés en ambientes laborales. *Revista digital de educación física*, 43-65.

- Casal, S. (2005). *los estereotipos y los prejuicios: cambios de actitud en el aula L2*. Recuperado de <http://institucional.us.es/revistas/elia/6/art.7.pdf>
- Colombia, C. d. (2001). *Ley 1881 Por el cual se dictan disposiciones para el fomento del deporte, aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y se crea el sistema nacional del deporte*.
- Congreso de Colombia. (2001). *Ley 729 de 2001*. Bogotá.
- Colas, P., & Villaciervos, P. (2007). La interiorización de los estereotipos de género en juventud y adolescentes. *Revista de investigación educativa*, 1-24
- Castro, y Colas. (17 de julio de 2011). *idus* . Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/39536>
- Davis, J. (2000). *Actividad Física, Deporte y salud*. Barcelona: Inde publicaciones.
- Domínguez, L. (2008). La adolescencia y la juventud como etapas del desarrollo de la personalidad. *Boletín Electrónico de Investigación de la Asociación Oaxaqueña de Psicología Vol. 4. Número 1.*, 69-76.
- Dosil, j., & Dias, I. (noviembre de 2012). *pilarmartinescudero*. Recuperado de: http://pilarmartinescudero.es/pdf/trastornos_alimdepor.pdf
- El Espectador. (2015). Piden a la secretaria de salud vigilar gimnasios en Bogotá. *El Espectador*.
- Ferreira ,R. (2007). *Estudio sobre la adicción al ejercicio. Un enfoque de la problemática*

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

- Franco Alejandra, A. J. (11 de 04 de 2011). *La salud en los gimnasios: una mirada desde la satisfacción personal*. Recuperado de:
<http://www.scielo.org.co/pdf/hpsal/v16n1/v16n1a13.pdf>
- Galán, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Area de comunicación audiovisual*, 58-81.
- Goñi. (10 de junio de 2009). *addi*. Recuperado de:
<https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/12241/go%F1i%20palacios.pdf?sequence=1>
- Gutiérrez, L. (2004). *Una mirada al ejercicio físico en los gimnasios de Medellín desde la promoción de la salud y prevención de la enfermedad primaria*. Recuperado de:
<http://viref.udea.edu.co/contenido/pdf/103-unamirada.pdf>
- Hernández, S., Fernández, C., & Baptista, P. (2010). *Metodología de la investigación quinta edición*. Colonia desarrollo santa fe: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V.
- Julián, M. (s.f.). *¿salud, forma física, estética, bienestar? ¿que lleva al usuario al gimnasio?* Recuperado de: [file:///C:/Users/USER/Downloads/026_061-070_es%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/026_061-070_es%20(2).pdf)
- Meneses, M., & Monge, M. (1999). actividad física y recreación. *revista costarricense de la salud pública*.
- Miranda, E. (2014). El imaginario social bajo la perspectiva de cornelius castoriadis y su proyección en las representaciones culturales. Recuperado de
<http://190.242.62.234:8080/jspui/bitstream/11227/1966/1/EL%20IMAGINARIO%20SOCI>

AL%20BAJO%20LA%20PERSPECTIVA%20DE%20CORNELIUS.pdf

- Monje, C. (2011). *Metodología de la investigación cuantitativa y cualitativa guía didáctica*. Neiva: Universidad surcolombiana al docente.
- Morales, A., & Rincón, J. (2014). *Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad transmitida a través de la televisión*. Recuperado de:
<http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/viewFile/5854/8519>
- Muñoz, A. (2014). *La imagen corporal en la sociedad del siglo XXI*. Recuperado de:
http://www.recercat.cat/bitstream/handle/2072/242794/Ana_Mar%C3%ADa_Mu%C3%B1oz_L%C3%B3pez.pdf?sequence=1
- Ojeda, R., & Navarro, M. (5-7 de 05 de 2011). *Análisis de la frecuencia y niveles de intensidad en la actividad física realizada por adolescentes mediante el acelerometría*. Recuperado de: <http://altorendimiento.com/analisis-de-la-frecuencia-y-niveles-de-intensidad-en-la-actividad-fisica-realizada-por-adolescentes-mediante-acelerometria/>
- Oliveira, V., & Parra, J. (05 de mayo de 2014). *Familia*. Recuperado de:
[file:///C:/Users/familia/Downloads/27535-140879-2-PB%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/familia/Downloads/27535-140879-2-PB%20(1).pdf)
- Organización Mundial de la Salud, O. (2010). *Recomendaciones mundiales sobre la actividad física para la salud*. Recuperado de:
http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/44441/1/9789243599977_spa.pdf
- Quin, R., & MacMahon, B. (10 de 03 de 1998). *Historias y Estereotipos*. Recuperado de:
<http://www.redalyc.org/pdf/158/15801043.pdf>
- Rojas, J. (16 de 08 de 2013). *Los gimnasios contemporáneos como evidencia material del*

cambio en la disciplina corporal a la posmoderna, su relación con la agencia y el contexto social. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/antpo/n16/n16a08.pdf>

- Salaberria, K., Rodríguez, S., & Cruz, S. (agosto de 2007). *euskomedia*. Recuperado de: <http://www.euskomedia.org>
- Salaberria, C. Cruz, M., Rodriguez, S., & Echeburua, E. (14 de diciembre de 2012). *Imagen Corporal y realizacion de dieta*. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/rups/v12n3/v12n3a05.pdf>
- Salazar, C. (1996). Educación Física y recreación. *revista educación*, 1-7
- Taboas, M. (2009). *Análisis de los estereotipos corporales y de los modelos de actividad física representados en las imágenes de los libros de texto de educación física*. Recuperado de: <file:///C:/Users/Compaq/Downloads/TESIS%20DOCTORAL%20Memoria%20Final.pdf>
- Vidarte, J. (25 de 04 de 2011). Actividad física: estrategia de promoción de la salud. Recuperado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/hpsal/v16n1/v16n1a14.pdf>
- Velandia, A., & Rincon, J. (10 de novimebre de 2013). *Estereotipos y roles de género utilizados en la publicidad trasmitida atravez de la television* . Obtenido de <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/revPsycho/article/viewFile/5854/8519>
- Villanueva, I. (2013). estereotipos de belleza en la mujer. Recuperado de <https://es.sLeireVM/estereotipos-de-belleza-en-la-mujer-28981222> 1-22.
- William, C. (2015). Imaginarios estético corporales de los estudiantes adolescentes y su incidencia en las relaciones interpersonales. Recuperado de:

<http://web.b.ebscohost.com/bdatos.usantotomas.edu.co:2048/ehost/search/basic?sid=6cd865c7-8116-402d-9462-032272faa747%40sessionmgr103&vid=16&hid=107>

Anexos

1. Permiso avalado

Bogotá D.C., 23 de febrero de 2017

Señores: Centro de estudios psicológicos y sociales.

Universidad de Catilla-la mancha

Por medio de la presente solicito a ustedes la posibilidad y autorización de usar parte del cuestionario presentado en la investigación titulada “Estética corporal imagen y consumo en castilla-la mancha”, puesto que me encuentro realizando mi monografía de pregrado en la Corporación Universitaria Minuto de Dios de Bogotá Colombia, la cual busca abordar la influencia que tienen los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en gimnasios en personas de 18 a 25 años, tema que se recoge en algunas de las preguntas realizadas por la encuesta ya mencionada.

Agradezco de antemano se me otorgue la posibilidad de usar junto con sus respectivos derechos de autor el instrumento de recolección de datos de su investigación.

Quedo atento a su respuesta.

Cordialmente,

Cristhian Camilo Fajardo Devia

Estudiante de Licenciatura en Educación Física Recreación y Deporte

Corporación Universitaria Minuto de Dios

(Bogotá D.C. – Colombia)

2. Permiso de la encuesta

The screenshot shows a Gmail interface in a browser window. The address bar displays the URL: <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/15a6d5c7e3d96f53>. The Gmail header includes the Google logo, a search bar, and navigation icons. The left sidebar shows folders: REDACTAR, Recibidos (193), Destacados, Enviados, Borradores (9), and Más. A contact card for Cristian Camilo is visible. The main email content is as follows:

ASOCIACION ESTUDIOS PSICOLOGICOS Y SOCIALES <psicosociales@hotmail.com> 24 feb. ☆

para mí

Estimado Crishian,
Puede utilizar, para los fines que indicas, tanto nuestro cuestionario sobre Estética corporal, imagen y consumo, como el Estudio realizado en Castilla-La Mancha con ese cuestionario. Únicamente es necesario que, en lo que uses, hagas referencia a su procedencia.
Saludos
Javier Garcés Prieto
Presidente de la Asociación de Estudios Psicológicos y Sociales

De: Cristian Camilo Fajardo Devia <cristhiancamilofd@gmail.com>
Enviado: viernes, 24 de febrero de 2017 13:46
Para: psicosociales@hotmail.com
Asunto: Fwd: Solicitud uso de encuesta

----- Mensaje reenviado -----
De: **Cristhian Camilo Fajardo Devia** <cristhiancamilofd@gmail.com>
Fecha: 23 de febrero de 2017, 18:44
Asunto: Solicitud uso de encuesta

The right sidebar shows the recipient: Camilo Bravo, with an "Añadir a círculos" button and a "Mostrar detalles" link. The system tray at the bottom right shows the time 19:52 and date 15/04/2017.

3. Cuestionarios

3.1 Datos de información del Gimnasio titán:

Nombre del Gerente:

¿Cuánto tiempo lleva el gimnasio titán prestando sus servicios a los habitantes del barrio la serena?

¿Cuántas personas asisten al centro de acondicionamiento físico a ejercitarse?

¿De los usuarios del gimnasio cuántas personas están en el rango de edad de 18-25 años?

¿Cuántos de ellos son de género masculino y cuántos de género femenino?

3.2 Encuesta sobre la influencia de los estereotipos estéticos en la práctica de actividad física en el gimnasio TITAN.

Edad: _____

Género: M___ F___

Estudios: _____ **Situación laboral:** _____

Por favor indique si está de acuerdo o en desacuerdo con los siguientes enunciados. Si no tiene una postura definida puede escoger la opción intermedia (ni de acuerdo, ni en desacuerdo).

	De acuerdo	Ni de acuerdo Ni en desacuerdo	En desacuerdo
1 estoy muy preocupado/a por mí aspecto corporal			
2 creo que la imagen corporal influye mucho en el			

éxito social			
3 tener una buena imagen corporal me ayuda a tener más confianza en mí mismo/a			
4 estoy muy disgustado/a respecto a cómo son algunas partes de mi cuerpo			
5 preocupándome de mi imagen corporal mejorare mi salud y mi calidad de vida			
6 En mi presupuesto ocupa un lugar muy importante el mantenimiento y mejora de mi imagen personal			
7 suelo intentar imitar la imagen corporal de otras personas que tomo como modelo			

Por favor indique cuál es su opinión respecto a su peso y altura.

	Es menor de lo que me gustaría	Coincide con el/la que me gusta tener	Es mayor de lo/la que me gustaría
1 creo que mi peso			
2 creo que mi altura			

Por favor, señale la influencia (mucha, poca o ninguna) que tienen en su Vd., las siguientes personas, a la hora de tomar decisiones sobre su propia imagen personal (dietas, alimentación, complementos, etc.).

	Mucha	Poca	Ninguna
1 La opinión o comentarios de las personas de mi familia.			
2 La opinión o comentarios de mis amigos/as.			

3 La opinión o comentarios de mis compañeros de trabajo.			
4 Los consejos que los especialistas en temas relacionados con la imagen personal (estilistas, diseñadores, nutricionistas, etc.) dan por los distintos medios de comunicación			
5 La imagen personal que tienen, o anuncian, los/as modelos o personas públicas que considera atractivas.			

Por favor, indique si a lo largo de su vida, ha realizado en alguna ocasión (una vez), o en más de una ocasión (varias veces), algún tipo de dieta en los casos u ocasiones que figuran a continuación.

	Varias veces	En una ocasión	Nunca
1 Realizar dieta para engordar.			
2 Realizar dieta para adelgazar.			
3 Realizar dieta obligado/a por motivos de salud.			
4 Realizar dieta por motivos estéticos.			
5 Realizar una dieta con control médico.			
6 Realizar una dieta sin control de médicos u otros profesionales.			

En cuanto a las siguientes cuestiones, por favor, indique si las suele realizar

con mucha frecuencia, bastantes veces, ocasionalmente (pocas veces) o nunca.

	Con mucha frecuencia	Bastantes veces	Ocasionalmente	Nunca
1 Pensar en ponerme a dieta.				
2 Comprar productos dietéticos (Ej.: desnatados, light, sin azúcar, 0,0%, etc.).				
3 Depilarme alguna parte de mi cuerpo.				

Respecto a las siguientes cuestiones, por favor, indique cuál la ha hecho ya alguna vez (*lo he hecho*), cuál no la ha hecho, pero le gustaría hacer (*me gustaría hacerlo*), cuál no la ha hecho, pero no descarta hacer (*no descarto hacerlo*), y cuál no la haría nunca (*no lo haría nunca*).

	Lo he hecho	Me gustaría hacerlo	No descarto hacerlo	No lo haría nunca
1 Tomar anabolizantes o esteroides para aumentar mi masa muscular.				
2 Tomar una dieta alta en proteínas o complejos proteínicos para aumentar mi masa muscular.				
3 Tomar diuréticos o productos que eliminen grasas o líquidos.				
4 Operarme alguna parte de mi cuerpo por motivos estéticos.				
5 Bronceado artificial (spray moreno, etc.).				

Por favor, conteste con un SÍ o un NO a los siguientes enunciados, según sean o no ciertos

en su caso.

	Sí	No
1 Sé cuál es mi IMC (Índice de masa corporal).		
2 Si mejorara mi imagen personal mi autoestima subiría.		
3 He tenido problemas en mis relaciones sociales debido a que las otras personas pensaban que mi imagen personal no era la adecuada.		
4 He tenido problemas de salud por preocuparme en exceso por mi imagen corporal.		
5 Me he informado siempre de las ventajas e inconvenientes, antes de utilizar un producto o servicio relacionado con mi imagen personal.		
6 Tengo problemas de salud o molestias (dolores de rodilla, espalda, debilidad, cansancio excesivo, etc.), debido a que mi peso no es el adecuado.		
7 Creo en los efectos terapéuticos de los productos publicitados (almohadas, pulseras, mantas, etc.).		

Le rogamos que señale a continuación, marcando con una cruz en la casilla correspondiente, la frecuencia (siempre, con frecuencia, algunas veces o nunca) en la que, en su caso, son ciertos los enunciados siguientes relacionados con su alimentación. Si tiene dudas trate de elegir la opción que crea que más se aproxima a su caso.

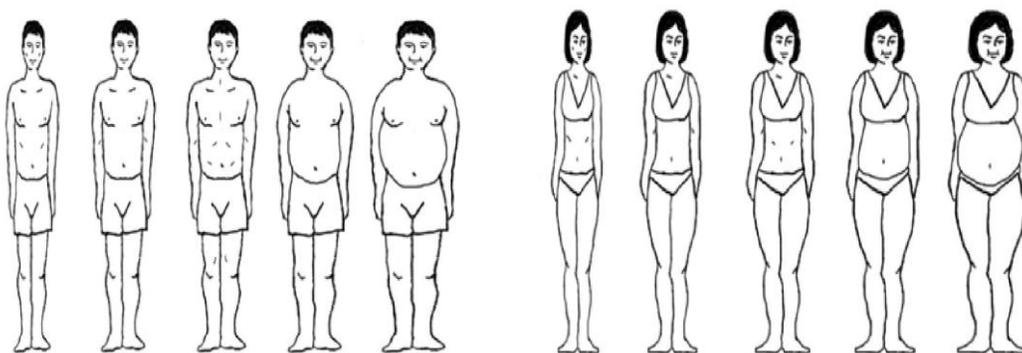
	Siempre	Con frecuencia	Algunas Veces	Nunca
1 Tomo algunos complementos alimenticios que mejoran mi imagen corporal (quema grasa, aumento del gasto energético, diuréticos, laxantes, saciantes, etc.).				
2 Tomo sustitutos de comida para mejorar mi imagen corporal (barritas y batidos de Biomanan, Biocentury, Fyгур System, etc.).				

Por favor, valore de 1 a 10 su grado de satisfacción respecto su imagen corporal, siendo 1

nada satisfecho/a y 10 muy satisfecho/a:

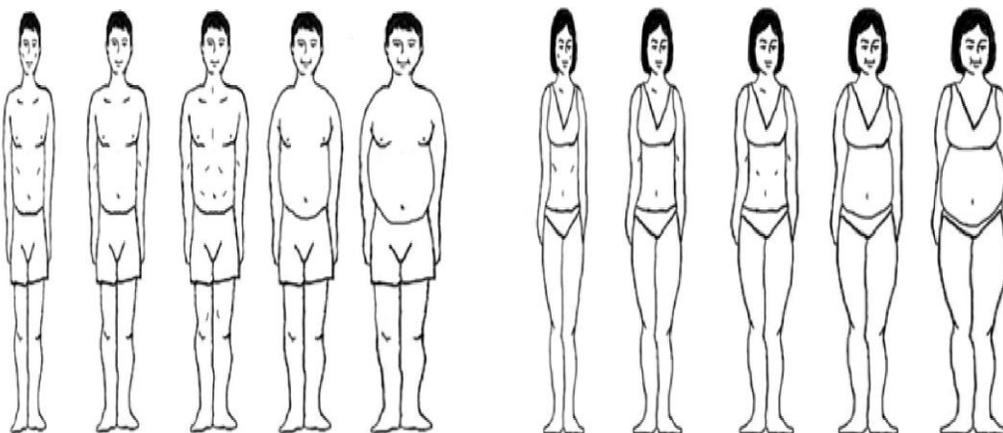
Nada satisfecho/a	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Muy satisfecho/a
-------------------	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	------------------

Por favor observe estas figuras y coloque una cruz en la que crea que más se aproxima a su propia imagen corporal.



--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Por favor, observe estas figuras y coloque una cruz en la que más se aproxima a imagen corporal que le gustaría tener:



--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Si tiene algo más que comentar, respecto a tu imagen personal y/o corporal, y sus hábitos de consumo relacionados con ellas, que no figure en las anteriores preguntas; le agradeceríamos que lo hiciera constar:

¡Muchas gracias por su colaboración!