



AETCA
Asociación Española
para el Estudio de los
Trastornos de la Conducta
Alimentaria

12°
CONGRESO

Más allá del cuerpo
TCA y problemas relacionados con el peso
ZARAGOZA, 14 - 16 de noviembre de 2019
Paraninfo de la Universidad

Youtube como apología de la dismorfia muscular: el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Dr. José I. Baile Ayensa

Universidad a Distancia de Madrid





Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Introducción

- ↯ Hasta el 30 % de los jóvenes y adolescentes están insatisfechos con su imagen (McCabe, Ricciardelli, & Banfield, 2001).
- ↯ En los últimos años se ha observado un incremento de los trastornos relacionados con el peso y la imagen corporal en hombres (Limbers, Cohen, & Gray, 2018).
- ↯ La dismorfia muscular (DM) es un trastorno, específicamente masculino, donde el deseo del cambio de la imagen corporal, incrementando la masa corporal, se lleva al extremo. (Cunningham, Griffiths, Mitchison, Mond, Castle, & Murray, 2017).
- ↯ Antaño, las estrategias que podrían considerarse insanas para promover un incremento rápido y exagerado del tamaño muscular (aspecto de características obsesivas en la DM), como es el consumo de ciertas sustancias ergogénicas, se aprendían y practicaban en círculos cerrados de practicantes culturismo o entre usuarios de ciertos gimnasios, donde se creaba una subcultura provigoréxica (Baile, 2005).
- ↯ Hoy en día la generalización de las redes sociales e internet, se ha convertido en una nueva fuente directa para adquirir información sobre cómo realizar prácticas para desarrollar masa muscular, como es el consumo de esteroides anabolizantes, permite su utilización desde la individualidad.





Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Introducción

- ↪ YouTube empezó en 2005, y es el segundo sitio más visitado del mundo después de Google (Alexa, 2019; Khan, 2017).
- ↪ YouTube sirve como un espacio muy atractivo para publicar contenido y compartirlo, tanto para creadores de contenido amateur, como para compañías de medios (Xu, Park, Kim y Park, 2016).
- ↪ El consumo de vídeos se ha generalizado entre la población, siendo un referente en la nueva cultura de internet. Según Pew Research, el uso del sitio para compartir videos en línea mostró un aumento constante, en el que aproximadamente el 33% de los adultos de EE. UU. había publicado un video en un sitio en línea (Anderson, 2015).
- ↪ En mayo de 2019 se subían 500 h de vídeo cada minuto (Statística, 2019).
- ↪ El contenido generado por el usuario en forma de comentarios puede alentar aún más la interacción y discusión del usuario, y dar la impresión de un sitio web activo donde todos están y, por lo tanto, se agrega a la credibilidad general (Kraut y Resnick, 2011).





Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Objetivo

- ↯ El propósito de la investigación es conocer si, en una fuente habitual de internet, como es Youtube, existen vídeos para informar y explicar cómo se pueden consumir esteroides anabolizantes para el desarrollo muscular.
- ↯ De igual forma analizar las características de estos vídeos en cuanto a formato, autor y seguimiento por usuarios de la plataforma.



Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Método

- Se ha realizado una revisión entre enero y marzo de 2019 en Youtube, con las palabras y expresiones “ciclarse” “esteroides anabolizantes”, seleccionado aquellos vídeos, en español, que explicaran cómo se deben consumir esteroides, que tuvieran, al menos, 10.000 visualizaciones.



Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Resultados

Se han hallado 14 vídeos en español, con alto seguimiento, donde se explica cómo realizar un ciclo de consumo de esteroides anabolizantes, o cómo lo realizó el autor, o los efectos positivos de hacerlo. Los vídeos son realizados en su mayoría por usuarios de gimnasio sin identificación de ser un profesional de la salud.



Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Resultados (9 vídeo más significativos)

Enlace	Se identifica al presentador como profesional de la medicina.	Visualizaciones	Ok/Ko	Comentarios	Se mencionan productos concretos/como conseguirlos
https://www.youtube.com/watch?v=3xZHGtgAe2M	No	34.328	1100/58	103	Si/SI
https://www.youtube.com/watch?v=MOvNcjr3bgk	No	171840	3900/181	544	Sí/no
https://www.youtube.com/watch?v=6gT1JPmZ3j0	No	12.638	612/38	181	Si/no
https://www.youtube.com/watch?v=sUYgEFYSwuE	No	367311	5500/669	1134	Si/no
https://www.youtube.com/watch?v=GgbOJ2j7gxM	No	17309	765/25	259	Si/no
https://www.youtube.com/watch?v=h_pZitdcs2k	No	268211	4900/215	793	Si/no
https://www.youtube.com/watch?v=AUWyhW0GTZI	No	194331	4500/160	698	Si/no
https://www.youtube.com/watch?v=iUV7o6jk8jA	No	18055	357/49	91	Si/no
https://www.youtube.com/watch?v=CxIH_ISi6A	No	82726	292/329	350	Si/no



Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Resultados

Tipos de vídeos:

- 1.- Comentarios en primera persona, con la imagen del usuario, indicando cómo hacer el ciclo.
- 2.- Gráficos, hojas Excel , pizarras...sin la imagen del usuario, indicando cómo hacer el ciclo.
- 3.- Comentarios en primera persona, con la imagen del usuario, dando recomendaciones para el ciclo o comentando sus efectos.



Youtube como apología de la dismorfia muscular:
el caso del uso de esteroides anabolizantes.

Discusión-Conclusiones

- 1.- Youtube se ha convertido en una fuente de información para realizar prácticas ergogénicas que podrían favorecer la DM y su retroalimentación.
- 2.- En Youtube existen vídeos tutoriales donde obtener información de cómo realizar un ciclo de anabolizantes esteroideos.
- 3.- La promoción del consumo de esteroides anabolizantes desde una plataforma de internet es una práctica poco ética y de dudosa legalidad. Se debe valorar que, si dado que el autocontrol en el internet y redes sociales no parece factible, deberían establecerse dinámicas de autolimitación en ciertas plataformas o a través de las administraciones públicas, en aquellos casos que se promueva conductas favorecedoras de la DM, igual que se hacen en otros ámbitos de prevención de la salud.



Referencias bibliográficas

Alexa, R. E. P. O. R. T. E. (2019). The top 500 sites on the web. Recuperado Noviembre, 2019 de <https://www.alexa.com/topsites>.

Anderson, M. (2015). Facts about online video, for YouTube's 10th birthday. *Pew Research Center Fact Tank: News in the Numbers*. Recuperado de <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2015/02/12/5-facts-about-online-video-for-youtubes-10th-birthday/>

Baile, J. I. (2005). *Vigorexia ¿cómo reconocerla y evitarla?* Madrid: Editorial Síntesis.

Cunningham, M. L., Griffiths, S., Mitchison, D., Mond, J. M., Castle, D., & Murray, S. B. (2017). Muscle dysmorphia: An overview of clinical features and treatment options. *Journal of Cognitive Psychotherapy*, 31(4), 255-271.

Khan, M. L. (2017). Social media engagement: What motivates user participation and consumption on YouTube?. *Computers in Human Behavior*, 66, 236-247.

Kraut, R. E., & Resnick, P. (2011). Encouraging contribution to online communities. *Building successful online communities: Evidence-based social design*, 21-76.

Limbers, C. A., Cohen, L. A., & Gray, B. A. (2018). Eating disorders in adolescent and young adult males: prevalence, diagnosis, and treatment strategies. *Adolescent health, medicine and therapeutics*, 9, 111-116. doi:10.2147/AHMT.S147480.

McCabe, M. P., Ricciardelli, L. A., & Banfield, S. (2001). Body image, strategies to change muscles and weight, and puberty: Do they impact on positive and negative affect among adolescent boys and girls?. *Eating behaviors*, 2(2), 129-149.

Statista, 2019 Statista Hours of video uploaded to YouTube every minute as of May 2019 Retrieved from: <https://www.statista.com/statistics/259477/hours-of-video-uploaded-to-youtube-every-minute/>

Xu, W. W., Park, J. Y., Kim, J. Y., & Park, H. W. (2016). Networked cultural diffusion and creation on YouTube: An analysis of YouTube memes. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 60(1), 104-122.