Percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal

Nataly Valverde Mazuera

Andrea Rojas Artunduaga

Institución Universitaria Antonio José Camacho

Facultad De Ciencias Sociales Y Humanas

Trabajo Social

Cali-Colombia

2017

Percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal

Nataly Valverde Mazuera

Andrea Rojas Artunduaga

Trabajo de grado para obtener el título de trabajadoras sociales

Directora: Magister. Gloria Irina Castañeda Gamboa.

Institución Universitaria Antonio José Camacho

Facultad de Ciencias Sociales y Humanas

Trabajo Social

Cali-Colombia

2017

PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LOS JÓVENES DE UN CENTRO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO FRENTE A LA INFLUENCIA SOCIAL DE LA CULTURA FITNESS SOBRE LA CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

Nota de aceptación

Aprobado por el Comité de Grado en cumplimiento de los requisitos exigidos por la Institución Universitaria Antonio José Camacho para optar por el título de Trabajadoras Sociales.

Jurado

Jurado

Santiago de Cali, 3 de octubre de 2017

Dedicatoria

Primeramente, agradecemos a nuestra directora de tesis, Gloria Irina Castañeda, por su asesoría y dedicación a nuestro proyecto de grado, el tiempo dedicado a revisar cada nueva versión y su paciencia con nosotras en este proceso de investigación que abordamos por vez primera, fue clave y enriquecedor para nuestra formación.

Agradecemos de igual modo a nuestras familias, su amor, su apoyo, su paciencia y su acompañamiento lograron que el proceso de realizar este trabajo de investigación fuera mucho más llevadero.

Finalmente, agradecemos la colaboración de todos los participantes de este estudio que hicieron que este trabajo de investigación fuera posible.

Tabla de contenido

Resumen 8

Introducción 9

Capítulo 1: El proyecto de investigación 11

1. Antecedentes 12

2. Planteamiento del problema y justificación 18

3. Objetivos de la investigación 21

i. General 21

ii. Específicos 21

Capítulo 2: Una aproximación a la ubicación histórica-geográfica-económica y social del objeto de estudio. 21

1 Ubicación Geográfica del objeto de estudio 22

2 Ubicación histórica-económica y social del objeto de estudio 23

Capítulo 3: La Cultura Fitness como práctica social 26

1. Socioconstruccionismo 26

1.1. Teoría de la atribución causal 27

a. Construcción social de juventud 28

b. Construcción social de la imagen corporal 29

c. Percepción 31

d. Actitudes 32

e. Cultura.....33

f. Cultura Fitness 33

Capítulo 4: Un acercamiento al ámbito legal del objeto de estudio.....35

Capítulo 5: Método, tipo y técnicas para el alcance del objeto de estudio. 36

1. Diseño metodológico del estudio 36

2. Muestra (Participantes) 37

3. Categorías.....38

4. Procedimiento de recolección de información 41

5. Procedimiento de análisis de los datos.....41

6. Aspectos éticos.....41

Capítulo 6: Descripción de las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal.....42

1. Descripción de las percepciones frente a la Cultura Fitness 42

1.1. Categorías emergentes.....42

2. Descripción de las percepciones frente a la imagen corporal 43

2.1. Categorías emergentes.....44

3. Descripción de las actitudes positivas frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal 46

3.1. Categorías emergentes.....46

4. Descripciones de las actitudes negativas frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal. 48

4.1. Categorías emergentes.....49

Capítulo 7: Discusión y análisis de las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social sobre la configuración de la imagen corporal. 50

1. Gran parte de los jóvenes se perciben como esbeltos y proporcionados ...52

2. La imagen corporal en los jóvenes causa el deseo de perfección 53

3. La imagen del cuerpo como productora de identidad. 54

4. La salud como discurso de control social bajo la forma del Fitness.....54

5. Relaciones interpersonales facilitadoras de la exclusión en la Cultura Fitness 55

6. Medios masivos de comunicación como influyentes de la poca participación social en los jóvenes. 56

Fortalezas de este estudio.....56

Limitaciones.....57

Conclusiones generales 57

Recomendaciones.....59

Referencias.....60

Anexos.....66

Índice de tablas

Tabla 1: Composición de participantes…….37

Resumen

PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LOS JÓVENES DE UN CENTRO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO FRENTE A LA INFLUENCIA SOCIAL DE LA CULTURA FITNESS SOBRE LA CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

Esta investigación tuvo como objetivo identificar las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal. La importancia de este estudio radica en que la práctica social Fitness permite la ampliación y comprensión de un conjunto de fenómenos sociales que influencian la subjetividad y por ende, los modos en cómo los individuos se relacionan entre sí, que esconden mecanismos de control que provienen del sistema capitalista. En ese orden de ideas, se consideró importante el tomar en cuenta las percepciones y las actitudes de los jóvenes, lo que direccionó a este estudio a manejar una perspectiva metodológica de investigación cualitativa con un diseño exploratorio y descriptivo. A causa de esa direccionalidad se encontró pertinente el uso de entrevistas semi-estructuradas, que permitieron visualizar que los participantes de este estudio perciben su imagen corporal como proporcionada, pero imperfecta; se ven influenciados por los discursos que los medios de comunicación y las redes sociales ofertan y transmiten en torno al cuerpo como un objeto preciado, lo cual supone seguir las tendencias y modas del momento para embellecerlo. A raíz de esos hallazgos se concluye que a pesar de que la Cultura Fitness ofrece una sensación de saciedad, esa emoción es temporal, que se reemplaza por la mirada del cuerpo incompleto, lo que genera que las personas restrinjan y esquematicen sus rutinas con el fin de obtener su imagen corporal deseada.

Palabras clave: Cultura Fitness, Fitness, actitudes, percepciones, jóvenes

Abstract

The following investigation identifies the perceptions and attitude about Fitness culture and its capability to influence how self-image is built in a group of young people that attends a Fitness center in Santiago de Cali. The importance of this investigation lies on the fact that the social practice of Fitness allows wider and better comprehension of a group of social phenomenon that influence subjectivity and thus the ways how individuals interact with each other, that hide control mechanisms that come from the capitalism system. Because of that, it was believed it was important to take in consideration perceptions and attitudes of young people which directed this study to a qualitative kind of investigation with an exploratory and descriptive design. Because of that it was very relevant the use of interviews, that allowed the visualization of how people perceive their self-image: proportioned but imperfect; they see themselves being influenced by the messages of social media about the body as a precious object that suppose following trends to adorn it. As result of those findings it is exposed that even though fitness culture offers a satisfaction related emotion, that sensation is temporary, that it’s replaced by the look of an incomplete body, that causes that people restrict and schematize their routines in order to get their ideal body image.

Key words: Fitness culture, Fitness, attitudes, perceptions, young people.

Introducción

PERCEPCIONES Y ACTITUDES DE LOS JÓVENES DE UN CENTRO DE ACONDICIONAMIENTO FÍSICO FRENTE A LA INFLUENCIA SOCIAL DE LA CULTURA FITNESS SOBRE LA CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN CORPORAL

Actualmente en Colombia la Cultura del Fitness ha tomado mucha fuerza, especialmente los medios de comunicación divulgan y promueven constantemente diversidad de prácticas de belleza y de alimentación esenciales para el logro de un cuerpo bello y sano; prácticas que incluyen fuertes restricciones alimentarias de productos que son considerados no saludables, sumado al ejercicio de rutinas físicas muy exigentes (El Universal, 2015). El sector empresarial también está involucrado en la Cultura Fitness y su interés se ha centrado en realizar el análisis del negocio y las ganancias que representa el ofrecer productos y servicios relacionados con el Fitness en una época focalizada en la imagen, en las redes sociales y en la belleza (El Nuevo Siglo, 2016).

En este orden de ideas, el trabajo de análisis documental del fenómeno Fitness nos generó interesantes interrogantes, especialmente los relacionados con las explicaciones, significaciones y atribuciones que las personas dan a la Cultura Fitness y las consecuencias que conlleva. A partir de esos interrogantes se propuso para este trabajo investigativo identificar las percepciones y actitudes de un grupo de jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal. Para lograr llegar a una respuesta se tomaron como base el paradigma socioconstruccionista, la teoría de la atribución casual y posteriormente los conceptos de percepción, Cultura Fitness, juventudes, imagen corporal y las actitudes. Se propuso trabajar tres objetivos específicos: conocer desde la percepción de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico, la concepción sobre Cultura Fitness; describir las percepciones que tienen los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico sobre la imagen corporal y, por último, describir las actitudes de los jóvenes de este estudio frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal.

En lo que respecta a Colombia se han realizado pocas investigaciones frente a la Cultura Fitness. Los temas más relacionados han resultado ser tanto los cercanos al deporte, como la estética y la imagen corporal, pero han sido enfocados desde campos de conocimiento como la Antropología y las Artes, pero no desde el Trabajo Social, por lo que se considera que esta tesis representa un aporte para la disciplina desde las percepciones y actitudes que tienen los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness y cómo ello influye sobre la configuración de la imagen corporal.

Para la realización de este trabajo de investigación se contó con la colaboración de un centro de acondicionamiento físico, ubicado en la ciudad de Santiago de Cali llamado

VertigeGym, en donde se aplicaron las entrevistas semiestructuradas que permitieron la recolección de la información. En lo que corresponde a cómo se organizó esa investigación, se partió de unas categorías iniciales que giraron en torno a las percepciones y actitudes, un proceso realizado por las dos investigadoras con el apoyo de la directora de tesis. Posteriormente, a partir de las categorías iniciales del estudio se codificaron los datos, con la ayuda del programa Atlas Ti, para obtener como resultado las categorías emergentes.

Esta tesis se encuentra organizada por apartados: primero se presenta una descripción de los antecedentes de las investigaciones que se han realizado frente al tema, la justificación y los objetivos planteados. Enseguida, se abordan los marcos teóricos-conceptuales que atraviesan la investigación, principalmente el socioconstruccionismo como paradigma, la teoría de la atribución casual que marca la pauta frente a los conceptos de percepción, Cultura Fitness, juventud, imagen corporal y actitudes. Luego, la estrategia metodológica que incluye diseño de estudio, muestra, categorías, procedimiento de recolección de información, procedimiento de análisis de datos y aspectos éticos. Después, se expone el marco contextual, legal, y por último las referencias bibliográficas y dos anexos que representan el cuestionario y el cuadro de categorías de análisis de este estudio.

Capítulo 1: El proyecto de investigación

1. Antecedentes

En el siguiente punto se pretendió ofrecer una mirada amplia a la temática del Fitness, con diversos temas relacionados y dentro de la visión de diferentes investigadores desde varias perspectivas de conocimiento, tanto a nivel nacional como internacional.

Desde el ámbito nacional se encuentran artículos como el desarrollado por González, C., Aristizabal, I., López, C., Montoya, G., Urrego., A & Muñoz, N. (2011) quienes analizan las percepciones sobre el ideal estético presente en algunos jóvenes, que se generan a través de interacciones con otros sujetos con características similares en un contexto determinado y este a su vez se encuentra rodeado de la cultura consumista, que construye un ideal de cuerpo de medidas precisas, dejando de lado para estos jóvenes la autenticidad y lo diferente y en algunos casos, llegando a medidas que ponen en riesgo su salud. Por tanto, los jóvenes recurren a diferentes prácticas corporales, para alcanzar el ideal estético de imagen construida desde su imaginario.

También otro aspecto relacionado con la estética es el factor cosmético, abordado también desde autores nacionales quienes en sus resultados de investigación lo interpretan como lo siguiente:

La cosmética entendida como la tendencia a adornar el cuerpo ya sea con fines propiamente estéticos o no, es una de esas prácticas humanas cuyo rastro se pierde en la historia de la cultura; es claro que sus usos y significados no sólo varían en el tiempo sino que en cada momento histórico lo cosmético participa en la conformación de las identidades, la definición de los estatus y la jerarquía social (Hernández, 2013, p.70).

Así mismo algo relacionado con lo anterior, es la incidencia del consumo en la imagen corporal, según Hernández (2013) las lógicas del consumo masivo evitan un ejercicio de auto-reconocimiento. De acuerdo, con esa afirmación es de importancia resaltar la línea de influencia de los medios de comunicación, con la venta de imágenes prefabricadas sobre lo ideal, el estereotipo de cuerpo; cómo debe lucir el cuerpo y qué pasos debe cumplir para llegar a él.

En este orden de ideas otros estudios como el de Castañeda (2010) develan el declive del universo simbólico representado en el lenguaje, la cultura y la educación. Ello produce una serie de efectos como: la pulverización de los lazos sociales que son reemplazados por el individualismo, la competitividad feroz, la falta de solidaridad y el interés desbordado por imágenes en los medios publicitarios, donde se crean ideales de belleza.

Así mismo la autora deduce en sus resultados de investigación, la agresividad que se presenta por medio de manifestaciones de marginalización y discriminación, cuando un sujeto se confronta con otro que no aparenta una imagen corporal a la impuesta socialmente. Además de esto Depino (citado en Castañeda, 2010) plantea como la actualidad es llamada también la sociedad de la imagen, argumentando la omnipresencia de representaciones físicas como objetos de consumo en cualquier individuo, dejando de lado la reflexión subjetiva ante este fenómeno.

Otra temática relacionada con la sociedad actual es lo que Foucault denominó el cuerpo dócil, que hace referencia al cuerpo que claudica ante factor disciplinante que embarga a las sociedades modernos al estar en la búsqueda de una imagen ideal, una imagen que es obsesiva y que los encauza a la objetivación de sí mismos y a regular sus acciones dentro de la sociedad (Foucault, citado en Barrera, 2011). A su vez, Foucault habla de que los cuerpos dóciles en sí son útiles en el sentido de siguen mecanismos de disciplina y obediencia y reducen al máximo la desobediencia (Foucault, citado en Barrera, 2011). En complemento de Foucault, Charry (2012) plantea la importancia de integrar las dimensiones biológica y social sobre el cuerpo como procesos mutuos que generan grandes efectos individuales y colectivos en la sociedad. A su vez plantea la dificultad metodológica en la investigación sobre el cuerpo, ya que este concepto suele diluirse en la cotidianidad de los individuos por los constantes criterios culturales dentro de su entorno (id, 2012).

Además de lo anterior, otro aspecto emergente en la Cultura Fitness es el uso de herramientas digitales para su propagación, según Millington (citado en Martínez, 2016) quien relaciona lo anterior con el sistema económico contemporáneo el cual, divulga diferentes practicas Fitness a través de medios como aplicaciones y teléfonos celulares. Así mismo, Martínez (2016) analiza como el Fitness ha acaparado todos los escenarios sociales, al punto de introducirse en el ámbito político como la promulgación de programas gubernamentales contra la obesidad y el surgimiento del Consejo Presidencial sobre el Fitness, Deportes y Nutrición, estos últimos, presentes en los Estados Unidos.

Algo muy similar con la sociedad digital actual, se encuentra en el planteamiento de Martínez y Tortajada (citados en Mafla, 2016) quienes exponen como en las Redes Sociales, específicamente en Facebook se están fomentando estereotipos de género, haciendo uso del análisis de distintas fotografías de jóvenes, que en su mayoría de imágenes de perfil posan en frente de un espejo, reflejando la mayoría de su cuerpo en ellas; además se visualizan

fotografías en diferentes posiciones corporales, dejando así expuestos los tipos de cuerpo que se encuentran enmarcados en la moda juvenil.

En distinto apartado, se encuentran otros autores nacionales como Rodríguez, Camacho y Alvin (2015) al igual que autores internacionales como Montero, Maureen y Moncada (2008) conciben el cuerpo como una construcción a partir de parámetros culturales postmodernos y a partir de una construcción que se logra en el transcurso del ciclo de vida del individuo, incidiendo también las percepciones de otros. Además, se devela la concepción de imagen corporal desde cuatro ejes: el perceptual (desde la percepción del cuerpo como un todo), el cognitivo (valoraciones hacia el cuerpo), el afectivo (sentimientos hacia el cuerpo) y el conductual (referentes a las conductas que se tiene frente al cuerpo, según la respectiva percepción). Por tanto, al entrar en un estado de insatisfacción, da como respuesta algunos trastornos como la vigorexia.

Relacionado con la temática, se encuentran también autores internacionales como Martín (2015) quien expone la incidencia de la imagen corporal en el desarrollo de factores como, el auto concepto y la autoestima que inciden en la construcción de personalidad de preadolescentes y adolescentes. Por tanto, se señala que: “el auto concepto y, posteriormente, la autoestima son parte esencial y relevante para dicha configuración disponiéndose en dos potentes armas para el desarrollo de la personalidad integral del individuo” García, Gonzáles-Pineda, Gonzáles-Pumariega y Nuñez (citados en Martín, 2015, p. 1).

Además de lo anterior, otros autores abordan el tema de la imagen como Vaquero-Cristóbal, Raquel, Alacid, Fernando, Muyor, José María, & López-Miñarro, Pedro Ángel. (2013) quienes en sus resultados definen la imagen corporal como la representación que hace nuestra mente de nuestro propio cuerpo y plantean también como la edad tiene una fuerte incidencia en el tipo de percepción corporal. Los autores analizan como desde los nueve años se genera una percepción de imagen basada en la delgadez del cuerpo y ya luego en la adolescencia este índice es aún más alto comenzando con hábitos de restricción alimentaria. Con respecto a los jóvenes los autores afirman que algunos estudios son contradictorios, porque afirman que los adolescentes están más insatisfechos con su imagen y otros afirman que son los jóvenes quienes presentan mayor insatisfacción en su percepción corporal.

Aparte de esto, los autores estudian datos sobre la relación entre algunos deportes y la imagen corporal, presentando lo siguiente:

De hecho, los Trastornos de la Conducta Alimentaría –TCA– se presentan con relativa frecuencia en deportes en lo que es importante el control del peso corporal, tales como

gimnasia rítmica, patinaje artístico o deportes de resistencia. Confirmado esto, se ha encontrado que la percepción de la imagen corporal depende fuertemente del tipo de deporte, siendo las personas que realizan actividades de Fitness las que poseen peor imagen corporal (Alacid, López, Muyor y Vaquero 2013, p. 35).

Algo relacionado con las anteriores investigaciones sobre el deporte son los planteamientos que a continuación presenta Sossa (2015) quien se centra en los diferentes significados y valores que construyen y al mismo tiempo buscan lo que el determina son los habitantes de los gimnasios (Culturistas o Fitness) en su cotidiano entrenamiento; algunos efectos como el dolor, el cansancio y el sudor configuran el prestigio, el carácter, la decisión y la sabiduría, ya que según en sus resultados de entrenamiento físico los participantes pueden representarse ante la sociedad como un sujeto distinto, por medio de su dedicación, perseverancia y responsabilidad, de acuerdo a la imagen que representa corporalmente.

Además de lo anterior, cabe explicar algunas diferencias entre el Fitness y otros deportes planteados por Maguire citado en (Sossa, 2015) quien afirma que existen diferencias entre los usuarios Fitness y los usuarios culturistas. Por un lado, los primeros se enfocan no sólo en el entrenamiento en los gimnasios, sino también en la conservación de un cuerpo natural, energético, ágil y esbelto. A diferencia de los culturistas, que buscan el desarrollo muscular ya sea por estética o competencias en lo laboral.

Siguiendo la línea de los centros de acondicionamiento físico, se encuentra los resultados de investigación de Galarza (2014) quien llama a estas organizaciones Gimnasios, las cuales se basan en fines comerciales por medio de cuerpos esbeltos y saludables, muchos de estos se rigen por técnicas normalizadas de acuerdo al contexto. De acuerdo con Galarza (2014) los cuerpos presentes en estos lugares suelen ser diversos pero siempre respondiendo al discurso occidental, encontrando que algunos responden más a modelos consumistas y otros a cuerpos de alto rendimiento-en el caso de fisiculturistas o culturistas.

Algo similar con lo anterior son los planteamientos de Capetri (2011) quien plantea como el deporte puede interpretarse como un aspecto cultural que traspasa el estilo de vida individual a un estilo de vida colectivo, que se ve presente en la cotidianidad y no sólo se puede percibir por medio de espectáculos, sino también se percibe por medio de símbolos. En tanto que el Fitness en la Contemporaneidad promueve una práctica deportiva que fomenta la individualización, el culto a la delgadez como estereotipo de estar en buena forma y nuevas formas de satisfacciones amarradas a la imagen del cuerpo.

Relacionado con la temática de la imagen que plantea Capetri (2011) se encuentra Kogan (2003) quien analiza al cuerpo como resultado de una construcción dada dentro de las sociedades, puesto que las personas se encuentran inmersas en un tiempo y en una sociedad particular, aparte la autora expone como el cuerpo representa a las estructuras familiares y culturales de cada región según tradiciones históricas. Sin embargo, con la llegada de la globalización la imagen del cuerpo queda reducida a un solo estereotipo mundial.

Continuando con los planteamientos de Kogan, se encuentra otra de sus investigaciones posteriores en el año (2005) donde hace una crítica a los gimnasios, ya que reproduce la idea de que se necesita de un reflejo o imagen estético ideal para sentirse incluido en la sociedad contemporánea, confiriéndole a la imagen del cuerpo la capacidad de proveer identidad y aprobación social a los sujetos. Además, de que estos tipos de pensamiento abren más la brecha entre hombres y mujeres, definiendo estereotipos de género femenino y masculino, llevando a la marginalización a personas que no cumplen con estos estándares.

De acuerdo a lo anterior, la Cultura Fitness construye ciertos significados comunes como concepciones de cuerpo; ciertas prácticas comunes como la frecuencia de gimnasios; ciertos criterios comunes, como el tipo de ropa a utilizar y tipo de actividades físicas que inciden en la construcción de una identidad social, ya sea a partir de ciertas características provenientes de una clase social (Kogan, 2005), un ejemplo de lo anterior, es lo que se presenta a continuación:

Más afín, podríamos señalar que el ideal del <cuerpo clásico> (serio, controlado, individual y medido) del sector medio-alto dialoga fácil y fluidamente con el ideal del cuerpo performativo del sujeto Fitness (nada en exceso en los placeres y nada librado al juego o al azar) (Bajtín, citado en Kogan, 2005) Mientras tanto, el ideal del <cuerpo grotesco> (excesivo, incontrolado, abierto y dispuesto a la contaminación) parece predominar en los sectores medio-bajos en los que incluso, la práctica de ejercicios no vislumbra como ideal el cuerpo esbelto (Kogan, 2005, p. 17).

Por último, la autora concluye en su investigación que el sujeto de la Cultura Fitness performa su cuerpo como un constante cambio y movimiento, para construir en él un ideal, trasladando ese mismo estilo de performar su cuerpo a performar su vida cotidiana dentro del contexto de la postmodernidad.

Algo muy relacionado con lo anterior, Sossa (2011) plantea que las sociedades actuales han pasado de tener necesidades de existencia a tener necesidades artificiales,

nutridas por los sistemas de producción de industrias multinacionales, que se valen de la publicidad y la moda de turno para promover distintos productos dietéticos, cremas de belleza, medicamentos naturales. Así pues, el mercado masivo ha convertido el cuerpo en un medio de distribución de productos, ya que el cuerpo bello vende (Sossa, 2011).

En este orden de ideas, se encuentra autores como Rodríguez (2014) quienes en su investigación interpretan y desarrollan algunas de las ideas frecuentes en el Fitness como estilo de vida. Algunos de los aspectos, como reemplazar el uso de cualquier tipo de transporte para elegir caminar, pasar a comprar en el mercado diferentes productos Fitness como una actividad familiar, también suele atribuirse ciertos discursos con base en la positividad y por último, se presentan transformaciones en los encuentros cotidianos interpersonales, centrándose por ejemplo, en las frecuentes salidas deportivas con los amigos.

A partir de estos planteamientos, se encuentran otros autores como Aladro (2015) quien presenta en su investigación la incidencia de las redes sociales en la promulgación de comunidades virtuales alrededor de temáticas de actividad física. El autor pone de ejemplo el caso de Yesweplay -Aplicación que organiza actividades deportivas presentes en celulares de alta gama o en Tablet- que con una gran cantidad de usuarios refleja en esta red, las interacciones entre ellos por medio de categorías como búsqueda de actividades deportivas, grupos, players, monitores, profesores, instalaciones, torneos y pruebas deportivas, además de chats, perfiles de usuarios y notificaciones, entre otros aspectos.

También otra red de organización fitness es “Movimientoimparable” -Comunidad de Facebook, compuesta por deportistas fitness- cuyos elementos de interacción entre sus usuarios, son temáticas relacionadas con culturismo, nutrición, motivación y métodos de entrenamiento.

Relacionado con lo anterior, Gómez (2012) cuestiona el campo de la estética dirigida solo a los usos del cuerpo y no a las representaciones o símbolos culturales, que yacen dentro de la imagen del cuerpo. A partir de esto, la autora presenta la semejanzas entre las concepciones de cuerpo y máquina, las cuales, comparten la misma sociedad de control en donde los cuerpos suelen ser manipulados y moldeados al igual que las maquinas en un contexto liderado por el crecimiento de la tecnología global.

De acuerdo a las características de la Cultura Fitness presentadas anteriormente, a continuación se relaciona el Fitness como un campo empresarial, según planteamientos de Landa (2014) quien analiza los cambios presentes en los Clubes y Gimnasios desde comienzos del siglo XXI, caracterizándolos como organizaciones que en su gran mayoría

tienen por propietarios a administradores de empresas. En los gimnasios el instructor se concibe como un mediador estratégico entre las demandas del cliente y los intereses de la organización; los instructores pasan del ámbito vocacional al ámbito comercial. Por esto, se exponen las características que debe presentar el instructor del gimnasio según la autora, en el marco actual del fitness – managerial -se refiere a una definición relacionada con el aspecto gerencial o administrativo de una empresa:

La implicación subjetiva del coordinador se establece en directa correlación con su desempeño que se mide en función de la respuesta de la clientela. Para cumplir con este objetivo, todos los empleados deben reconocer la necesidad de incorporar los nuevos valores culturales que privilegian el servicio al cliente y que se reflejan en esfuerzos pro-activos para su satisfacción (Landa, 2014, p. 23).

2. Planteamiento del problema y justificación

Según Veblen (2005, citado en Landa, 2016) el movimiento Fitness surge como consecuencia de los procesos de un consumismo considerable hacia finales del siglo XX en Estados Unidos. Estos procesos nacen como respuesta al discurso que predomina en dicha época en el campo de la salud en términos de lo higiénico y lo sanitario, que luego serán precursores del establecimiento de una industria del Fitness (Smith Maguire, citado en Landa, 2016).

Si bien se tiene conocimiento de los diferentes beneficios del Fitness en relación al mejoramiento de la salud a partir de una buena alimentación y de una actividad física constante para combatir el sedentarismo, Galarza (2014), Capetri (2011) y Kogan (2003) concuerdan en que la Cultura Fitness llevada al extremo acarrea una serie de efectos negativos, como la restricción alimentaria y el ejercicio físico extenuante en la búsqueda de la esbeltez o del músculo. Este tipo de pensamiento y prácticas del culto al cuerpo esbelto que se conjugan en un estilo de vida no se han construido por sí solos, los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la promulgación de la Cultura Fitness, pues asumen el rol de actores que influencian a las masas a través de la publicidad y los comerciales. Ahora bien, la práctica del Fitness es hija de un estilo de vida postmoderno que nace del modelo socio-político y económico denominado neoliberalismo, con la consecuente consigna de la liberación de los mercados y la globalización. En esta aldea global se incuban diversidad de ideales entre los que se encuentran los relacionados con la imagen corporal,

edificada en la contemporaneidad sobre la base de la delgadez. Se deriva de ello, un menú de actividades físicas practicadas en los gimnasios, que por cierto cobran vida a partir de este fenómeno, como lugares para ejercitar actividades físicas que ascienden al rol de deporte contemporáneo, cuyo resultado es la obtención de cuerpos de mujeres y de hombres correspondientes al ideal de belleza implantado en la sociedad. Cabe señalar que ello trae marginalización y discriminación, particularmente de aquellos que no se corresponden a estos estereotipos (Kogan, 2003).

Según Sossa (2011) las sociedades actuales han cambiado su perspectiva frente a lo que se concibe como una necesidad de satisfacción primordial congruente con los intereses de la población; en su lugar, aparecen nuevos artefactos expuestos en sofisticadas plataformas de publicidad, donde variados comerciales financiados por la industria capitalista develan las nuevas tendencias del momento, que despliegan un abanico de opciones que oscilan entre productos alimenticios, productos de dieta, cosméticos, cremas de belleza, medicamentos naturales, aparatos de gimnasia, etc. Idearios que taladran silenciosamente la mente de las sociedades actuales a tal punto que lo que importa hoy por hoy es la imagen bella del cuerpo.

En esta vía, estudio de la práctica social denominada Fitness permite la ampliación y comprensión de un conjunto de fenómenos sociales que influencian de modo complejo la subjetividad y por ende, los modos de relación en la vida cotidiana de los sujetos, pues de tras de ello, subyacen finos mecanismos de control social agenciados en parte por el capitalismo (Sossa, 2011).

Por consiguiente, investigar este fenómeno social es trascendental dado los efectos que produce en la vida de los sujetos y sus modos de construcción de lazos sociales, que desde la influencia de la Cultura Fitness se caracterizan por el individualismo y la preponderancia del cuerpo. En la actualidad importa poco a los sujetos establecer interacciones con los otros que le rodean, y mucho menos concernirse en las problemáticas sociales que les circunda, pues estas pasan a un segundo plano; interesa cada día más la imagen que proyecta el cuerpo, el cual es modificado conforme las tendencias pasan; queda solo una imagen que parece o que aparenta ser acorde con el imperativo de belleza contemporáneo (Castañeda, 2010). Así pues, se desvía la atención de los sujetos en aspectos simbólicos como la cultura y la educación que tienen injerencia en la construcción de posturas críticas dentro de sus diferentes círculos y roles dentro de la sociedad. Ahora bien, un pensamiento contemporáneo enquistado en el culto a la imagen trae como consecuencia algunas conductas agresivas que se manifiestan a través de la marginalización y la

discriminación hacia otras personas, puesto que no se acepta otros ideales de belleza diferentes a lo impuesto en la sociedad actual (Castañeda, 2010).

Esta investigación estuvo dirigida a la población de jóvenes de edades entre los 15 y 30 años, ya que según Alacid, Lopez, Muyor y Vaquero (2013) la edad tiene una fuerte influencia en la percepción corporal, puesto que, desde los nueve años se comienza a construir una imagen basada en la delgadez, luego en la adolescencia es aún más fuerte con el uso de hábitos de restricción alimentaria. Además, los autores plantean que en algunos estudios se establece que los adolescentes y los jóvenes son quienes están más insatisfechos con su imagen corporal.

Para el caso particular de las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, esta investigación brindó gran importancia a los significados particulares, a las valoraciones o acciones que los jóvenes generan a partir de llevar un estilo de vida acorde a criterios culturales. Lo que representó un aporte a las Ciencias Sociales ya que permite analizar otro fenómeno social en este caso la Cultura Fitness y las interacciones interpersonales alrededor de esta; esto en comparación con los diversos estudios de distintas disciplinas en este campo de conocimiento, que se enfocan también en el análisis de la vida colectiva y los fenómenos e interacciones que se presentan en este, según planteamientos de Puga (2009).

Aparte de los planteamientos anteriores, se pudo apreciar el aumento de discriminación y marginalización por cuenta de estereotipos de belleza predominantes en la sociedad actual que a su vez se encuentran alienados a parámetros capitalistas y contribuyen a la obstaculización de la reflexión crítica y subjetiva a nivel social. Por tanto, esta investigación permitió a nivel disciplinar comprender los diferentes efectos sociales que puede presentar un determinado fenómeno que entorpece los principios de autonomía y respeto a la diversidad humana los cuales precisamente defiende el Trabajo Social, según la Federación Internacional de los Trabajadores Sociales (FITS) citado en el Consejo Nacional de los Trabajadores Sociales (CONETS, 2015).

Así mismo, el conocer las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, permitió generar más conocimientos de las distintas realidades sociales que a su vez se convierten en objetos de intervención en la disciplina, en este caso en el escenario de intervención con jóvenes donde se aporta a la generación de

conocimientos sobre las características de un fenómeno que es actual y que está presente en su entorno, además da a conocer la construcción propia de sus significados, sus valoraciones y sus formas de actuar en torno a este fenómeno, lo anterior se relaciona con los planteamientos del CONETS (2015).

Por lo anterior, la pregunta general que se intentó responder es la siguiente: ¿Cuáles son las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal en Santiago de Cali?

3. Objetivos de la investigación

i. General

Identificar las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal en Santiago de Cali.

ii. Específicos

- Conocer, desde la percepción de los jóvenes de a un centro de acondicionamiento físico, la concepción sobre cultura Fitness.
- Describir las percepciones que tienen los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico sobre la imagen corporal.
- Describir las actitudes que tienen los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal.

Capítulo 2: Una aproximación a la ubicación histórica-geográfica-económica y social del objeto de estudio.

1 Ubicación Geográfica del objeto de estudio

Para dar comienzo al contexto de las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, fue necesario abordar este objeto de estudio comenzando con su ubicación territorial. Esta investigación se ubicó en Colombia (Figura 1), específicamente en la capital del departamento del Valle del Cauca (Figura 2).

Figura 1. Mapa de Colombia
Fuente: Google Maps (2017)

Figura 2. Mapa del departamento del Valle del Cauca
Fuente: Google Maps (2017)

Luego de lo anterior fue necesario presentar algunas de las características de la ciudad, que según datos de la Alcaldía de Santiago de Cali (2014) es considerada la segunda cuidad principal del país, siendo el epicentro sobre el pacifico colombiano.

Además, cifras del Departamento Nacional de Estadística DANE 2016 estiman que hay un total de población de 2'420. 000, entre estas cifras se encuentra que 1'156. 839 son hombres y 1'263. 275 son mujeres. También se estima que su población es joven afirmando que el 60% es menor de 40 años (Alcaldía de Cali, 2014).

Por último, se presentan determinadas características del centro de acondicionamiento físico en donde se desarrolló este estudio. Este lugar se encuentra ubicado al sur de la ciudad, cuyo objetivo principal es promover actividades de entrenamiento físico, por medio de clases personalizadas o grupales. Además de contar con servicios de atención al público, servicios de estética como trata de reductores, servicios de mercado Fitness (suplementos alimenticios, productos dietéticos y vitaminas) servicios de quimioterapia y por ultimo servicios de masajes y fisioterapia, que encuentran dirigidos a toda la población, desde adolescentes hasta adultos mayores.

2 Ubicación histórica-económica y social del objeto de estudio

Además de su ubicación geográfica existen otros aspectos que permitieron analizar con mayor profundidad la investigación y por ende, se hizo necesario terminar el análisis contextual con su ubicación histórica, económica y social que a continuación se presenta.

Los Estados Modernos a finales del siglo XIX y comienzos del siglo XX. Según Napolitano (2012) requirieron del establecimiento de un imaginario social que promoviera el cuidado del cuerpo, la salud, la higiene y el repudio por la enfermedad entre otros aspectos. Para esto, se establece el concepto de salud instaurando en la corporalidad de los sujetos determinadas prácticas a seguir.

Para Napolitano (2012) en el siglo XIX se promueve un ideal de sujeto por medio de lineamientos como la formación del ciudadano fuerte, habilidoso, eficiente, veloz, limpio, sano y feliz. Además, dicho ideal se convierte en referencia para la sociedad del siglo XX que con el paso de los años establece la práctica de la gimnasia aeróbica, primero en los Estados Unidos, y luego, a nivel internacional:

En esta vía se insertan todos aquellos discursos productores de una "verdad", planteados y configurados por la medicina, los cuales fueron retomados en el marco de las prácticas del *aerobic* para legitimarse en el espacio social en la década del 80, y así ser utilizados años más tarde por las empresas del Fitness (Napolitano, 2010, p.10).

Al mismo tiempo y en el transcurso del siglo XX en la sociedad contemporánea se observa que:

> El propósito crucial y decisivo del consumo en una sociedad de consumidores […] no es satisfacer necesidades, deseos o apetitos, sino en convertir y reconvertir al consumidor en producto, elevar el estatus de los consumidores al de bienes de cambio vendibles (Bauman citado en Sossa, 2011, p. 33).

Por tanto el capitalismo actual, según Sossa (2011) manipula los deseos de las personas, con el fin de responder y sostener el mercado masivo, atendiendo a nuevas necesidades alrededor del culto al cuerpo y la belleza física. Llama la atención la permutación que se realiza, pues, a diferencia de épocas anteriores en las que el control social se generaba por medio de instituciones como la cárcel o la escuela, vemos en la contemporaneidad como el control social se traslada al campo de la imagen corporal, de la promoción y el establecimiento de estereotipos de belleza.

Siguiendo con lo anterior el modelo neoliberal como forma actual del capitalismo se establece a finales del siglo XX en diferentes países, entre ellos, los países latinoamericanos. Este modelo según Bautista (2008) se entiende como un proceso que adopta ideas del liberalismo clásico para promover distintos puntos, algunos como: menor intervención del Estado en la economía, desregulación y libertad del mercado, liberalización de las telecomunicaciones y apertura a la competencia internacional de las transnacionales, provocando cambios a nivel cultural, como la gestación de distintos estereotipos basados en el mercantilismo y la libertad de consumo, la homogenización de culturas, y modos de pensar basados en el modelo de la sociedad estadunidense.

Según Costa y Rodríguez (2010) el Fitness surge en la sociedad neoliberal convirtiéndose en un dispositivo que permite a los individuos regularse o gobernarse por sí mismos de acuerdo a preceptos atribuidos por la imagen, por medio de prácticas que son ejercidas desde el gimnasio hasta las cirugías estéticas. Deleuze, (citado por Costa y Rodríguez ,2010) plantea que en la sociedad contemporánea el proceso de control se transforma a partir de normas que se modifican de acuerdo al *marketing.*

Siguiendo con la idea del Fitness, Veblen (citado en Landa, 2016) este fenómeno surgió en Estados Unidos a finales del siglo XX como consecuencia del consumo y como respuesta a la demanda de productos relacionadas con un estilo de vida saludable, convirtiéndose en la solución a los diferentes problemas como: el sedentarismo, el estrés, la obesidad, la depresión y la flacidez que caracterizaba a la población de ese momento, introduciendo en su cotidianidad diferentes prácticas Fitness que se fundamentaban en la salud.

Así mismo a finales del siglo XX en algunos países de América Latina como Argentina se radicó para la década de los noventa el Fitness, a partir de un conjunto de imágenes, sonidos, tecnologías, productos, agentes y cuerpos, promovidos por una gran cantidad de empresas conocidas como industrias Fitness (Landa, 2016).

En otros países como Colombia, según Cotera (2008) la preocupación por el cuerpo y la belleza física como algo básico para el ser humano comenzó a introducirse a finales de la década de los 90 y con mayor auge a comienzos del siglo XXI, aumentando el ingreso de jóvenes a los gimnasios. En este periodo crece también la necesidad de ocuparse del aspecto de salud, surgiendo así centros enfocados en este punto y su relación con la belleza, como la organización BodyTech en 1997 en la ciudad de Bogotá.

Actualmente y de acuerdo con lo expuesto por el periódico El Tiempo (2015) Colombia tiene un mercado sobre el estilo de vida saludable cada vez más creciente, que se relaciona con la moda y el establecimiento de nuevos centros deportivos en el país. A su vez, el artículo señala que este mercado crece un 25% anualmente, (El Tiempo, 2015). Uno de los referentes más significativos en el país es la marca de gimnasio extranjera 'BodyTech', que registró en el año 2014, 157,553 millones de pesos en ingresos operacionales con un crecimiento de 32,2% en comparación al 2013 que obtuvo 119,124 millones de pesos. Adicional a eso, la empresa cuenta con 68 sedes con 151,000 afiliados alrededor del país.

Por otro lado, un aspecto que también se tuvo en cuenta es el de la alimentación. De acuerdo con la plataforma Portafolio, es cada vez común la compra de alimentos con características de bajo en grasas, sodio, carbohidratos y azúcar, puesto que se afirma que el negocio del Fitness acoge desde los alimentos hasta los gimnasios, los adelgazantes, entre otros (Portafolio, 2013).

Llama la atención como se inserta en estos paradigmas e imperativos de salud y belleza los discurso de la 'narcoestética' (de la mirada de lo atractivo a raíz del narcotráfico en Colombia), que en los ochenta representó un cambio en lo que se consideraba estéticamente bello. Así las cosas, el cuerpo de la mujer se trasmuta a un nuevo orden donde la ostentación del cuerpo es requisito para poder ser elevado a la categoría de bello. (El Tiempo, 2015).

Actualmente, las cirugías plásticas juegan un papel fundamental, y ello lo revela las cifras tan altas que cada año se realizan especialmente las mujeres: 420,000 procedimientos de este tipo, de los cuales 300,000 son invasivos y los 120,000 restantes no. Entre los primeros se encuentran las cirugías de senos, lipoescultura y en los segundos la toxina

botulínica y los procedimientos láser (La República, 2014). Se afirma de igual modo que Colombia ocupa el sexto lugar a nivel mundial con respecto a procedimientos de este tipo, considerando que las ciudades donde más se realizan son Bogotá, Cali, Medellín, Barranquilla y otras ciudades pequeñas como Bucaramanga y Pereira (La República, 2014).

En este sentido, la ciudad de Santiago de Cali, es considerada como líder a nivel internacional y nacional en la industria de las cirugías plásticas, realizando altas inversiones en clínicas dotadas de infraestructura, equipos médicos de última tecnología, especialistas de diferentes lugares del mundo con gran calidad y experiencia, lo que le ha otorgado una buena reputación para ser un escenario propicio de este tipo de procedimientos (García, 2016).

En este orden de ideas según estudios de Gómez y González (citado en García 2016), Cali es una ciudad que se ha esforzado por mantener un carácter de diseño y un enfoque corporal con las escuelas de modelaje, el maquillaje, los centros de acondicionamiento físico, los tratamientos faciales y corporales concentradas en zonas residenciales.

Cabe señalar que en Colombia la Cultura Fitness, se presenta una gran problemática por la cantidad de muertes por causa de malos procedimientos de cirugías o tratamientos estéticos. Según el director de Medicina Legal, en el país se ha incrementado en un 130 por ciento las muertes por cirugías estéticas; a diferencia de 13 casos en el 2015 se pasa a 30 casos en el 2016. El rango de edad de las víctimas oscila entre 20 y 30 años, 9 de ellas correspondían al sexo masculino y la cifra restante al sexo femenino. Por último, el director de Medicina Legal agrega que donde más se presentan este tipo de casos son en las ciudades de Cali, Medellín y Bogotá (El Tiempo, 2017).

Capítulo 3: La Cultura Fitness como práctica social

1. Socioconstruccionismo

Para dar respuesta a la pregunta de investigación en derredor de las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, se partió del paradigma socio-construccionista que intenta, según Gergen (citado en Ibáñez, 2011) plantea que el

construccionismo social tiene como objetivo principal clarificar los modos o las formas como las personas construyen las descripciones y explicaciones de las cuestiones que se les presentan en el mundo en el que interactúan. Estas formas no nacen de la naturaleza, sino que resultan de las interacciones de los individuos entre sí.

Bajo los planteamientos de Bruffe (citado en Gergen, 2007) acerca de los trabajos desde el construccionismo centrados en el discurso, el diálogo y la construcción conjunta de significados, se logró otorgar validación a la construcción de significados a la imagen corporal y la Cultura Fitness, a partir de la interacción entre grupos de los jóvenes. Por otro lado, al Gergen (citado en Agudelo y Estrada, 2012) resaltar al construccionismo social como diferente frente a otras posturas ideológicas, a causa de incluir otros conceptos que representan las formas como se entiende el mundo y la mente, que están sujetos a cambios, es decir, que pueden ser debatidos y refutados y, que basa las acciones humanas en las relaciones con lo grupal, otorgaron validación a las actitudes de los jóvenes dentro de sus grupos sociales, puesto que son expresiones, valoraciones y tendencias a actuar frente a la Cultura Fitness con el fin obtener una imagen ideal.

Por otro lado, Ibáñez (2011) observa como el construccionismo social tiene su punto focal en la construcción de la realidad de los individuos y los colectivos a partir de sus relaciones dentro de la cotidianidad. A eso se suma que a partir de la construcción de significados que realizan los individuos de modo colectivo se reconoce el origen de la historicidad de lo social, visualizada en la cotidianidad donde se gestan constantemente cambios y transformaciones a medida que transcurren y/o suceden eventualidades de distinto tipo. A partir del planteamiento anterior, los discursos tomaron fuerza dentro de los grupos de jóvenes, puesto que las interacciones y los vínculos entre individuos se ven afianzados cuando se comparten las mismas actividades y se comparten ideas sobre la Cultura Fitness, por lo que el significado no es el conjunto de las perspectivas individuales de cada joven sino que es la unidad que representa una idea homogeneizada, una idea grupal que conlleva una tendencia a actuar.

1.1. Teoría de la atribución causal

La importancia de la teoría de la atribución causal radicó en la relevancia que se le atribuye a las percepciones y explicaciones que los jóvenes hacen frente a la Cultura Fitness y su imagen corporal, que se ven marcadas por su subjetividad. Según Jaspars & Hewstone

(citados en Castañeda 2016) pretende explicar en la vida cotidiana, la causa del comportamiento propio y el de los demás. Además, permitió visibilizar las actitudes de los jóvenes frente a la Cultura Fitness desde su cotidianidad, que Ibañez (2011) plantea es otra de las características de la teoría de la atribución causal: el intentar entender la forma en la que ofrecemos explicaciones a las conductas de las que hacemos uso en el cotidiano. Las percepciones entonces, son importantes porque otorgan importancia a acciones determinadas, siempre y cuando se mantenga en cuenta la manera como se realizan las atribuciones, puesto que tienden a poseer un carácter subjetivo frente a la realidad social y a las personas. La teoría de la atribución causal permite analizar diversidad de fenómenos sociales, como la participación social, la deserción escolar, y la práctica del Fitness entre otros.

Además de lo anterior, Heider (citado en Crespo, 1982) plantea que la teoría de la atribución causal debe tomarse como un momento de la interacción personal, mediada por factores personales y sociales, tales como las actitudes, las creencias y el estatus y los sentimientos personales de quienes interactúan. Así mismo, se deben tener en cuenta factores como el poder o capacidad y la intención de un individuo en realizar una acción en particular, además de los factores que se encuentran dentro de la persona y los que se encuentran en el entorno (Heider, citado en Crespo, 1982). Con respecto a lo anterior, la teoría de la atribución causal representó no solamente el proceso de la construcción de significados desde la mirada de los jóvenes sino también los significados que construyen en colectivo, por medio de las interacciones y redes de relaciones de las que son parte.

a. Construcción social de juventud

Por otro lado, al considerarse que la población de este estudio son los jóvenes, se considera el planteamiento de Morch (citado en Alpízar et al, 2003) al afirmar que el concepto de juventud se enmarca en estructuras dadas por las instituciones como la escuela y el trabajo, que existen para dar respuesta a necesidades dentro de la sociedad. En complemento a esa afirmación, Margulis y Urresti (citados en Patiño, 2009) plantean que hay distintas formas de ser joven y que en la ciudad moderna las juventudes son múltiples y varían en relación con características de clase, lugar donde se vive y la generación a que pertenecen. Las afirmaciones anteriores tuvieron por utilidad el visualizar cómo los jóvenes se ven a sí mismos dentro del territorio en donde están, cómo sus necesidades se ven priorizadas y cómo sus rutinas cambian a medida que se internan en la Cultura Fitness.

Con respecto al elemento de identidad, Taguenca (2009) señala que al calificar a los jóvenes como potencial para futuro se les descalifica de significado en el presente o de una especie de adulto prematuro. Sin embargo, lo juvenil se relaciona con aspectos como atributos ideológicos, valores y ritos de los jóvenes, y al universo simbólico en el que se encuentran multiplicidad de objetos como la moda y los bienes de consumo al igual que la música el lenguaje y las prácticas culturales. En esta vía, Marguilis y Urresti (citados en Patiño, 2009) señalan que la juventud es encausada y manipulada hacia fines de tipo estético o como fetiche publicitario, y su conversión en mito más mediático contribuye por un lado, a evaporar la historia acumulada en el cuerpo y en la memoria, y por otro lado, al uso de los jóvenes como objetos de consumo y por ende a un auge de la industria de las prótesis, las cirugías, las dietas y gimnasios, orientados a visibilizar los signos exteriores y no la juventud misma. Con las afirmaciones anteriores, se pudo observar cómo los jóvenes aceptan las tendencias del mercado, la manera como ven su cuerpo, las formas como los medios de comunicación intervienen en su toma de decisiones y sus tendencias a actuar frente a esos factores.

Otro aspecto a considerar frente al tema de juventud es el expuesto por Feixa (citado en Alpízar y Bernal, 2003), quien afirma que las conductas juveniles previenen de las experiencias de los jóvenes en un nivel grupal y se expresan al colectivo en estilos y formas de vida alternativos que se enmarcan en dos tipologías: maneras de pasar el tiempo libre y espacios de encuentro en la vida institucional. A su vez, Feixa (citado en Alpízar et al, 2013) señala que a partir de la creación de esas formas de vida nace a su vez lo que él determina como “micro-sociedades juveniles” que poseen grados de autonomía sobre las “instituciones adultas”. Al hablar de micro-sociedades, el autor afirma que estas hacen referencia a sociedades subalternas, diferenciadas de las culturas hegemónicas y sin intencionalidad de integrarse con ellas. Con respecto a lo expuesto anteriormente frente a las juventudes, la importancia del planteamiento radicó en la visión que se tiene de los jóvenes, cómo son sus comportamientos, sus tendencias a actuar con otras personas, sus relaciones y si su identidad se modifica al estar dentro de un colectivo, que generalmente comparte percepciones y actitudes frente al Fitness.

b. Construcción social de la imagen corporal

Al tomarse en consideración la importancia de la imagen corporal, puesto que es la configuración de ella la que se estudia en la investigación a partir de influencia social que

experimentan los jóvenes, se expone el planteamiento de Schilder (citado en Raich, 2004) al describir la imagen corporal como la representación mental del cuerpo que cada individuo construye en su mente. Sin embargo, otros autores como Bemis y Hollom (citados en Raich, 2004) afirman que es necesario diferenciar entre representación interna del cuerpo y los sentimientos y actitudes hacia él, puesto que las valoraciones influyen en el autoconcepto. Al respecto, Rosen (citado en Raich, 2004) expone la idea de que la imagen corporal es el conjunto entre lo que se percibe, imagina, siente y actúa frente al propio cuerpo y como consecuencia se pueden visibilizar niveles de satisfacción e insatisfacción, preocupación, ansiedad, etc. Con respecto a los planteamientos anteriormente expuestos, la relevancia de ellos en este estudio tuvo su raíz en cómo la imagen corporal de los individuos se configura a partir de la influencia que ejerce la Cultura Fitness sobre ellos, cómo se ven a sí mismos y cómo ven a los demás y, por supuesto, las valoraciones, los sentimientos y emociones que traen consigo esas visiones.

Thompson (citado en Raich, 2004) considera que al momento de estudiar el concepto de imagen corporal se deben tomar en cuenta tres componentes: el primero de ellos el perceptual, que se refiere a la precisión con que se describe al cuerpo en términos del tamaño, ya sea en un nivel de sobrestimación (percepción del cuerpo en dimensiones mayores) o de subestimación (percepción del cuerpo en dimensiones menores al que corresponde); subjetivo, que hace referencia a actitudes, valoraciones y sentimientos frente al peso, el tamaño u otros aspectos del cuerpo y por último el componente conductual, referente a las conductas que se asumen con respecto al cuerpo como el exhibicionismo o el decoro. Ese planteamiento fue importante en este estudio debido a que los individuos fitness tienen una visión clara frente a su corporalidad, lo que conlleva a no sólo estar consciente de su cuerpo sino tener sentimientos y/o emociones y a tener una tendencia a actuar frente a él.

Además del concepto de imagen corporal, Rosen (citado en Raich, 2004) plantea que un aspecto importante a considerar es el de los trastornos que define en los sujetos como una preocupación desproporcionada frente a un defecto imaginario o exagerado de la apariencia física. Entre los criterios diagnósticos del trastorno se encuentran: preocupación excesiva por un defecto imaginado en una persona aparentemente normal. La preocupación se traduce en un impedimento para desenvolverse de forma satisfactoria en el ámbito laboral, social u otros y por último la preocupación pasa a un plano más complejo que se trasluce por la presencia de otro trastorno de orden mental, como la anorexia nerviosa (APA, citado en Raich, 2004). Lo anterior tuvo por relevante en esta investigación, la observación de la forma en cómo los

jóvenes manejan su imagen corporal y los sentimientos, emociones y tendencias a actuar que supone el alcanzar su imagen ideal o por el contrario el lidiar con la sensación de no estar en la capacidad de alcanzarla.

c. Percepción

A razón de que era necesario abordar las visiones y perspectivas de los jóvenes para conocer su realidad era necesario tener claro el concepto de percepciones, por lo que se tuvo en cuenta el planteamiento de Stoetzel (citado en Castañeda, 2016) que plantea el percibir como comprender, por ende debe encontrarse un significado previo frente a ese algo que se percibe. En el ejercicio de lograr ese grado de percepción se requiere de elementos culturales que son construidos socialmente y apropiados por los individuos. A partir de esa visión, el autor plantea que cada grupo cultural posee una perspectiva particular frente a su construcción de percepción. A su vez, Kant (citado en Castañeda, 2016) señala que las variables de tiempo y espacio han sido ampliamente analizadas en lo que corresponde a la percepción, puesto que son dos elementos puros de intuición sensible y no representan realidades per se. Stoetzel (citado en Castañeda, 2016) plantea que fueron los psicólogos franceses quienes llegaron a la conclusión que tanto el tiempo como el espacio representan variables pertenecientes a las visiones de la realidad. Un ejemplo ilustrativo de esta afirmación es el de las visiones de los adultos mayores frente al futuro, puesto que para ellos este término se encuentra excluido, la concepción lineal de vida no se usa y la interrupción de las actividades no molesta (Castañeda, 2016). Retomando la variable del espacio, Stoetzel (citado en Castañeda, 2016) señala que la percepción de esta variable revela diferencias interesantes con relación al paradigma que recreamos. Por ejemplo, existe una gran diferencia entre las sociedades occidentales como la de Austria, en la que existe flexibilidad al momento de establecer y cumplir horarios laborales en comparación con la anglosajona y la francesa que implementan un factor de rigidez a estos compromisos, a la planificación y a la productividad.

Por otro lado, Ibañez (2011) plantea que la percepción es un proceso que involucra la recolección de información a partir del uso de nuestros sentidos, mientras que la percepción social hace referencia a la percepción de personas y a cualquier objeto o relación que tenga significado social. Asimismo, involucra la percepción que se edifica en torno a un objeto y es particular en comparación a un individuo, porque las percepciones se acompañan de un significado particular que permite que se clasifique la información, se atribuyan

características y se distingan por ser sociales a razón de ser consecuencia de las relaciones que se construyen entre individuos. La relevancia de este planteamiento en esta investigación fue el de poder conocer las percepciones que realizan los jóvenes frente a la imagen corporal y la Cultura Fitness, que son ideas que están cargadas de significado a partir de las relaciones con otros jóvenes que permiten la construcción de nuevos significados.

d. Actitudes

Al considerar la importancia del concepto de actitudes para este estudio, que según Krech (citado en Sánchez, Ramos y Marset, 1994) es un sistema de valoraciones tanto negativas como positivas, estados de ánimo y tendencias a actuar en pro o en contra con respecto a un objeto social. Por otro lado, Fishbein y Ajzen (citados en Sánchez et al, 1994) plantean que las actitudes son una predisposición aprendida de forma consistente en valorar de forma favorable o desfavorable un objeto específico. Bajo la mirada de Krech (citado en Sánchez et al, 1994) las actitudes se ven caracterizadas por factores de valencia como referentes al valor positivo o negativo, dirección referida al grado de cercanía o lejanía respecto al objeto; intensidad que se refiere al sentimiento que genera el objeto; ambivalencia a partir de los componentes favorables o desfavorables que se encuentran inmersos en la actitud; centralidad o grado de importancia del objeto de actitud para el individuo y por último la flexibilidad referente a la facilidad de modificación.

Por otra parte, se observaron no sólo las tendencias a actuar de los jóvenes sino también el grado de importancia que le atribuyen a la Cultura Fitness y los elementos que forman parte de él, que tiene que ver con lo que Ortega (citado en Sánchez et al, 1994) plantea que debe hacerse al estudiar las actitudes: estudiar a la persona y el objeto de la actitud en un contexto específico y, que tiene que ver con lo planteado por De Montmollin (citado en Sánchez et al, 1994) al hablar sobre objeto de actitud, que es cualquier elemento diferenciable del mundo social, por lo que cualquier objeto puede transformarse en un objeto de actitud, pero no lo es para la mirada de todo el mundo o para todo el tiempo. Señala que muchas veces los objetos de la actitud tienen este calificativo a partir del grado de importancia que le otorga la sociedad, es decir, que los objetos actitudinales pueden representar problemas a los que los miembros responden de maneras distintas.

Ortega (citado en Sánchez et al, 1994) identifica una serie de características comunes que abrigan al concepto de actitud: es una predisposición a actuar, es aprendida, dirigida hacia un objeto, persona o situación, incluye dimensiones cognitivas, afectivas y

eventualmente conductuales y, por último, todo ello está organizado estructuralmente de forma que el cambio en uno de los componentes cambia los demás. El anterior planteamiento permitió visualizar a las actitudes de los jóvenes no sólo como tendencias a actuar sino también los factores que la catapultan, más específicamente, frente a la Cultura Fitness y su imagen corporal.

e. Cultura

El planteamiento sobre la cultura tuvo su utilidad al observar la visión de los jóvenes como un grupo que se otorga características propias. Al respecto, Cuche (2002) plantea que la palabra cultura para el siglo XX tiene dos concepciones: Una de carácter particularista y la otra universalista, que hacen referencia a la unidad y a la diversidad, respectivamente. A partir de los distintos cambios y posturas dadas en las siguientes décadas, el término de cultura se modifica por culturación, de modo tal que puedan valorarse el carácter dinámico y el carácter continúo como movimiento de confrontación y dialogo que caracteriza al término. A pesar de lo anterior, Cuche (2002) afirma que la cultura surge a partir del inconsciente y la identidad, que es un término relacionado con la cultura, surge de un pensamiento consciente que genera patrones de inclusión y exclusión o lo que él denomina como diferenciación cultural.

Por otro lado, Velherst (citado en Molano, 2007) expone que la cultura es algo vivo, compuesta por elementos tanto del pasado como por aquellos que se desarrollan y se inventan constantemente. A su vez, plantea que la cultura posee una función de estimación de sí mismo que abriga de forma tanto individual como colectiva. Tomando en cuenta el aspecto colectivo mencionado anteriormente, Krotch (citado en Naidorf, 2011) plantea que los agrupamientos humanos construyen un sistema de conversaciones compartidas, es decir, generan entre ellos diferentes aspectos comunes como significados, creencias y símbolos, los cuales comparten un orden específico dentro de un contexto determinado. La autora afirma también que estos aspectos comunes dentro de un agrupamiento humano, inciden en la construcción de identidad y además se genera cierta línea de acción que regula sus prácticas sociales. Lo anterior fue importante debido a que la Cultura Fitness contiene un factor de colectividad que les otorga significados y representación a los jóvenes, puesto que nacen de la homogeneización de posturas de pensamiento, en este caso de percepciones y actitudes frente a la Cultura Fitness y la imagen corporal.

f. Cultura Fitness

Dada la importancia de la conceptualización de la Cultura Fitness para conocer las percepciones y actitudes de los jóvenes a partir de su influencia, Dietrich (citado en Landa, 2011) plantea que Fitness surge de la confluencia de las motivaciones individuales de 'querer estar en forma' con las tendencias sociales o modas, que al inicio se dirigen generalmente a la búsqueda de una imagen corporal delgada y a la resistencia de distintas enfermedades y su prevención, pero que eventualmente se ven eclipsadas por objetivos de resistencia física, es debido a eso que ocurre la esquematización del entrenamiento.

Debido a la alta importancia otorgada a las percepciones y las actitudes frente a la Cultura Fitness, al cómo los jóvenes actúan frente a los requerimientos de la Cultura Fitness, ya sea en aceptación o rechazo y cómo sus tendencias a actuar cambian conforme se ven más involucrados con la Cultura Fitness, se toma en cuenta los estudios de Foucault (citado en Landa, 2011) al denominar como autocrítica los trabajos sobre las políticas del cuerpo y los individuos, en los que señala que existe un enfoque exagerado frente al cuerpo como ente biológico o como referente físico que disminuyen su potencialidad interpretativa en el aspecto teórico. Lo anterior puede conectarse fácilmente con lo que más tarde Foucault (citado en Landa, 2011) denomina "dispositivo" para el análisis de la gubernamentalidad, que se refiere, en su sentido más simple, a la conducción de la conducta, en este caso de una forma guiada que tiene por intención afectar la conducta de alguna persona o personas (Gordon, citado en Arguello, 2015). Berger (citado en Landa, 2011) define al dispositivo como: "un conjunto de prácticas, saberes e instituciones cuyo objeto es administrar, gobernar, controlar y orientar, en un sentido que se supone útil, los comportamientos, gestos, pensamientos de los hombres". Estos dispositivos, según Agamben (citado en Landa, 2011) representan otra figura dentro de las relaciones, los mecanismos y los juegos de poderes. Dentro de esos juegos de poderes, Rose (citado en Landa, 2011) señala que el lenguaje es el dispositivo de los dispositivos que inscribe al Fitness como un artefacto de (auto) gestión corporal que impulsa a los individuos a seguir regímenes de (auto) gobierno, comprendiendo al Fitness como un dispositivo corporal y simbólico que genera subjetividad. El por qué los dispositivos funcionan dentro de los juegos de poder es retomado por Deleuze (citado en Landa, 2011) al afirmar que los dispositivos se comportan como una red o como una malla en movimiento, son movibles, dinámicos y tienen una alta capacidad de unirse, tensarse y desplazarse con otros dispositivos o en sí mismos y es a consecuencia de estos elementos que puede adaptarse fácilmente a la dinámica propia de la Cultura Fitness y sus discursos.

Por otro lado, el Fitness incluye un elemento de sistematización, que se encuentra incluido en lo que Dietrich (citado en Landa, 2011) denomina como "entrenamiento de Fitness". Este tiene como principal objetivo el mejorar la capacidad de rendimiento a partir de una mayor sistematización del ejercicio, de la frecuencia en la que se ejecuta y del aumento de las cargas que se utilizan. El factor de régimen que posee el Fitness es abordado por el autor quien afirma que: "es un estado de rendimiento psicofísico que nos esforzamos conscientemente por alcanzar mediante el entrenamiento, la alimentación selectiva y una actitud vital sana que va más allá de un bienestar en cuanto salud". El factor de sistematización es importante en este estudio puesto que involucra las tendencias a actuar de los jóvenes dentro de la Cultura Fitness, teniendo en cuenta la esquematización de sus ejercicios, sus restricciones alimentarias, entre otros factores.

Esa sistematización puede visualizarse fácilmente al dividir la primera parte del término, en donde se encuentran los factores que Raluy (2004, citado en Landa) plantea que determinan las directrices que conforman su lógica: frecuencia, intensidad y tiempo (FIT) lo que permite observar las interacciones que surgen entre quien entrena, el entrenador y las planificaciones del entrenamiento. Estas interacciones se llevan a cabo en los clubes y en los gimnasios, que son espacios en donde se ofrece el bienestar a las personas sedentarias, que necesitan ser motivadas para llevar un estilo de vida más sano, pero que tiene una razón de ser simple: el servicio al consumidor (Saba y Pimienta, citado en Landa, 2011). Como las citas anteriores, la importancia de estos planteamientos recae en las tendencias a actuar de los jóvenes, más específicamente del entrenamiento, la rutina, la esquematización y los tiempos de ejercicio, la relación con la comida, etc.

Por otra parte, la promesa de mejoramiento no se encuentra abierta al público general. De acuerdo con los resultados de la investigación de Landa (2011) los gimnasios y clubes deportivos se dirigen a un público con un nivel socioeconómico particular, por lo que convierte a las prácticas deportivas que allí se ejercen como diferenciadoras y excluyentes. Este planteamiento tiene relación con las tendencias a actuar de los jóvenes con el fin de seguir los requerimientos de la Cultura Fitness, específicamente de los costos para llevarla a cabo y de la estratificación.

Capítulo 4: Un acercamiento al ámbito legal del objeto de estudio.

La ley 729 del 2001, actualmente vigente y expedida por el Congreso de la República define los Centros de acondicionamiento y preparación física –CAPF– Municipales y Distritales, en la que estas organizaciones se encargaran de prestar servicios médicos de protección, prevención, recuperación, rehabilitación, control y demás actividades relacionadas con aspectos físicos y corporales, por medio del deporte, la recreación y la terapia. Además estos establecimientos deberán contar con profesionales salud, Educación física y en deporte (Ministerio de Salud y Protección Social, 2001).

Los CAPF deben contar con la estructura física adecuada como las áreas desarrolladas en servicio médico, fisioterapéutico y nutricional, sumándole a estos las otras áreas solicitadas por las autoridades competentes como el ente deportivo Municipal o distrital y la Secretaria de Salud.

Según lo expedido en Artículo 81 del acto legislativo 02 del 2000 el Congreso de Colombia, en el cual se modifica el artículo 52 de la Constitución Política de Colombia, en donde los gimnasios y demás organizaciones comerciales que se basen en áreas y actividades deportivas de Educación Física y de artes marciales, se encuentran reguladas por entes deportivos Municipales y Distritales, para que cumplan con condiciones de salud, higiene y actitud deportiva (Alcaldía de Bogotá, 2000).

Capítulo 5: Método, tipo y técnicas para el alcance del objeto de estudio.

1. Diseño metodológico del estudio

Este es un estudio cualitativo, descriptivo-exploratorio, en el que se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada. El método cualitativo permite, según De Andrea (2010) comprender la realidad social desde la lógica de sus protagonistas, quienes construyen su propia realidad en sintonía con su contexto social, el cual es influenciado por la cultura y las relaciones interpersonales. Por tanto, para identificar las percepciones y las actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura

Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, fue necesario abordar sus percepciones a partir de sus propias experiencias basadas en un contexto cultural específico, donde el Fitness ocupa un lugar primordial en la subjetividad de la época.

Ahora bien, se consideró importante desarrollar la temática expuesta bajo el tipo de estudio descriptivo, pues según Engoscozábal y Lafuente (2008) este permite demostrar las características de un grupo de personas, de un fenómeno o de un sector social. Por esto, este tipo de estudio aporta a la caracterización de los significados y de las valoraciones tanto positivas como negativas, sobre la temática planteada y demás aspectos entre los jóvenes dentro de la Cultura Fitness. En cuanto al tipo de estudio exploratorio se consideró importante abordarlo, ya que sobre el tema de la Cultura Fitness existen muy pocas investigaciones específicamente en el campo disciplinar de Trabajo Social; apoyando lo anterior se encuentra Alesina et al (2011) quienes afirman que los estudios exploratorios tienen como fin examinar un problema o un tema de investigación poco abordado.

Por último, para comprender y caracterizar las particularidades propias de los sujetos y su realidad en esta investigación se utilizó la técnica de entrevista semiestructurada apoyada por un guion de preguntas. Este tipo de entrevista es definida, según Díaz, Martínez, Torruco y Varela (2013) como un espacio de interlocución entre el entrevistado y el entrevistador, cuidadosamente diseñado para obtener ciertas percepciones acerca de una particular área de interés, de manera completa y con profundidad.

De acuerdo a esto, es importante centrar la investigación en sujetos que comparten una realidad, pero que cuentan con características individuales y basar la recolección de la información, desde la mirada de los sujetos pertenecientes a un contexto determinado.

2. Muestra (Participantes)

Para el desarrollo de la investigación se tuvo en cuenta diferentes condiciones que según Sossa (2015) son necesarias para la identificación de personas Fitness; algunas de estas tienen que ver con el tiempo de entrenamiento considerado en la asistencia al centro de acondicionamiento físico en más de cuatro veces a la semana, con una durabilidad entre 1 a 5 horas diarias y que se ha mantenido por un lapso superior a un año. Lo anterior se basa en el criterio de que estas personas pasan la mayoría de su tiempo libre en estos espacios adquiriendo gran conocimiento sobre la temática de investigación.

Además de lo anterior, los participantes del estudio tuvieron que cumplir con la condición de ser jóvenes, tanto hombres como mujeres, entre los 15 a 30 años. Tomando como referente a Alacid, López, Muyor y Vaquero (2013) sabemos que desde la niñez muchos sujetos empiezan a configurar una imagen basada en la delgadez y desde la adolescencia y juventud empiezan a generar prácticas alimenticias que fortalezcan esta idea.

En cuanto a la diferencia de proporción de la población participante, se hizo necesario dividir la cantidad de manera proporcional de hombres y de mujeres, teniendo en cuenta que los estereotipos de imagen establecidos son diferentes tanto para lo masculino, como para lo femenino, ya que en la construcción de la corporalidad Fitness se promueve el cuerpo musculoso, como un aspecto solido atribuido a lo masculino, en oposición al aspecto viscoso que se le atribuye al cuerpo femenino. Kristeva (citado en Kogan 2005).

Por lo anterior, se determinaron los siguientes criterios para la cantidad de entrevistas semiestructuradas (véase Tabla 1)

Rango de edad	Mujer Fitness	Hombre Fitness	Total mínimo
15-22 años	1 entrevista	1 entrevista	
23-25 años	1 entrevista	1 entrevista	
26-30 años	1 entrevista	1 entrevista	
			6 entrevistas

Tabla 1: Composición de participantes

Fuente: Creación propia de las investigadoras

3. Categorías

Antes de empezar a procesar las transcripciones de los textos provenientes de los audios obtenidos en las entrevistas individuales, fue necesaria la identificación de las categorías de análisis iniciales que surgieron del marco teórico, del estado del arte y por

supuesto, de los objetivos de este estudio. Ellas son: a) Percepción. De ella se desprenden dos subcategorías: Percepciones frente a la Cultura Fitness y Percepciones frente a la imagen corporal. b) Actitudes. De aquí se deriva la subcategoría de Actitudes frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal (Véase anexo 2).

Luego de obtener la información codificada por el programa Atlas Ti, que surgió de los resultados de las entrevistas aplicadas a los participantes del estudio y agrupada a su vez por las categorías y subcategorías iniciales mencionadas anteriormente se separaron distintos datos que fueron reiterativos en las afirmaciones de los participantes a lo largo de las entrevistas, cada uno de esos datos se les otorgó un título y cada título corresponde a una categoría emergente, las cuales fueron utilizadas para el análisis de resultados de esta investigación (ver capítulo 6) y estuvieron organizadas de la siguiente manera:

Para dar respuesta a la subcategoría de percepción frente a la Cultura Fitness, se derivaron las siguientes categorías emergentes: La disciplina como hábito de calidad de vida, La salud como discurso en la Cultura Fitness, La Cultura Fitness en la adolescencia y Los medios de comunicación y las redes sociales como referentes del consumo visual.

Al igual que con la primera subcategoría, para el caso de la segunda: Percepciones frente a la imagen corporal, surgieron las siguientes categorías emergentes: Imagen ideal del Fitness, La esclavitud del cuerpo bello, Imagen Fitness como causa de exclusión social y El cuerpo esbelto como quimera y garante de completitud.

Por último, se encuentra la subcategoría de las Actitudes frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, dividida en dos subcategorías de acuerdo a los hallazgos obtenidos: La primera se definió como Actitudes positivas frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal y la segunda hace alusión a las Actitudes negativas frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal.

A su vez cada una de estas dos subcategorías contiene sus respectivas categorías emergentes, para la primera subcategoría de actitudes se generaron las siguientes: Interacciones personales homogéneas, La familia como otro escenario de la Cultura Fitness y La alimentación al servicio del discurso de la salud; para la segunda subcategoría de Actitudes se obtuvieron las siguientes: La otra cara de la Cultura Fitness: los excesos de un cuerpo esbelto, el consumismo en la Cultura Fitness y la apatía de los jóvenes Fitness a la participación social.

Las anteriores categorías emergentes se explican de manera detallada en el apartado de resultados (Ver capítulo 6).

Luego de establecer la descripción de las categorías emergentes se pasó a su respectivo análisis articulado con los marcos de investigación, en este caso el estado del arte y el marco teórico-conceptual, para ello se realizó un cruce de varias categorías emergentes, cuyo fin era demostrar el análisis propio surgido de todo el proceso de investigación. Cabe aclarar, que se tuvo en cuenta para el cruce de cada categoría emergente la relación entre sus contenidos.

De acuerdo a esto, los cruces de las categorías emergentes que se encuentran implícitos en el capítulo de resultados, (ver capítulo 6) son los siguientes:

Para el primer punto de análisis y discusión de resultados: Gran parte de los jóvenes se perciben como esbeltos y proporcionados, se cruzaron las siguientes categorías emergente: Imagen ideal del Fitness con la categoría emergente de La disciplina como hábito de calidad de vida.

Para el segundo punto: La imagen corporal en los jóvenes Fitness causa el deseo de perfección, en esta se cruzaron las siguientes categorías emergentes: La esclavitud del cuerpo bello, La alimentación al servicio del discurso de la salud y por último la categoría emergente de La otra cara de la Cultura Fitness: los excesos de un cuerpo esbelto.

Como tercer punto de análisis y discusión: La imagen del cuerpo como productora de identidad, aquí se muestran los siguientes cruces de las categorías emergentes, como: El cuerpo esbelto como quimera y garante de completitud, La Cultura Fitness en la adolescencia y El consumismo en la Cultura Fitness.

De acuerdo al cuarto punto: La salud como discurso de control bajo la forma de Cultura Fitness, en esta se encuentran los siguientes cruces: La salud como discurso en la Cultura Fitness y las Interacciones personales homogéneas.

En el quinto punto de análisis y discusión de resultados: Relaciones interpersonales facilitadoras de la exclusión en la Cultura Fitness, se presentan los siguientes cruces: Imagen Fitness como causa de exclusión social y La familia como otro escenario de la Cultura Fitness.

Finalmente para el último punto: Medios masivos de comunicación como influyente de la poca participación social en jóvenes, se presentan los siguientes cruces de las categorías emergentes: Los medios de comunicación y las redes sociales como referentes del consumo visual y La apatía de los jóvenes Fitness a la participación social.

Los anteriores puntos de análisis y discusión de resultados, se explican con mayor detalle en el subcapítulo de resultados (ver capítulo 5).

4. Procedimiento de recolección de información

Para esta investigación se hizo contacto con el Administrador del centro de acondicionamiento físico (VertigeGym), con quien se estableció una conversación en la primera semana de mayo y a su vez se le hizo entrega de la carta institucional sobre el proceso de investigación. A través de él se convocó a los jóvenes quienes participaron en las entrevistas semiestructuradas, que se realizaron en el mismo centro en la segunda y tercera semana de mayo del año 2017.

5. Procedimiento de análisis de los datos

Así mismo, para esta investigación específicamente para el análisis de resultados se utilizó el software llamado ATLAS TI, el cual según Blanco (2011) es una herramienta que sirve para brindar categorías, comentarios y códigos a la información cualitativa, lo que permite generar un análisis permanente a los datos investigativos.

Además de esto, Castañeda (2015) explica que por medio de esta herramienta se comienza con el análisis de los datos recolectados en las técnicas de investigación, en este caso: las entrevistas semiestructuradas. Estos datos se clasifican en categorías y subcategorías lo que permitió organizar la información por medio de códigos que al mismo tiempo es reincorporada en procesos de salidas en archivos de Word, para su análisis respectivo con mayor profundidad.

6. Aspectos éticos

Para el desarrollo de esta investigación se hizo necesario contar con dos consentimientos informados. El primero de ellos fue entregado a cada participante donde se planteaba el tema de la investigación con sus respectivos objetivos y la cantidad de preguntas de la entrevista. Este consentimiento contenía la aclaración de que la información brindada por los participantes era de carácter confidencial, por tanto, su nombre no sería divulgado en ninguna publicación derivada de este estudio.

El segundo consentimiento contuvo la misma información del anterior con la diferencia en que este último fue una copia que se entregó al participante con los datos de las investigadoras y su directora. Con esto se estableció que en caso tal, de presentar algún inconveniente por causa de la investigación, los participantes se pudieran comunicar

directamente con las investigadoras o con su directora encargada. También se presentó a la organización una carta institucional donde se informó del proceso de investigación.

Capítulo 6: Descripción de las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal.

1. Descripción de las percepciones frente a la Cultura Fitness

El siguiente subcapítulo dio respuesta al primer objetivo de investigación, en donde se obtuvo determinadas categorías emergentes que describieron las percepciones de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico, frente a la Cultura Fitness. Según estos datos los jóvenes la definen como un estilo de vida saludable, adoptando hábitos propios de esta cultura que mejoran su calidad de vida. Además, muchos de los jóvenes definieron como característica distintiva de la Cultura Fitness la disciplina, que los transforma en personas exigentes en su vida cotidiana; restringiéndose de hábitos, los cuales catalogan como perjudiciales para su salud. Afirman además que este estilo de vida ha trascendido todos los aspectos personales, ya que desde la adolescencia vienen adoptando prácticas de la Cultura Fitness, tanto alimenticias como de entrenamiento, también deducen a raíz de esto que un factor determinante para insertarse en esta cultura, son los medios de comunicación y las redes sociales que a su vez siguen vigentes en su estilo de vida Fitness.

De acuerdo a esto, la anterior descripción se presenta en las siguientes categorías emergentes:

1.1. Categorías emergentes

a. La disciplina como hábito de calidad de vida

La mayoría de los participantes de este estudio representan la disciplina como un aspecto relevante que han obtenido al practicar un estilo de vida Fitness que implica realizar actividad física de manera constante: “Pues lo único es que uno se vuelve más exigente, más disciplinado, porque para poder hacer ejercicio hay que tener disciplina” (Entrevista V). En otros casos se encontró que la disciplina obtenida en la práctica del fitness ha contribuido a mejorar la calidad de vida y por ende a abandonar hábitos que son considerados negativos.:

"(…) Me he vuelto más disciplinado, he dejado vicios malos de antes, sí he cambiado bastante; la forma de llevar mi vida es distinta a como la llevaba antes" (Entrevista S).

b. La salud como discurso en la Cultura Fitness

Grande parte de los participantes comparten la visión de que seguir hábitos propios de la Cultura Fitness los ha llevado a mejorar distintos aspectos de su vida:

Te brinda otro tipo de rutina, te cambia los hábitos del sedentarismo, de estar siempre sentado frente al computador, a ser un poco más activo en el gimnasio. También te vas acostumbrando al hábito de alimentarte bien y ya luego lo tomas como costumbre (Entrevista D).

Otro de los asuntos más resaltados por los participantes fue que observan que su salud mejora al llevar un estilo de vida Fitness: "Te convierte en una persona más saludable, con un estilo de vida más saludable, eso lo empiezas a notar en tu salud, como el enfermarte menos" (Entrevista V).

c. La Cultura Fitness en la adolescencia

Se observó que para algunos de los participantes la etapa de inicio de la actividad física propia de la Cultura Fitness comienza en la etapa de adolescencia: "Desde los dieciséis años esto es mi vida: comer, ejercitarse y trabajar" (Entrevista J) O con edades relativamente similares "Desde los quince años" (Entrevista N)

d. Los medios de comunicación y las redes sociales como referentes del consumo visual

Un aspecto que llama la atención y que relatan algunos de los participantes de este estudio, es el nivel de influencia que perciben tienen los medios de comunicación sobre su cosmovisión: "Creo que todo lo que uno ve en medios de comunicación lo incentiva a uno" (Entrevista A).

Igualmente, gran parte de los jóvenes visualizan el poder que ejerce el tema del consumismo en su cotidianidad y práctica de vida fitness, que en su mayoría es transmitido por las personas cercanas a su contexto social a través de las redes sociales: "Me inserté en este estilo de vida por el consumismo visual, por ver los amigos y a la gente en el instagram y también por querer estar como otras personas" (Entrevista C).

2. Descripción de las percepciones frente a la imagen corporal

En el siguiente subcapítulo, se intentó mostrar los resultados correspondientes al segundo objetivo de investigación, en donde se obtuvieron las categorías emergentes que describen las percepciones de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la imagen corporal. En estas categorías la mayoría de los jóvenes afirman que su imagen es proporcionada y se sienten a gusto, ya que no es voluptuosa ni musculosa y que lo anterior fue adquirido a partir de los entrenamientos Fitness, que construyen ideales de imagen corporal de cuerpos esbeltos y proporcionados.

Además, a pesar de sentirse a gusto con su imagen corporal los jóvenes afirman querer seguir perfeccionando su cuerpo, ya que al estar inmersos en la Cultura Fitness en donde observan los cuerpos físicos de otras personas, los lleva a comparase con estas en especial las jóvenes Fitness y al querer seguir perfeccionando su imagen física, los jóvenes admiten que existe una relación dependiente con las practicas Fitness y su cuerpo al punto de convertirse en una esclavitud, sin embargo a pesar de ello gran parte de los jóvenes aceptan estas condiciones con el fin de adquirir mayor seguridad y autoestima en sí mismos. Por último, de acuerdo a su relación estrecha entre imagen corporal y Cultura Fitness, algunos de los jóvenes se refieren por medio de frases despectivas a personas que no comparten los mismos estereotipos de la Cultura Fitness, con palabras como feos, marranos, o personas que no se quieren a sí mismos.

De acuerdo a lo anterior, la anterior descripción se presenta en las siguientes categorías emergentes:

2.1. Categorías emergentes

a. Imagen ideal del fitness

La mayoría de los participantes de este estudio comparten la perspectiva de sentirse a gusto con su imagen corporal percibida como proporcionada considerando el tiempo significativo que llevan siguiendo hábitos propios de la Cultura Fitness: “Pues yo me siento bien, porque mi cuerpo es proporcionado, no me gusta verme grande, ni tener muchos músculos, me gusta ver mi cuerpo proporcionado” (Entrevista D)

Otro aspecto que se observa en el discurso de los jóvenes es el interés y esfuerzo por seguir modificando su corporalidad a pesar de sentirse hasta cierto grado satisfechos con su imagen corporal: “Sí, me siento bien, pero quiero mejorar un poco más el aspecto del femoral, pero en general me siento bien de salud, me siento muy bien” (Entrevista V, femenino).

Así mismo, otro elemento interesante encontrado en los discursos de los jóvenes entrevistados, particularmente en las féminas, fue la comparación entre la imagen corporal propia y la de otras: "Uno como mujer siempre mira a otras mujeres. Entonces, yo creo que eso también lo ayuda a uno. Es como un incentivo" (Entrevista J, femenino).

De acuerdo a lo anterior, en estos hallazgos se observa en cuanto a la imagen física de los jóvenes, que tanto hombres como mujeres se encuentran satisfechos con esta. Sin embargo, las jóvenes suelen compararse más con otras personas que ven a su alrededor o en los medios de comunicación y las redes sociales, por esto afirman con mayor frecuencia querer perfeccionar más su cuerpo.

b. La esclavitud del cuerpo bello

Gran parte de los jóvenes entrevistados son conscientes de la relación dependiente que establecen con las prácticas del fitness: "Todos los días quiero estar mejor, horrible me siento yo en esa parte, porque si me he vuelto obsesiva, quiero verme muy perfecta en algunas partes" (Entrevista V, femenino) "Con sinceridad uno se vuelve esclavo de esto" (Entrevista N, femenino) "Esto es positivo hasta el punto que te vuelves esclavo de tu cuerpo" (Entrevista N, femenino).

c. Imagen fitness como causa de exclusión social

Gran parte de los participantes de este estudio manifestaron que el ver o estar en presencia de personas que no sigan sus rutinas de alimentación o de ejercicio les parece raro: "Porque estoy metido en este medio, en una rutina de alimentación y de ejercicio, entonces, cuando veo algo fuera de mi rutina o de lo normal me parece raro y si veo a alguien que se está engordando o algo así pienso en su alimentación (Entrevista A). A su vez expresaron que sólo les interesa cuidar su propia apariencia física, pues, observan como otros no se preocupan por su propia imagen física y por eso se vuelven desagradables: "Pero, como yo a nadie le hablo de este tema, o sea, cada quien verá que hace con su vida, si es gordo o flaco no me importa, yo me preocupo por mi vida, allá cada quien si quiere estar como un marrano" (Entrevista V). Otros participantes expresaron que un usuario del fitness tiene características que lo distinguen de otras personas: "Lo notarías en su cuerpo, en su tonificación, su piel hidratada, se le nota que cuando camina no se le mueve nada, que no tiene celulitis, que se nota saludable; se nota que es una persona que se cuida, que se ama" (Entrevista J).

d. El cuerpo esbelto como quimera y garante de completitud.

La mayoría de los participantes de este estudio perciben que existe una directa relación entre la práctica de hábitos propios de la Cultura Fitness y su autoestima: "Pues, en mi caso me sube la autoestima, yo soy malgeniado y llego acá y me libero de las malas energías, del estrés del trabajo, de la casa" (Entrevista C). A su vez otras jóvenes consideran que muchas de ellas asisten a estos espacios de acondicionamiento físico buscando obtener seguridad y autoestima, particularmente cuando sienten que sus cuerpos se ponen gordos:

> De hecho yo creo que el ochenta por ciento de las mujeres que vienen aquí es con el objetivo de obtener una seguridad, de levantar su autoestima. En mi caso no es así, pero sí hubo un tiempo en el que era así entonces, yo no venía y me deprimía; veía que ya me estaba poniendo gorda entonces, yo sentía que no valía igual (Entrevista N).

3. Descripción de las actitudes positivas frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal

En el siguiente subcapítulo, se presentaron los resultados correspondientes al tercer objetivo de investigación, en donde se definen las categorías emergentes que describieron las actitudes positivas de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal. En este punto la mayoría de los jóvenes valoran como un aspecto positivo interactuar con personas que compartan sus mismos hábitos fitness, así mismo el compartir con familiares estos hábitos los hace sentir a gusto porque tienden a influenciar a sus familias para que adopten este estilo de vida, sin importar las restricciones alimenticias que ellos mismos aceptan y admiten por medio de la rigurosidad y el control del consumo de alimentos, que frecuentemente realizan para conservar su imagen corporal de acuerdo a los preceptos de la Cultura Fitness.

De acuerdo a esto, la anterior descripción se presenta en las siguientes categorías emergentes:

3.1. Categorías emergentes

a. Interacciones personales homogéneas

La gran mayoría de los participantes de este estudio se sienten más a gusto cuando interaccionan con personas que comparten sus mismos hábitos de ejercicio, que con aquellas otras que promueven otro tipo de prácticas de vida: "Siempre intento reunirme con las

personas a las que les gusta hacer ejercicio porque los planes son más de hacer ejercicio que ir de fiesta" (Entrevista A).

Todos estamos como pensando lo mismo, entonces vamos a tener los mismos planes. Pero, sí hay otro grupo-con el que no comparto esto-que sólo quiere rumbear y pues, yo no puedo estar metida allí todo el tiempo. Yo hago ejercicio, entonces, yo tengo que dormir. Entonces, prefiero estar con gente que sí quiere hacer los mismos planes (Entrevista J).

De igual modo se observó que prefieren alejarse de personas que realizan actividades diferentes a la Cultura Fitness:

Antes, hace muchos años, tenía un grupo de amigos que les gustaba salir todos los fines de semana y era todo sobre trasnochar, tomar y dormir todo el día siguiente. Y aún, creo que siguen haciendo lo mismo, entonces preferí alejarme (Entrevista A)

Un aspecto a resaltar en los jóvenes participantes de este estudio es que algunos de ellos ejercen influencia en el comportamiento de otras personas para sumergirse en el ámbito del Fitness: "Hay amigos que se están involucrando en el deporte, no sé si sea por influencia mía, por mi comportamiento, pero ya invierten su tiempo no laboral en actividad física" (Entrevista D).

b. La familia como otro escenario de la Cultura Fitness

Los participantes de este estudio valoran como algo positivo el compartir gustos e intereses parecidos de la práctica de Fitness con sus familias: "Mis papás siempre han sido 'fitness', tanto en la alimentación, como en el entrenamiento; siempre han estado muy relacionados con el deporte, pero pues cada uno por su lado" (Entrevista D). Otros participantes comparten los mismos gustos de la Cultura Fitness, al igual que sus familiares: "A mi mamá también le gusta el ejercicio y a veces hacemos ejercicio juntas, pues no siempre, pero los fines de semana si hacemos ejercicio juntas" (Entrevista V). "Cuando salgo con mi familia jugamos golf, hacemos ejercicio juntos o vamos al gimnasio" (Entrevista J,)

Así mismo, para algunos participantes su estilo de vida ha ido trasladándose a su núcleo familiar:

Mis papás todavía no son conscientes del estilo de vida que llevamos mis hermanos y yo, pero uno les va explicando y ya ellos han ido cambiando sus hábitos han ido mejorando su alimentación, ya se restringen un poco en la alimentación (Entrevista S, masculino).

c. La alimentación al servicio del discurso de la salud.

Gran parte de los jóvenes participantes de este estudio valoran de modo positivo el tipo de alimentación que llevan para mantener su aspecto corporal, aunque son conscientes de la rigurosidad y el control que ello implica:

Pues, la alimentación varía, o sea, me cambian la nutrición cada dos meses, lo único que si he seguido es que como cada tres horas y no como carbohidratos, ni frutas tampoco porque tienen fructosa, después de las dos de la tarde; entreno en la mañana dos horas o dos horas y media (Entrevista V).

Otro factor que llama la atención y es resaltado por la mayoría de los participantes de este estudio está relacionado con el tema de la alimentación y las fuertes limitaciones o prohibiciones a las que se someten los jóvenes para sostener una imagen Fitness: "La restricción es bastante, o sea, para poder estar fitness sí, la restricción es bastante" (Entrevista N). Asimismo, se observa que a la mayoría de los participantes les acompaña una fuerte preocupación por elegir menús de comida saludables para su estilo de vida:

Cuando sé que no va a haber algo saludable, llevo mi snack o si ese día quiero pecar, lo hago; pero eso es muy de vez en cuando. Si no quiero hacerlo pido mi opción o llevo desde mi casa (Entrevista J).

4. Descripciones de las actitudes negativas frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal.

Por medio del siguiente subcapítulo, se presentaron los resultados correspondientes al tercer objetivo de investigación, en donde se establecieron las categorías emergentes que describieron las actitudes negativas de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal. De acuerdo a esto, los jóvenes valoran como algo negativo los excesos que se presentan en la Cultura Fitness, específicamente en la alimentación y en el entrenamiento físico produciendo complicaciones en la salud a nivel física y mental, además algunos de los

jóvenes centran el factor económico como algo negativo en la Cultura Fitness, ya que muchos de estos frecuentemente cambian sus dietas e ingieren productos costosos en sus rutinas diarias; a su vez frente a otros temas diferentes a la Cultura Fitness algunos de los jóvenes tienden a generar indiferencia o a generar mayor prioridad a aspectos relacionados con esta cultura que a temas sociales como la participación.

A diferencia de lo anterior donde se observó que la mayoría de los participantes identificaron varios aspectos positivos de la Cultura Fitness, en lo que concierne a los aspectos negativos fueron pocos los hallazgos en donde se identifica las actitudes negativas frente a la Cultura Fitness y su influencia en la configuración de la imagen corporal.

Por tanto, la anterior descripción se presenta en las siguientes categorías emergentes:

4.1. Categorías emergentes

a. La otra cara de la Cultura Fitness: los excesos de un cuerpo esbelto

La mayoría de los participantes sienten que los excesos en las rutinas de alimentación y de ejercicios son un aspecto negativo de la Cultura Fitness:

Sí. Los excesos. Hacer ejercicios sin acompañamiento o de alguien que sepa hacerlo o sin asesoría nutricional puede acarrear inconvenientes para la salud y ahí es donde vienen las lesiones o donde vienen los desbalances alimenticios. Es decir, ya no es provechoso sino perjudicial (Entrevista A).

Además, muchos participantes relacionan los excesos con una obsesión mental y hasta con una adicción:

Pues pienso que todo es malo en exceso, ya cuando se vuelve una obsesión y la gente ya no piensa en salud, si no como, solo querer verse bien y empiezan a tomar cosas sin medicación y se producen algún daño (Entrevista V).

b. El consumismo en la Cultura Fitness

Algunos de los participantes de este estudio centran como un aspecto negativo de la Cultura Fitness, el aspecto económico, por los altos costos que implica este estilo de vida:

Si digamos que llevar este estilo de vida es costoso, el gimnasio, los alimentos son caros y sumándole que estos son perecederos a corto tiempo, entonces semanalmente hay que estar comprando cosas, que la proteína y lo otro, hay mucha gente que compra cosas costosas (Entrevista D).

Algunos participantes valoran como negativo los excesos a los que puede llevar la práctica del Fitness, que hace todo más costoso:

> La vida fitness es buena, pero cuando uno ya se pasa o se excede ya todo sale más costoso, por ejemplo: las dietas son super caras, porque para lograr un cuerpo como Michelle Lewin hay que meterle plata, eso no es así nada más, es mentira que un cuerpo así, se logra solo con alimentación y ejercicios (Entrevista S).

c. La apatía de los jóvenes fitness a la participación social

La gran mayoría de los participantes de este estudio valoran como importante participar de otro tipo de actividades distintas al Fitness, pero sienten que no tienen tiempo:

Me gustaría participar, me parece súper chévere, pero lo que pasa es que yo trabajo mucho y no me queda mucho tiempo y pues nunca lo he hecho ni lo he buscado (Entrevista S).

Sin embargo, otros de los participantes respondieron ni ser activista ni partícipes de ninguna temática política o social: “No, en nada de esas cosas, ni activista ni nada de eso” (Entrevista V), mientras que, por otro lado, otros jóvenes participantes colaboran con grupos de niños pero sólo en eso: “Nosotros sí hemos colaborado con muchos grupos de niños, pero que yo esté en un grupo de mujeres, no” (Entrevista J).

Capítulo 7: Discusión y análisis de las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social sobre la configuración de la imagen corporal.

Como resultados del estudio de acuerdo a las percepciones y actitudes de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, se puede deducir que existe una gran incidencia de parte de este fenómeno hacia la construcción de la imagen corporal de estos jóvenes.

Esto puede visualizarse a partir de las percepciones de los jóvenes sobre la concepción de Cultura Fitness, atribuyéndole significados como un estilo de vida saludable el cual le proporciona beneficios a su salud física y mental, incluso a pesar del elevado valor económico que acarrea la adopción de las practicas Fitness y los constantes esfuerzos de una disciplina rígida que exige este estilo de vida; además los discursos que los medios de comunicación les proveen, especialmente las redes sociales, que proporcionan la promoción del cuerpo como objeto y encaminan a seguir tendencias y modas del momento.

Así mismo en las percepciones sobre la imagen corporal, los participantes de este estudio representan su imagen proporcionada y esbelta gracias por la inserción a la Cultura Fitness, que genera gran incidencia en la autoestima y la personalidad de estos, por medio del aumento de la confianza en sí mismos por cuenta de la adopción de nuevos hábitos de vida y un incremento en su amor propio. Sin embargo, a su vez consideran su imagen corporal incompleta e imperfecta, puesto que se tiene un continuo deseo de modificarla en la búsqueda de alcanzar un ideal de belleza.

A su vez, en las actitudes positivas de los jóvenes de un centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal, se puede analizar desde sus relaciones interpersonales; las relaciones se homogenizan, de modo tal que los individuos aceptan y comparten su tiempo con quienes participan de su estilo de vida, realizando las mismas actividades físicas, comer los mismos alimentos y restringirse de las mismas cosas que les traen satisfacción, y rechazan a quienes no comparten los estereotipos de imagen corporal.

En las actitudes negativas los excesos, tienen un valor perjudicial para los jóvenes los cuales argumentan, las afectaciones físicas y mentales que pueden derivarse del abuso de las practicas Fitness y además del alto valor económico que representa llevar un estilo de vida acorde a las exigencias de la Cultura fitness.

Aparte de esto, un hallazgo relevante en la investigación son las semejanzas y diferencias que se presentaron en los relatos entre hombres y mujeres participantes de este estudio en lo que se refiere a la Cultura Fitness y su influencia en la configuración de la imagen corporal. Por ende, en cuanto a la imagen física los hombres se encuentran más satisfechos con su imagen corporal, al igual que las mujeres, sin embargo estas suelen compararse más con otras personas que ven a su alrededor o en los medios de comunicación y las redes sociales, por esto afirman con mayor frecuencia querer perfeccionar más su cuerpo. En cuanto a semejanzas, ambos sexos declararon estar de acuerdo con las ideas de

restricción alimenticia, también están de acuerdo con la Cultura Fitness como generadora de autoestima.

Debido a que en los resultados obtenidos en este estudio existen puntos de encuentro entre los hallazgos, se considera importante realizar cruces entre las categorías halladas de modo que se analice cada cruce de cada categoría emergente en la relación con su contenido (Ver sub capítulo: Categorías en el capítulo 5). La relevancia de los cruces entre categorías radica en que relacionan los hallazgos obtenidos bajo la luz de los antecedentes y de los marcos de referencias de la investigación, encontrando puntos en común que permiten fortalecer los resultados obtenidos en las categorías iniciales de la investigación y por ende ofrecer respuestas más amplias a los objetivos de investigación planteados.

1. Gran parte de los jóvenes se perciben como esbeltos y proporcionados

La gran mayoría de los participantes de este estudio comparten la perspectiva de sentirse cómodos con su imagen corporal, se perciben con cuerpos esbeltos y proporcionados y afirman que su deseo es el de sentirse naturales, proporcionados y no muy voluptuosos. Esto puede obedecer a la fascinación que experimentan los jóvenes por los cuerpos esbeltos, ágiles y con semblante de cuerpos naturales, como lo han observado otros estudios (Maguire, citado en Sossa, 2015). Además, se devela como las personas se ven influenciadas por un estereotipo de belleza gestado en el ideario de la delgadez como una nueva manera de estar en forma: Similares hallazgos fueron encontrados por Capetri (2011). La concepción de delgadez corporal que tienen los jóvenes corresponde también con aquello que no excede la medida, es decir, lo no excesivo que excluye el azar, dejándose todo en manos del cálculo, algunos autores como (Kogan, 2005) plantean aspectos similares a lo anterior. A su vez, se descubre la presencia de un dispositivo que opera en función de regular y disciplinar las prácticas de vida de los participantes a través de la Cultura Fitness, bajo la lupa o insignias de salud y bienestar físico. Los jóvenes de este estudio valoran de manera positiva y se objetivan a sí mismos en búsqueda de una imagen ideal y regulan sus acciones para el alcance de ellas, manipulando sus cuerpos e intentando llevarlos a la perfección, con el fin, de cumplir con los lineamientos de la sociedad del momento, lo anterior concuerda con los planteamientos de Foucault (citado en Barrera, 2011) frente a los cuerpos dóciles de la sociedad actual.

Por ende, los participantes de este estudio tanto hombres como mujeres cuentan con semejanzas y diferencias en las apreciaciones frente a su imagen corporal luego de su inserción en la Cultura Fitness, argumentando los beneficios en la autoestima y en concordancia con los hábitos de restricción alimentaria. Por esto, se puede analizar como los estereotipos de belleza son implantados de manera diferente tanto para hombres como para mujeres de acuerdo a los cánones de belleza heterosexuales de la sociedad contemporánea, lo anterior concuerda en gran parte con los hallazgos de investigación de Kogan (2005).

2. La imagen corporal en los jóvenes causa el deseo de perfección

Cobra especial relevancia observar que la mayoría de los participantes del estudio se perciben con cuerpos que hay que perfeccionar día a día, quedando así presos y esclavos del imperativo de la época que ordena tener cuerpos disciplinados, homogéneos, y perfectos; en pocas palabras los jóvenes siguen un ideal corporal con unas medidas específicas; hallazgo similar fue encontrado en las investigaciones de González, C., Aristizabal, I., López, C., Montoya, G., Urrego., A & Muñoz, N. (2011).

Otro hallazgo frente a la percepción de la imagen es que muchos de los jóvenes de este estudio, a pesar de percibirse satisfechos con su cuerpo, aún conservan la idea de seguir modificando su imagen; resultado similar fue encontrado en la investigación de Rosen (citado en Raich, 2004) que expone la idea de que la imagen corporal es el conjunto entre lo que se percibe, imagina, siente y actúa frente al propio cuerpo y a consecuencia de eso se tienen en cuenta los niveles de satisfacción e insatisfacción, preocupación, ansiedad, etc.

Así mismo, la exigencia de llevar la imagen ideal en la Cultura Fitness al punto de convertirse en esclavos de sus propios cuerpos está acompañada de restricciones en la rutina de alimentación, donde se centra el control y la rigurosidad sustentada en el discurso de salud y de bienestar, que puede visualizarse en el control de las porciones en el momento de consumir cualquier tipo de producto, a raíz de la búsqueda de una imagen corporal soñada, aun siendo conscientes de la exigencia que esto representa, lo que se relaciona con los resultados de investigaciones como la de González et al (2011) y en los de Vaquero et al (2013) quienes abordan el tema.

No obstante, los jóvenes en su gran mayoría se posicionaron en contra de los excesos que también genera el Fitness cuando promueve hábitos de altas restricciones alimentarias y de la vida cotidiana, en pos del logro de una imagen ideal de belleza con los efectos negativos

que esto trae en la salud física y mental. Hallazgos parecidos fueron encontrados por Vaquero et al (2013). A su vez, se encuentra que existen distintas actitudes que toman los jóvenes frente a los que comparten su mismo estilo de vida y los que no, es decir, aceptación y exclusión, lo que conlleva a una tendencia a actuar; algo muy similar fue expuesto por Krech (citado en Sánchez, Elvira Ramos y Pedro Marset, 1994) frente al tema.

3. La imagen del cuerpo como productora de identidad.

Otro aspecto muy importante de este estudio es la fuerte relación que se encuentra entre la imagen corporal, el Fitness y la personalidad de los sujetos. Ello se visibiliza en el discurso de los participantes, puesto que sitúan en la columna central de su identidad poseer cuerpos esbeltos para sentirse seguros, amarse a sí mismos y en ese sentido tener alta autoestima. Otro estudio encontró este mismo resultado (Martín, 2015). Además, el alto costo económico que implica la práctica del Fitness devela como los jóvenes se adhieren a estereotipos de belleza de la sociedad contemporánea que están asociados con el consumo de gran variedad de productos, cuyo resultado entre otros en la construcción de identidades soportadas en la corporalidad. Al mismo tiempo, la Cultura Fitness y todos los productos mercantiles alrededor de esta, hacen parte de un modelo neoliberal, que promueve una libre circulación de mercado a nivel global, con el objetivo de convertir a los sujetos en objetos de cambio vendible para así sustentar el modelo económico que rige en la sociedad actual. El trabajo realizado por Bauman (citado en Sossa (2011) y Bautista, (2008), así lo confirma.

Por último, se encuentra que la identidad de los sujetos se muestra fuertemente influenciada por la cultura del Fitness y el imperativo de la imagen física esbelta y bella en la etapa de la adolescencia. Etapa en la cual los jóvenes viven un grado de vulnerabilidad y en algunos casos de crisis de identidad, pues en su afán por ser reconocidos a partir del cuerpo como objeto, se someten a fuertes restricciones alimentarias y esquemas de ejercicio físico, para corresponder a una imagen corporal centrada en la delgadez, tal como lo halló Vaquero et al (2013). Asimismo, las percepciones que realizan los jóvenes de su cuerpo recae en los significados sociales que hace referencia a la percepción de personas y a cualquier objeto o relación que tenga significado social (Ibáñez, 2011).

4. La salud como discurso de control social bajo la forma del Fitness

Los participantes de este estudio señalan que el adoptar el estilo de vida Fitness los ha transformado, pues, ahora son más saludables, han abandonado malos hábitos como las fiestas, trasnochar, tomar bebidas alcohólicas, dedicando así sus vidas a la práctica rigurosa del ejercicio físico, lo cual les ha permitido convertirse en una mejor versión de sí mismos; ello devela la operación velada, silenciosa y quizás poco perceptible en la cotidianidad de las personas, de la acción de finas formas de control social; De este modo, se controla a los sujetos para que sean más obedientes ante las tendencias de la imagen corporal y menos críticos del sistema neoliberal capitalista. Hallazgos parecidos fueron encontrados por Sossa (2015), Foucault (citado en Barrera, 2011), Napolitano (2010), Costa y Rodríguez (2010) y Landa (2016).

A su vez, los jóvenes trasladan sus estilos de vida a otros entornos como el ámbito familiar, el educativo y el entorno social, donde construyen espacios de identidad colectiva fitness que comparten y homogenizan modos de pensar y consumir a favor del culto al cuerpo esbelto, acorde con el estudio realizado por Rodríguez (2014). Se constata así que los individuos construyen una realidad propia con base en sus relaciones sociales, al compartir actividades, formas de pensamiento y tipo de rutina, tal como lo señala Ibáñez (2011) frente al construccionismo social.

5. Relaciones interpersonales facilitadoras de la exclusión en la Cultura Fitness

Se observa que la mayoría de los participantes de este estudio interactúan y construyen vínculos sociales con personas que comparten sus mismos hábitos, rechazando o sintiendo apatía frente a quienes no adopten este estilo de vida. Son referencias negativas en aquellos otros que transitan por otros escenarios, y que son denominados como: Raros, y marranos. Ello señala el carácter homogeneizador de la Cultura Fitness, y la agresividad y exclusión que genera como resultado; Fenómeno también desvelado en investigaciones como la de González et al (2011) y Castañeda (2010).

Añádase a lo anterior, la influencia preponderante del entorno familiar en las relaciones interpersonales de la Cultura Fitness, porque transmite prácticas que se han gestado generaciones atrás, como lo son: el control alimenticio, la inclusión de determinados deportes, rutinas de entrenamientos semanales. Se puede ver aquí, el paso de la Cultura

Fitness de los gimnasios o los centros de acondicionamiento físico al ambiente familiar, lo que puede relacionar con los resultados de la investigación de Rodríguez (2014).

6. Medios masivos de comunicación como influyentes de la poca participación social en los jóvenes.

Algunos participantes de este estudio afirmaron que su interés por la Cultura Fitness surgió a partir de la influencia del consumo y de las redes sociales, argumentando que al ver los cuerpos de otras personas en estos medios quisieron verse como estas. Por tanto, los cuerpos actuales de los jóvenes Fitness se exponen actualmente a los otros con el fin de seguir las modas o las tendencias del momento, que resultado ser un hallazgo similar a los resultados de las investigaciones de Martínez y Tortajada (citados en Mafla, 2016). A su vez, ese hallazgo frente a cómo se construye una descripción frente a la imagen corporal a partir de la influencia de los medios de comunicación concuerda con los resultados de las investigaciones de Gergen (citado en Ibáñez, 2011) frente al tema.

Lo anterior representa un punto en común con la apatía de los jóvenes participantes de este estudio por la participación social o política, expresando no querer involucrarse en temas distintos que disminuyan la concentración en sí mismos y aumenten su interés en los demás, esto puede verse soportado por los hallazgos de la investigación de Castañeda (2010) frente al tema. Como apoyo a la idea anterior las actitudes observadas se relacionan directamente con la negatividad que los participantes de este estudio proporcionan a la pregunta sobre participación social o política, lo que puede relacionarse con lo expuesto por (Krech, citado en Sánchez et al, 1994) frente a esta temática.

Fortalezas de este estudio

Este es un estudio que identifica y describe las percepciones y actitudes de un grupo de jóvenes que asiste a un Centro de acondicionamiento físico frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal. Se consideró importante abordar el estudio con los jóvenes, porque es una población más vulnerable a ser influenciada

por los ideales estéticos propios de la época transmitidos a través de las interacciones sociales que realizan con otros.

Si bien la temática de la Cultura Fitness se ha estudiado desde las Ciencias Sociales a nivel nacional como internacionalmente, desde la disciplina del Trabajo Social en Colombia las investigaciones sobre esta temática son pocas. Por eso, este estudio se destaca al abordar una temática que en ese campo es relativamente nueva. A su vez, este estudio es relevante debido a que toma como punto clave el aspecto de las actitudes de los jóvenes, un elemento que en el campo de la investigación en las Ciencias Sociales no es abordado muy comúnmente, puesto que las investigaciones se centran más bien en el tema de las percepciones de los individuos, lo que demanda mayores profundizaciones teóricas en la disciplina. La importancia de abordar este elemento en la investigación radica entonces en las valoraciones, los sentimientos y las tendencias a actuar frente a un fenómeno, una situación o personas.

Limitaciones

Una de las dificultades encontradas en este estudio fue el poco material bibliográfico frente a la temática de la Cultura Fitness, específicamente desde la disciplina del Trabajo Social. Así mismo, otra limitante del estudio son las pocas investigaciones que existen frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal. Se destacan trabajos particularmente en países como Perú, México, Argentina, pero pocos en Colombia. A lo anterior se agrega que es una temática relativamente nueva por lo que la información propia de los resultados de investigaciones sociales es limitada. Por último, una dificultad experimentada en la investigación estuvo relacionada con los tiempos de los participantes del estudio, puesto que no asistían al centro de acondicionamiento todos los días o cumplían horarios que dificultaban el encuentro con las investigadoras.

Conclusiones generales

- La participación de las personas de la Cultura Fitness en actividades que no tienen que ver con esta práctica es relativamente escasa o nula, lo que robustece la alienación a la imagen, en este caso la imagen al cuerpo esbelto. Otra consecuencia que subyace a este fenómeno, es el debilitamiento de la

capacidad del pensamiento reflexivo y crítico que involucra aspectos simbólicos.

- Aunque la Cultura Fitness ofrece una sensación de saciedad a quien la práctica, esta es una emoción temporal de satisfacción, que surge nuevamente al percibirse la imagen como incompleta o distorsionada.
- Los jóvenes de este estudio perciben que la Cultura Fitness modifica los hábitos negativos de su vida, escudándose en los discursos de la salud para la esquematización de su rutina y la restricción alimentaria de modo tal que posean la apariencia de hábitos beneficiosos de vida y salud.
- Se puede afirmar con base en los hallazgos en la investigación, que existe una gran influencia de la Cultura Fitness en la configuración de la imagen corporal en los jóvenes.
- La concepción sobre Cultura Fitness en los participantes se basa en una definición positiva relacionada con un estilo de vida saludable, centrado en el mejoramiento de la salud, de un cuerpo físicamente admirable y de una personalidad disciplinada. No se presenta en los participantes, ninguna visión negativa acerca de la definición de Cultura Fitness.
- Las diferentes percepciones sobre la imagen corporal de los participantes se centran en la satisfacción sobre su aspecto físico luego de adoptar la Cultura Fitness. Sin embargo, en su mayoría, quieren modificar aún más su cuerpo por medio de una rigurosa preparación física.
- Se pudo presenciar además en los jóvenes participantes, ciertas actitudes tanto negativas como positivas en lo que se refiere a la Cultura Fitness. Algunas de las actitudes positivas se centran en la Cultura Fitness, como generador de salud y de rutinas diarias centradas en la disciplina y la voluntad personal. Por otro lado, se encuentran ciertas actitudes negativas, el relacionarse con personas que llevan un estilo de vida totalmente diferente al que promueve la Cultura Fitness, un estilo de vida extrovertido mediado por el consumo de alcohol, refiriéndose a lo anterior como personas no aptas para interactuar.
- Otra de las actitudes positivas para los jóvenes, es la normalidad que para muchos de ellos significa comparar su físico constantemente con otras personas, tanto en el centro como por fuera de este. Por ejemplo: el caso de las

redes sociales, en donde se fomenta estereotipos de cuerpo, siendo esto, para algunos jóvenes la causa para adoptar la Cultura Fitness.

- También se aprecia en algunos de los participantes una actitud negativa, de rechazo y hasta discriminación por las personas que no adoptan la Cultura Fitness, asignándoles calificativos de gordos y feos.

Recomendaciones

Esta investigación se basa en las percepciones y actitudes de los jóvenes sobre la influencia de la Cultura Fitness en la configuración de su imagen corporal. Sin embargo, sería interesante involucrar a los adultos en este tipo de investigaciones; por tanto, se recomienda para futuros estudios relacionados con este tipo de temáticas la comparación y el análisis de los distintos grupos poblacionales involucrados en el tema del cuerpo.

Otra recomendaciones sería que las personas que se encuentren interesadas en realizar investigación frente a la temática de la Cultura Fitness intenten explorar no solamente el aspecto de las percepciones sino el de las actitudes, cómo se valora a este estilo de vida desde el punto de vista de los jóvenes y cómo eso influencia el modo en que esos individuos actúan.

Por último, se recomienda la implementación de más investigaciones desde la disciplina de Trabajo Social sobre este tipo de temáticas, ya que el fenómeno del Fitness ha acaparado todos los ámbitos sociales, desde lo económico, lo social, lo individual y lo colectivo, generando en la sociedad el declive de lazos sociales que obstaculizan la reflexión y la crítica social, sumergiendo a su vez a la sociedad en el discurso capitalista disfrazado y atrapado en estereotipos de belleza.

Referencias

Agudelo, M.E y Arango P. (2012). Constructivismo y construccionismo social: algunos puntos comunes y algunas divergencias de estas corrientes teóricas. *Prospectiva*, (17), 353-378. Recuperado de http://revistaprospectiva.univalle.edu.co/index.php/prospectiva/article/view/1986

Aladro, A. (2015). Las redes sociales como herramienta para la promoción de la actividad física y la salud: un recurso poco explorado científicamente. *Pensar en movimiento: Revista de Ciencias del Ejercicio y la Salud*, *13*(1), 1-8. doi: http://dx.doi.org/10.15517/pensarmov.v13i1.17194

Alcaldía de Bogotá (2000). *Acto legislativo 02 de 2000*. Recuperado de http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=4134

Alcaldía de Santiago de Cali. (2014). *Geografía de Cali*. Recuperado de www.cali.gov.co/publicaciones/geografia_de_cali_pub

Alesina, L. Batthyány, K. Bertoni, M. Cabrera, M. Masheroni, P. Moreira, N. Picasso, F. Ramírez, J. Rojo, V. (2011). *Metodología de la investigación en Ciencias Sociales Apuntes para un curso inicial*. Montevideo, Uruguay: Comisión Sectorial de Enseñanza (CSE) de la Universidad de la República.

Alpízar, Lydia, & Bernal, Marina. (2003). La Construcción Social de las Juventudes. *Última década*, *11*(19), 105-123. doi: https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362003000200008

Barrera Sánchez, O. (2011). El cuerpo en Marx, Bourdieu y Foucault. *Iberofórum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, *6* (11), 121-137. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211019068007

Bautista, O. (2008). Ideología neoliberal y política de globalización: medidas implementadas por los países globalizadores y cambios generados en los países globalizados. *Revista de las Cortes Generales* (73), 149-188. Recuperado de eprints.sim.ucm.es/8249/1/oscardiego3.pdf

Blanco, H. (2012). Análisis de datos Cualitativos y Atlas. Ti: Una experiencia de Formación. *Revista Universitaria*, 1 (1), 102-113. Recuperado de revistas.udenar.edu.co/index.php/duniversitaria/article/download/959/pdf_9

Capretti, Silvia. (2011). La cultura en juego: el deporte en la sociedad moderna y post-moderna. *Trabajo y sociedad*, (16), 231-250. Recuperado de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1514-68712011000100014&lng=es&tlng=es

Castañeda, G & Hernández, E. (2010) Imágenes Miradas Cuerpos el retrato de la muerte. *Violencia, destrucción…Arte*, (27), 8-79. Santiago de Cali, Colombia: n/a.

Castañeda, Gloria (2014). *Barreras, oportunidad y tácticas para participar en salud percibidas por actores comunitarios en las asociaciones de usuarios en el Valle del Cauca*. (Tesis de maestría). Universidad del Valle, Santiago de Cali, Colombia.

Charry, M. (2012). Importancia del estudio del cuerpo en los contextos de la salud-enfermedad y responsabilidad ética del investigador. *Revista Prospectiva*, (17), 437-458. Recuperado de http://bibliotecadigital.univalle.edu.co/bitstream/10893/6344/1/17-%20Importancia%20del%20estudio%20del%20cuerpo%20en%20los%20contextos%20de%20la%20salud-enfermedad%20y%20responsabilidad%20%C3%A9tica%20del%20investigador%20social.pdf

Consejo Nacional de Trabajo Social. (2013). Código de ética profesional de los Trabajadores Sociales en Colombia. Recuperado de www.consejonacionaldetrabajosocial.org.co/cnts/images/Codigo-de-etica.pdf

Cotera, E. (2008). Historia empresarial Colombiana BodyTech. *Revista EAN*, (62), 155-166. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20611457011

Costa, F y Rodríguez, P (2010). La vida como información, el cuerpo como señal de ajuste: los deslizamientos del biopoder en el marco de la gubernamentalidad neoliberal. En Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires, Argentina.

Crespo, E. (1982). Los procesos de atribución causal. *Estudios de psicología* (12) 34-44. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/65856.pdf

Cuche D. (2004). *La noción de la cultura en las ciencias sociales*. Buenos Aires, Argentina: Nueva Visión.

Dávila León, O. (2004). Adolescencia y juventud: de las nociones a los abordajes. *Última década*, *12*(21), 83-104. https://dx.doi.org/10.4067/S0718-22362004000200004

De Andrea, N. (2010). Perspectivas cualitativa y cuantitativa en investigación ¿inconmensurables? *Fundamentos en Humanidades* XI (21), 53-66. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/184/18415426004.pdf

Díaz, L., Martínez, M., Torruco, U y Varela, M. (2013). La entrevista recurso flexible y dinámico. *Investigación en Educación Médica*, *2*(7), 162-167. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/3497/349733228009.pdf

Engoscozábal, A y Lafuente, C. (2008). Metodologías de la investigación en las Ciencias Sociales: fases, fuentes y selección de técnicas. *Revista EAN* (64), 5-18. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/206/20612981002.pdf

Fitness, negocio a toda máquina. (1 de mayo de 2015). *Portafolio*. Recuperado de http://www.portafolio.co/tendencias/Fitness-negocio-maquina-51658

Fitness, un negocio muy movido. (16 de octubre de 2016). *El Nuevo Siglo*. Recuperado de http://www.elnuevosiglo.com.co/articulos/10-2016-Fitness-un-negocio-muy-movido

Galarza, J. (Octubre de 2014). La educación de la gimnasia: Técnicas y usos del cuerpo. *V Jornadas de Graduados-Investigadores en Formación FaHCE-UNLP*. Llevado a cabo en La Plata, Argentina.

García, M. (2016). *Subjetividades femeninas en las cirugías estéticas de la ciudad de Cali* (Tesis de pregrado). Universidad del Valle, Santiago de Cali, Colombia.

Gergen, K. (2007). *Construccionismo social. Aportes para el debate y la práctica*. Recuperado de http://www.taosinstitute.net/Websites/taos/images/PublicationsFreeBooks/Gergen_construccionismo_social.pdf

Gómez, S. (2012). Tecno bíos: Una aproximación biopolítica a la relación cuerpo-maquina en el contexto cibercultural contemporáneo. *Revista Aisthesis*, (52), 343-368. doi: http://dx.doi.org/10.4067/S0718-71812012000200018

González, C., Aristizabal, I., López, C., Montoya, G., Urrego., A & Muñoz, N. (2011) El ideal estético en jóvenes de Medellín: percepciones desde algunas prácticas de estética corporal. *Revista de Educación física y deporte*, *30* (2), p. 597-604. Recuperado de http://bibliotecadigital.udea.edu.co/bitstream/10495/2924/1/GonzalezCarlos_idealesteticojovenesmedellinpracticasesteticacorporal.pdf

Google Maps (2017a) *Mapa de Colombia* [Gráfico] Recuperado de https://www.google.es/maps/place/Colombia/@4.5877394,-

83.3938697,5z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e15a43aae1594a3:0x9a0d9a04eff2a340!8m2!3d4.570868!4d-74.297333

Google Maps (2017b) *Mapa de Valle del Cauca* [Gráfico] Recuperado de https://www.google.es/maps/place/Valle+del+Cauca,+Colombia/@4.0376295,-77.7505198,8z/data=!3m1!4b1!4m5!3m4!1s0x8e36f22a860c418f:0xeb83e1617a654ca0!8m2!3d3.8008893!4d-76.6412712

Hernández E. y González F. (2011) *Cosméticas y políticas del cuerpo*. Cali, Colombia: n/a

Ibáñez, T. (2011) *Introducción a la Psicología Social*. Barcelona, España: Editorial UOC.

Kogan, L (2003). La construcción social de los cuerpos o los cuerpos del capitalismo tardío. *Persona*, (6) 11-21. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=147118110001

Kogan, L. (2005). Performar para seguir performando. *Anthropologica* (23) 151-164. Recuperado de http://www.scielo.org.pe/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0254-92122005000100006

La industria para 'adelgazar' genera más de 3,4 billones. (27 de octubre de 2013). *Portafolio*. Recuperado de http://www.portafolio.co/economia/finanzas/industria-adelgazar-genera-billones-82376

Landa, M. (2011). *Las tramas culturales del Fitness en Argentina: los cuerpos activos del ethos empresarial emergente* (Tesis doctoral). Recuperado de http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/42294/mil1de3.pdf?sequence=1

Landa, M. (2016) Fitness- management: el conflicto devenir de una cultura empresarial. *Revista Brasileira de Ciencias Do Esport*, 38 (1), 18-25. doi: http://dx.doi.org/10.1016/j.rbce.2015.12.007

Lozano, R. (21 de julio de 2015) Colombia tiene cerca del 1% de gimnasios del mundo. *El Tiempo*. Recuperado de http://www.eltiempo.com/economia/sectores/crecimiento-de-los-gimnasios-en-colombia/16125076

Mafla, V. (2016). *Significados acerca de las modificaciones del cuerpo influenciado por el uso y consumo de las redes sociales* (Tesis de Pregrado). Recuperado de http://vitela.javerianacali.edu.co/bitstream/handle/11522/7291/Significado_acerca_modificaciones_cuerpo.pdf?sequence=4

Martín, J. (2015) *Efectos de un programa de educación física sobre la percepción corporal, el autoconcepto, la autoestima y la condición física en el alumnado de tercer ciclo de*

educación primaria (Tesis de Doctorado). Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/servlet/tesis?codigo=56123 .

Martínez, W. (2016) Dos o tres cosas que quisieras saber sobre la antropología del Fitness. *Revista Jangwa Pana*, 15(1). doi: http://dx.doi.org/10.21676/16574923.1763

Ministerio de Educación. (1995). *Ley 181 de Enero 18 de 1995*. www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85919_archivo_pdf.pdf

Ministerio de Salud y Protección Social (2001). *Ley 729 de 2001*. https://www.minsalud.gov.co/sites/rid/Lists/BibliotecaDigital/RIDE/DE/DIJ/Ley_0729_de_2001.pdf

Mitos y verdades en la alimentación de la cultura Fitness. (8 de julio de 2015). *El Universal*. Recuperado de http://www.eluniversal.com.co/salud/mitos-y-verdades-en-la-alimentacion-de-la-cultura-fitness-199191

Molano, O.L (2007) Identidad cultural: un concepto que evoluciona. *Ópera*, 7, 69-84. Recuperado de www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf

Montero, M. y J. Moncada (2008) Imagen corporal recibida e imagen corporal deseada en estudiantes universitarios costarricenses. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 3, 13-34. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=311126259002

Muertes por cirugías estéticas aumentaron en un 130 por ciento. (16 de marzo de 2017). *El Tiempo*. Recuperado de http://www.eltiempo.com/justicia/servicios/muertes-por-cirugias-esteticas-aumentaron-en-un-130-por-ciento-65328

Naidorf, Judith (2011). *Los cambios en la cultura académica de la Universidad Pública*. Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=ikVsBgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT17&dq=articulos+sobre+la+definicion+de+cultura+2015&ots=UYfRdhSbr-&sig=CIEsNWmB-CATHkdwcCJ-ZbmR7MY#v=onepage&q&f=false

Napolitano, M. (2012). *Discursos de poder en el Fitness: El comercio de los entrenamientos que duelen* (Tesis de Postgrado). Recuperado de http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/tesis/te.467/te.467.pdf

Patiño, J. F. (2009) La juventud: una construcción social-histórica de Occidente. *Guillermo de Ockham*, 7 (2), pp-75-90. Recuperado de http://www.redalyc.org/pdf/1053/105312927006.pdf

¿Por qué insisten en la 'narcoestética' de Medellín? (28 de abril de 2015). *El Tiempo.* Recuperado de http://www.eltiempo.com/colombia/medellin/cirugias-plasticas-y-herencia-del-narcotrafico-en-medellin/15649380

Puga, C. (2009). Ciencias Sociales. Un nuevo momento. *Revista mexicana de sociología,* (71), 105-131. Recuperado de http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:Y8ehjk7c9e8J:www.scielo.org.mx/scielo.php%3Fscript%3Dsci_arttext%26pid%3DS0188-25032009000500005+&cd=4&hl=es&ct=clnk&gl=co

Raich, R. M (2004). Una perspectiva desde la psicología de la salud de la imagen corporal. *Avances en psicología latinoamericana,* 22. 15-27. Recuperado de https://revistas.urosario.edu.co/index.php/apl/article/view/1261

Rodríguez, A (2014) El Fitness es un estilo de vida. Gimnasios y sociabilidad en una perspectiva crítica. *Memoria Académica*. Recuperado de www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.4733/ev.4733.pdf

Rodríguez-Camacho, D. & K. A. Gómez (2015) Generalidades de la imagen corporal y sus implicaciones en el deporte. Rev. Fac. Med, 2 p. 279-287. Recuperado de http://www.scielo.org.co/pdf/rfmun/v63n2/v63n2a13.pdf

Sánchez, A, E. Ramos y P. Marset (1994) *La actitud participativa en salud: entre la teoría y la práctica.* Murcia, España: Universidad de Murcia.

Sociedad colombiana acepta más las cirugías plásticas de los hombres. (3 de septiembre de 2014). *La República*. Recuperado de http://www.larepublica.co/%E2%80%9Dsociedad-colombiana-acepta-m%C3%A1s-las-cirug%C3%ADas-pl%C3%A1sticas-de-los-hombres%E2%80%9D_164286

Sossa, Alexis (2011). Análisis desde Michel Foucault referentes al cuerpo, la belleza física y el consumo. *Polis* (28). 1-20. Recuperado de http://polis.revues.org/1417

Sossa, Alexis (2015). Entrenar hasta que duela. Significaciones culturales asociados al dolor y el cansancio en la ejercitación en gimnasios. *Desacatos* (48). 140-155. Recuperado de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-92742015000200010

Taguenca, Juan A (2009). El concepto de juventud. *Revista mexicana de sociología* (71) 159-190. Recuperado de http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32116011005.

Vaquero-Cristóbal, Raquel, Alacid, Fernando, Muyor, José María, & López-Miñarro, Pedro Ángel. (2013). Imagen corporal: revisión bibliográfica. *Nutrición Hospitalaria*, *28*(1), 27-35. doi: https://dx.doi.org/10.3305/nh.2013.28.1.6016

Vásquez, M. L., Ferreria Da Silva, M., Mogollón, A.S., Fernández, M.J., Delgado, M.E., y Vargas, I. (2011). Diseño de estudios y diseños muestrales en investigación cualitativa. En M. Fernández (Ed), *Introducción a las técnicas cualitativas de investigación aplicadas en salud.* España: Servei de publicacions

Villa, María Eugenia (2011). Del concepto de juventud al de juventudes y al de lo juvenil. Revista de educación y pedagogía, (23) 147-157. Recuperado de https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4157845.pdf

Anexos

Anexo 1: Cuestionario

1. ¿Qué es la Cultura Fitness para usted?
2. ¿Cree que forma parte de la Cultura Fitness? Si es así, ¿qué cree que lo llevó a formar parte de este estilo de vida?
3. ¿Desde qué edad siente está adoptando este estilo de vida?
4. ¿Qué importancia tiene la Cultura Fitness en su vida?
5. ¿Cómo es su rutina?
6. ¿Maneja círculos sociales de personas que practican o llevan el estilo de vida de la Cultura Fitness y qué actividades comparten juntos?
7. ¿Cree que este estilo de vida ha cambiado su personalidad?
8. ¿Cree que su cuerpo debe lucir de cierta forma especial? ¿Cómo?
9. ¿Compara constantemente su imagen corporal con otras personas mientras entrena?
10. ¿Suele ubicarse cerca de un espejo cuando entrena en el centro de acondicionamiento físico? ¿Por qué cree que hace esto?
11. ¿Cuándo hay una salida con amigos se fija en lo que los otros están comiendo?
12. ¿Siente que el practicar este estilo ha cambiado las relaciones con su familia, amigos y demás conocidos?
13. ¿Participa en algún grupo social, como de jóvenes, mujer o sociopolítico?

14. ¿Cree que es importante compartir estas actividades con sus amigos, familiares y demás conocidos y qué actividades comparten juntos?
15. ¿Qué aspectos positivos ha traído el practicar un estilo de vida Fitness?
16. ¿Qué aspectos negativos ha traído el practicar un estilo de vida Fitness?
17. ¿Se siente más atraído a establecer relaciones sociales con personas que practiquen un estilo de vida Fitness?
18. ¿Qué cree que haría si por cualquier motivo no pudiese continuar con el estilo de vida Fitness?
19. ¿Cómo describiría a una persona Fitness? ¿Qué características físicas y mentales tendría?

Anexo 2: Cuadro de categoría de análisis del estudio

	Nombre categoría	**Definición**	**Preguntas**
1.	Percepción	Stoetzel (citado en Castañeda, 2016) plantea que el percibir implica el comprender, por ende debe encontrarse un significado previo frente a ese algo que se percibe y los elementos culturales que son inherentes a los individuos	
1.1.	Percepción frente a la Cultura Fitness	Ibañez (2011) plantea que la percepción es un proceso que	¿Cree que el adoptar este estilo de vida ha cambiado su

	involucra la recolección de información a partir del uso de nuestros sentidos, mientras que la percepción social hace referencia a la percepción de personas y a cualquier objeto o relación que tenga significado social. La Cultura Fitness, según Kogan (2005) construye ciertos significados comunes como concepciones de cuerpo; ciertas prácticas comunes como la frecuencia de gimnasios; ciertos criterios comunes, como el tipo de ropa a utilizar y tipo de actividades físicas que inciden en la construcción de una identidad social, ya sea a partir de ciertas	personalidad? ¿Qué es la Cultura Fitness para usted? ¿Cree que forma parte de la Cultura Fitness? Si es así, ¿qué cree que lo llevó a adoptar este estilo de vida? ¿Desde qué edad está adoptando este estilo de vida? ¿Qué importancia tiene la Cultura Fitness en su vida? ¿Se siente más atraído a establecer relaciones sociales con personas que también adopten este estilo de vida? ¿Siente que al adoptar este estilo

		características provenientes de una clase social.	de vida ha afectado las relaciones con su familia, amigos o demás conocidos? ¿Cómo describiría a una persona Fitness? ¿Qué características físicas y mentales tendría?
1.2	Percepción frente a la imagen corporal	Ibañez (2011) plantea que la percepción es un proceso que involucra la recolección de información a partir del uso de nuestros sentidos. Relacionando lo anterior con imagen corporal, encontramos que se analiza como destaca Schilder (citado en Raich, 2004) que la describe como la representación mental del cuerpo	¿Cómo se siente actualmente con su imagen corporal? ¿Cree que su cuerpo debe lucir de alguna forma especial? ¿Siente que compara su imagen corporal con la de otras personas mientras entrena?

		que cada individuo construye en su mente.	
2	Actitudes	Según Krech (citado en Sánchez, Elvira Ramos y Pedro Marset, 1994) la actitud es un sistema de valoraciones tanto negativas como positivas, estados de ánimo y tendencias a actuar en pro o en contra con respecto a un objeto social. En este estudio fue de gran importancia describir las actitudes de los jóvenes por medio del valor, la intensidad y los sentimientos que ellos exponen frente a la Cultura Fitness.	

2.1.	Actitudes frente a la influencia social de la Cultura Fitness sobre la configuración de la imagen corporal	La Cultura Fitness construye ciertos significados comunes como: concepciones de cuerpo; ciertas prácticas comunes como la frecuencia de gimnasios; ciertos criterios comunes, como el tipo de ropa a utilizar y tipo de actividades físicas que inciden en la construcción de una identidad social. (Kogan, 2005). De acuerdo a esto, para esta investigación es pertinente describir cómo se representa la Cultura Fitness para los jóvenes, sus puntos de vista o valoraciones a favor o en contra, además de exponer los tipos de emociones, apreciaciones y valores que inciden	La Cultura Fitness construye ciertos significados comunes como: concepciones de cuerpo; ciertas prácticas comunes como la frecuencia de gimnasios; ciertos criterios comunes, como el tipo de ropa a utilizar y tipo de actividades físicas que inciden en la construcción de una identidad social. (Kogan, 2005). De acuerdo a esto, para esta investigación es pertinente describir cómo se representa la Cultura Fitness para los jóvenes, sus puntos de vista o valoraciones a favor o en contra, además de exponer los tipos de emociones,

	en lo individual y colectivo.	apreciaciones y valores que inciden en lo individual y colectivo.

Fuente: Creación propia de las investigadoras