



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA
Unidad Xochimilco

**TRABAJO TERMINAL PARA OBTENER EL GRADO DE
LICENCIATURA EN SOCIOLOGÍA:**

**“Capital Social, Económico y Cultural de los jóvenes en la Alcaldía
Coyoacán de la Ciudad de México: Construcción de su imagen
corporal bajo estereotipos”**

Trimestre Lectivo: 24I

Por :

Jerson Quiroz Arciniega

2202026633

Iván Anzures Laguna

2202025172

Asesor:

Dr. José Antonio Rosique Cañas

Módulo XII “Sociología y Sociedad”

Fecha de entrega: 23 de Mayo del 2024.

Análisis del Capital Social, Económico y Cultural de los jóvenes de 18 a 24 años en la Alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México en relación con la construcción de la imagen corporal bajo estereotipos dentro de los gimnasios

Pregunta.....	2
Introducción.....	2
Planteamiento del Problema.....	2
Justificación.....	3
Objetivo general:.....	3
Objetivos Específicos.....	3
Marco Metodológico.....	4
Estado del arte.....	5
Capítulo 1.....	8
Evolución histórica de los gimnasios y su impacto en la sociedad actual.....	8
Capítulo 2.....	13
Configuraciones Sociales del Cuerpo: Explorando las Formas de Capital, Estereotipación Corporal y Cultura Fitness.....	13
2.1 . Capital cultural.....	13
2.2. Capital cultural incorporado.....	13
2.3. Capital cultural objetivado.....	13
2.4. Capital cultural institucionalizado.....	14
2.5. Capital social.....	14
2.6. Las transformaciones del capital (capital económico).....	15
2.7. Cultura Fitness: Investigación de la cultura fitness como un fenómeno sociocultural emergente, destacando sus características, valores, prácticas y su papel en la conformación de identidades individuales y colectivas.....	17
2.8. Estereotipación Corporal: Análisis de los estereotipos corporales presentes en la sociedad contemporánea, examinando cómo influyen en la autoimagen, las interacciones sociales y la reproducción de desigualdades.....	19
Capítulo 3.....	22
Mapeo de Gimnasios y Resultados de Entrevistas: Comprendiendo la Influencia del Entorno en las Percepciones Corporales de los Jóvenes.....	22
3.1. Mapeo de Gimnasios.....	22
3.2. Los capitales de la estereotipación física.....	28
Conclusión.....	39
Anexo.....	46
Bibliografía.....	47

Pregunta

Propuesta: ¿Qué papel juegan los tipos de capital social, económico y cultural de los jóvenes de 18 a 24 años que asisten a gimnasios en la Alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México para alcanzar una imagen corporal acorde a los estereotipos actuales?

Introducción

En esta investigación se analizan temas sobre la construcción de la imagen corporal en los jóvenes, ya que es un fenómeno influenciado por diversos factores como los capitales sociales, económicos y culturales.

En la CDMX, específicamente en la Alcaldía Coyoacán, esta dinámica se puede visualizar debido a la amplia actividad socioeconómica, a partir de la instalación de múltiples gimnasios lo cual, se puede identificar en semejanza con los grados de marginación, es decir, que en las zonas con baja y muy baja marginación se concentran la mayor cantidad de gimnasios. Esto podría deberse a la falta de recursos para instalarlos en los hogares.

El presente estudio pretende analizar, mediante la utilización del enfoque teórico de los capitales de Bourdieu (1979), cómo estos factores antes mencionados influyen en la percepción y la construcción de la imagen corporal en los jóvenes de 18 a 24 años que acuden a los gimnasios de esta Alcaldía.

Planteamiento del Problema

La presente investigación se centra en analizar la relación entre la estereotipación corporal en la búsqueda de la “perfección física” entre los jóvenes de 18 a 24 años de la CDMX en la alcaldía Coyoacán y el comprender cómo influyen los distintos tipos de capital social, económico y cultural en términos de Pierre Bourdieu (1979) para alcanzar el cuerpo deseado mediante prácticas en el gimnasio, descanso y una alimentación adecuada.

La problemática destaca la relación entre cultura e imagen *fitness* y la adopción de hábitos específicos para cumplir con los estándares de belleza promovidos en los gimnasios, hábitos que, desde nuestra premisa, son determinados por los capitales.

Justificación

En la actualidad la cultura *fitness* se ha encargado de estereotipar la percepción del cuerpo moderno y la perfección física, que son influenciados por diferentes medios para moldear sus cuerpos, por ejemplo, en el gimnasio, aunque con ayuda del descanso y buena alimentación.

Se parte de la premisa de que en la sociedad contemporánea, los jóvenes de entre 18 y 24 años son influenciados por los medios de comunicación y las redes sociales en la estereotipación de sus cuerpos. Las formas de capital (económico, cultural y social) a las que pueden acceder juegan un papel crucial en su capacidad para obtener los elementos necesarios para alcanzar el cuerpo deseado. Estas formas de capital son importantes porque pueden limitar el acceso a los objetivos impuestos por los estereotipos corporales, ya que alcanzar el cuerpo perfecto que se promueve en los gimnasios requiere recursos financieros y conocimientos en nutrición y entrenamiento.

Objetivo general:

La presente investigación tiene como objetivo identificar, señalar y analizar cómo se emplean los diversos tipos de capitales en la influencia de la consecución de la estereotipación corporal deseada por parte de los jóvenes de 18 a 24 años residentes en la alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México, desde la perspectiva teórica de Pierre Bourdieu.

Objetivos Específicos

- Revisar y analizar el concepto de capitales de Pierre Bourdieu en el contexto de la consecución de una estereotipación corporal contemporánea.
- Definir la estereotipación corporal que ven los jóvenes de 18 a 24 años dentro de los gimnasios, así como los tipos de capital que acuden para poder moldear sus cuerpos.

-Explorar y analizar los distintos tipos de capital utilizados por los jóvenes de 18 a 24 años que asisten regularmente a gimnasios, con el propósito de comprender sus estrategias en el moldeamiento corporal, a través de entrevistas en profundidad.

-Procesar y analizar la información recopilada de entrevistas con jóvenes que asisten a gimnasios en la alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México, con el objetivo de identificar las características particulares de estos individuos y su relación con los distintos tipos de capital.

Marco Metodológico

Este análisis constituye un estudio mixto, en tanto se utilizan herramientas de análisis cuantitativo como cualitativo, partiendo de que es necesario el análisis de información amplia para dar cuenta de nuestro objetivo y responder nuestra pregunta de investigación.

En lo que se refiere a la metodología cuantitativa se realiza una revisión de datos oficiales como los del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (DENUE), posteriormente, con esta información se buscó georreferenciar los datos mapeando específicamente la alcaldía Coyoacán donde se describe el tipo de marginación, la ubicación de los gimnasios, los metros cercanos como vías de acceso y los mercados dentro de la alcaldía como medios de abastecimiento e insumos. La selección de los datos para la elaboración de estos mapas fue considerada la más apropiada para dar respuesta al objetivo del presente análisis.

Para la parte cualitativa, se recurrió a un análisis de datos, entrevistas a jóvenes dentro de los gimnasios de la alcaldía Coyoacán de la ciudad de México, se visitarán cuatro gimnasios, en los cuales se entrevistaron a dos personas por gimnasio, con un total de 10 entrevistas con el objetivo de comprender sus estrategias hacia el modelamiento corporal para alcanzar el estereotipo corporal que ven en los gimnasios.

Los gimnasios seleccionados respondieron a su ubicación en colonias con grados de marginación bajo y muy bajo, ello en el sentido de buscar una visibilidad amplia de la población que asiste a estos lugares, y los diferentes tipos de capitales con los que cuentan quienes asisten.

Estado del arte

Estereotipación corporal y capitales: una revisión general los conceptos

El propósito de esta sección es revisar y analizar la literatura existente relacionada con el tema propuesto, examinando y proporcionando una visión general de los estudios previos que abordan: 1) los estereotipos corporales, 2) los capitales en términos de la teoría de Bourdieu (1979), y 3) determinar si investigaciones anteriores han explorado la relación propuesta entre estereotipos y capitales.

1.1. Estereotipos corporales

Un estereotipo es definido según la RAE (2006), como una imagen o idea ampliamente aceptada por un grupo o sociedad y considerada inalterable (RAE, 2006).

Distintas fuentes como la Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte (2017), hablan sobre la relación entre imagen corporal, dimensiones corporales y ejercicio físico en usuarios de gimnasios, es que el ejercicio físico y la imagen corporal (IC) están relacionados, ya que buscan una perfección corporal, pero para esto se necesita ser constante y tener una gran satisfacción para llegar a lograr el objetivo que buscan las personas con la (IC) (RIPED, 2017).

Uno de los factores más importantes que mencionan los autores es que hay una comparación de un modelo físico tanto de belleza como corporal, esto es una idealización de las personas precisamente buscando tener esa imagen corporal (IC), pero teniendo en cuenta el ejercicio físico. Otro factor importante que mencionan los autores es los comentarios relacionados a la imagen corporal ya sea de padres, familia o amigos donde entra la parte de la salud mental como en trastornos de alimentación e inseguridad de la imagen corporal. Esto es una de las razones por la cual buscan tener una buena imagen corporal (IC) y empezar a hacer ejercicio y tener una buena alimentación (RIPED, 2017).

Por otro lado el artículo de enseñanza e investigación psicológica (2011), que habla sobre la alteración de la imagen corporal en un grupo de usuarios de gimnasios que determina que hay altos nivel de insatisfacción corporal en los hombres, también mencionando que las mujeres tienen una gran insatisfacción corporal desde hace años atrás a la actualidad.

Mencionan los autores que fue evolucionando el nivel de insatisfacción corporal por parte de los hombres todo ello con grupos que estaban en los gimnasios, llegando a un punto de preocupación corporal y que no lo hacían por salud sino por una imagen corporal, llevando a ciertas conductas para mejorar su aspecto físico como dietas, prácticas de ejercicio, comestibles tóxicos o dañinos, entre otras; los autores mencionan ciertos que los hombres que practican en los gimnasios tenían grandes afectaciones a los hombres que no lo hacían, afectaciones como enfermedades la vigorexia, una obsesión enfermiza por desarrollar la masa muscular y así afectando su vida psicológica y social llegando a un punto donde tengan grados medios (Ayensa, Gonzalez y Ramirez, 2011).

Lo que mencionan los autores en este artículo es que determinan la relación entre la práctica del ejercicio físico en los gimnasios y la preocupación por la imagen corporal.

De acuerdo con la Revista de Psicología del Deporte (2011), la cual, analizó a varones universitarios que asisten al gimnasio y varones que no asisten al gimnasio, con base a las características de imagen corporal, hábitos alimenticios y ejercicio. Los resultados que obtuvieron fueron que los varones que sí asisten al gimnasio tienen peores hábitos alimenticios y de ejercicio que los que no asisten al gimnasio (RPD, 2011).

La Revista de Psicología del Deporte (2011), concluyó que esto se debe a que los varones que sí asisten al gimnasio tienen tendencias patológicas de alimentación y ejercicio, que esto puede ser producto con la práctica del deporte con fines estéticos más que de salud. Estos datos pueden ser enriquecedores para nuestra

investigación, porque refuerza el concepto de cultura fitness que hay en los gimnasios para poder alcanzar la estereotipación corporal que se crea (RPD, 2011).

En resumen, este estado del arte proporciona una base teórica para abordar la investigación propuesta, enfatizando en la necesidad de analizar la relación entre el capital social, económico y cultural en la construcción de la imagen corporal de los jóvenes en los gimnasios de la Alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México.

1.2. Formas de capital

De acuerdo con Bourdieu (1979), el capital es un trabajo acumulado que puede presentarse de tres maneras, dependiendo del campo en que se aplique y los costes de transformación:

Para el mismo autor, uno de los capitales que puede heredarse, es el capital cultural. Según Bourdieu (1979), éste se aplica con la influencia de la educación, los valores y las experiencias culturales en la vida de un individuo.

La relación entre el capital cultural y nuestra investigación, se aborda con la percepción del cuerpo que puede ser especialmente relevante en entornos como los gimnasios, donde las tendencias culturales y los estándares de belleza pueden estar presentes.

En el mismo sentido, el autor francés señala que el concepto de capital social según Bourdieu (1979), nos ayuda a entender las redes sociales y cómo estas influyen en el bienestar de los individuos, porque se basa en las obligaciones de las relaciones sociales y los recursos que están intrínsecos en la pertenencia de grupo.

Esto puede ser útil para la investigación, ya que la pertenencia a comunidades o grupos, como los gimnasios, puede influir en la percepción de la imagen corporal, ya que se establecen estándares y normas dentro de estos espacios.

Capital económico: Para Bourdieu (1979), el capital económico es el más importante, ya que con él pueden obtenerse los diferentes tipos de capital, por ejemplo, los bienes y servicios.

Puede convertirse en dinero, y es particularmente adecuado para la institucionalización en forma de derechos de propiedad. En el contexto de los gimnasios, el acceso a recursos económicos puede influir en la participación en actividades y la adopción de ciertas imágenes corporales.

Sobre el tema de los capitales se han realizado diversas investigaciones, en algunas de ellas se tratan temas de violencia (Leite, 2019), clases sociales (Visser, 2017), educación (Di Piero, 2014), etc no obstante, son menos las que realizan una relación entre capital, en cualquiera de sus formas. con temas de imagen o estereotipos corporales, se puede señalar el texto de la Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte (2017).

Capítulo 1

Evolución histórica de los gimnasios y su impacto en la sociedad actual.

El gimnasio, como recinto destinado al cultivo del cuerpo, según Sassatelli (2010), posee una historia que se remonta al gimnasio griego y a la palestra romana. Esta tradición perduró hasta la primera mitad del siglo XX, marcada por la difusión de la cultura física y el surgimiento de gimnasios especializados en el desarrollo muscular (Sassatelli, 2010).

Desde el siglo XIX hasta la actualidad, ha surgido un incremento en el número de gimnasios comerciales, clubes de *fitness* privados, cadenas de franquicias internacionales y revistas profesionales de fitness, relacionados con la condición física comercializada a nivel global (Andreasson & Johansson, 2014).

Según Andreasson & Johansson (2014), este fenómeno, que ha tenido un rápido crecimiento desde la década de 1970, tiene sus raíces en las primeras prácticas de ejercicios físicos y métodos de desarrollo muscular del siglo XIX. La cultura moderna del gimnasio y el fitness tiene sus antecedentes en movimientos como el Turnhalle europeo y las ideas de Federico Ludwig Jahn sobre el ejercicio físico, así como en los métodos promovidos por figuras como el profesor sueco Henrik Ling y Niels Bukh en Dinamarca (Andreasson & Johansson, 2014).

Según Sassatelli (2010), estos gimnasios han dirigido su oferta a una audiencia cada vez más diversa, transformando la concepción del gimnasio de una pasión cultural a una actividad de ocio masivo, vinculada a la cultura popular. En la actualidad, el término "gimnasio" se atribuye con el concepto de "*fitness*", y se sustituye por términos más contemporáneos como "centro de fitness" o "club de fitness".

Aunque aún persisten gimnasios orientados exclusivamente hacia actividades competitivas típicamente masculinas, como el culturismo, el levantamiento de pesas, el boxeo o las artes marciales, estos son cada vez más marginales en comparación con el gran número de instalaciones que encuentran en la "idea común" de aptitud física (Sassatelli, 2010).

Asimismo, Andreasson & Johansson (2014) nos exponen que la fascinación por el desarrollo muscular y la fuerza física también se vincula históricamente, como se evidencia en el interés por los "hombres fuertes" que realizaban exhibiciones en circos y otros lugares públicos en los Estados Unidos a finales del siglo XIX y principios del XX. Estas prácticas tienen sus raíces en períodos anteriores, incluidas las culturas de la antigua Grecia y Roma. Además, la construcción muscular y el fortalecimiento del cuerpo estaban asociados históricamente con preocupaciones masculinas relacionadas con la guerra, la violencia y la formación de los Estados-nación (Andreasson & Johansson, 2014).

A medida que avanzaba el siglo XIX, la cultura física se desarrolla, con nuevas técnicas y métodos destinados a desarrollar cuerpos fuertes, musculosos y masculinos. Este fenómeno no se limitaba a los Estados Unidos, sino que también tenía un alcance en Europa Occidental y Oriental, donde científicos de diversos países comenzaron a centrar su atención en la cultura física y la educación física (Andreasson & Johansson, 2014). Influenciados por movimientos gimnásticos alemanes, suecos y daneses, desarrollaron técnicas y métodos para mejorar la salud y la fuerza física, lo que reflejaba la preocupación por la salud y el bienestar físico en un contexto de industrialización y la necesidad de cuerpos físicamente capaces (Andreasson & Johansson, 2014).

A principios del siglo XX, el interés por el deporte y la cultura física se extendió también a la clase trabajadora, un fenómeno evidente en estados totalitarios como

Alemania, Italia y la Unión Soviética (Andreasson & Johansson, 2014). Entre las figuras influyentes de este período se encuentra Eugene Sandow, quien, nacido en Alemania en 1867, inició su carrera como "hombre fuerte" y contribuyó a la transformación de las percepciones sobre el entrenamiento con pesas y el culto al cuerpo (Andreasson & Johansson, 2014).

Aunado a ello, Andreasson & Johansson (2019) nos explican que desde la década de 1970 hasta principios de 1990, se observó una expansión de la cultura del gimnasio y del fitness en términos de género. Durante lo que se conoce como la época dorada del culturismo, posterior al éxito de figuras como Arnold Schwarzenegger, se produjo una integración de las mujeres en la cultura e ideología masculinas, que previamente habían sido predominantemente masculinas y excluyentes. Andreasson & Johansson (2019), destacan que los cuerpos femeninos y masculinos extremadamente musculosos, alcanzados con la ayuda de Productos de Mejora del Rendimiento (esteroides), se convirtieron en un tema relevante no solo en los círculos de culturismo, sino también en discursos públicos y en el ámbito académico.

A medida que avanzaba la década de 1990, se percibían cambios en la dinámica del uso de esteroides, siendo legal en la mayoría de los países. Este fenómeno se consideraba parte integral de la cultura competitiva del culturismo, en contraste con las percepciones sobre el dopaje en el contexto del deporte organizado (Andreasson & Johansson, 2019).

Los primeros gimnasios fundados en los años sesenta del siglo XIX, según (Vicente & Torrebadella, 2019) nos mencionan que la apertura de los gimnasios fue favorecido ya que era un ambiente cultural que ayudaba a mantener o recuperar la salud de los usuarios, cabe destacar que estos gimnasios entraba la gente más pudiente ya que eran privados a comparación de los gimnasios estatales donde entraban principalmente los militares y escolares, ya sea por formativa o adoctrinamiento.

El propósito de los gimnasios privados según (Vicente y Torrebadella, 2019) era poder desarrollar la fuerza, agilidad o resistencia para poder moldear su cuerpo y también la salud física, lo que hacía poner en esa época la cultura deportiva hacia los gimnasios. Además es importante saber que se empezaba a tener un

entretenimiento y forma de sanar los cuerpo en este caso tenían mejora en el fortalecimiento tanto físico como ocio, lo cual también se buscaba una forma de recuperación más allá de la moda que se estaba imponiendo de tener un mejor cuerpo físico, lo que hacía que esta cultura fitness fuera en aumento no solo por la salud y el mejoramiento del cuerpo sino por tener una recuperación tanto física como oia.

Por otra parte nos menciona (Vicente y Torrebadella, 2019) sobre la imagen del torso desnudo del hombre, cuya imagen se mostraba para la perfección y salud corporal, se dio pauta a que el gimnasio era un espacio restringido al goce estético de la masculinidad, una estética de aprecio de la corporalidad donde la sensibilidad y los sentimientos hicieron acto de presencia. El cuerpo empezó a cobrar un importante valor simbólico, no solo se perfiló como dispositivo de control, se configuró como mecanismo distintivo, al igual que se consideró un verdadero trabajo sobre la identidad y no por los resultados obtenidos en el gimnasio, sino por lo social y culturalmente que ocupaba tiempo y esfuerzo así como la mente del cuerpo, esto de la manera que hacían el gimnasio. (Vicente & Torrebadella, 2019).

En el artículo “El sector de fitness en España; análisis del gimnasio low- cost y los centros de electroestimulación integral “ (M.A. Camara Serrano, 2015) nos menciona que los gimnasios de la década 80 y 90 eran gimnasios que se centraba básicamente en actividades de culturismo ya que contaban con instalaciones reducidas y una maquinaria un poco funcional, lo que los gimnasios y centros fitness han evolucionado, como se menciona a finales de los 90 se empezaron a crear centros multiservicios es decir, no solo se enfocan en las maquinarias, las pesas etc. Sino que apostaron por ofrecer mayor número de clases colectivas y servicios como cafeterías, restaurantes, peluquerías, masajes o servicios de nutrición todo esto impulsado por las nuevas tecnologías y difusión de las redes sociales.

Los gimnasios antiguos o los que estaban en la década de los 90 se centran en tener un cuerpo perfecto con el hecho de tener las máquinas y lo más básico que se encontraban en dichos gimnasios, sin tener algún otro beneficio externo, dejando a un lado los productos que se empezaban a consumir tanto dañinos como naturales (esteroides/suplementos) (M.A. Camara Serrano, 2015).

Por otra parte la evolución de los gimnasios a finales de los 90 era de manera distinta y más eficaz con el hecho de tener mejores maquinas y servicios para mejorar el cuerpo físico, así no se tenía una dificultad como en los gimnasios antiguos, ya que la evolución de centros fitness era de más comodidad y beneficio para llegar a tener el cuerpo perfecto que igual se busca en cada gimnasio y que hasta la actualidad se sigue buscando esa imagen corporal que tanto se desea. (M.A. Camara Serrano, 2015).

En la década de los 90 los gimnasios según (Reverter & Barbany, 2007) tienen una gran expansión debido al gran número de competitividad entre dichos gimnasios, esto obliga a que los gimnasios tengan una serie de modificaciones e instalaciones donde se van creando nuevas actividades para desarrollar la fuerza y las habilidades dentro del gimnasio con el objetivo de tener un cuerpo moldeado a como ellos quieren tener.

Por otra parte se menciona que hay que diferenciar entre centro fitness y un simple gimnasio donde cada uno tiene diferentes maneras para tener un buen cuerpo físico, en el caso de centro fitness se basa más en ejercicios de gimnasia, incluso las de musculación, incluye la potencia física, pero también el control emocional y la correcta práctica dietética; en los gimnasios el objetivo específico es el desarrollo, fortalecimiento y flexibilidad del cuerpo mediante ciertos ejercicios con la función del objetivo de tener grandes músculos junto con mayor fuerza sin embargo, los centros fitness y los gimnasios son un estilo de vida que permite el total disfrute de la vida. (Reverter & Barbany, 2007).

Capítulo 2

Configuraciones Sociales del Cuerpo: Explorando las Formas de Capital, Estereotipación Corporal y Cultura Fitness.

Formas de Capital

2.1 . Capital cultural

El capital cultural según Bourdieu (1979), puede permanecer en tres estados, la primera en estado interiorizado o incorporado, la segunda en estado objetivado como en forma de bienes culturales, cuadros, libros, diccionarios, instrumentos o máquinas, de las cuales se obtienen teorías y críticas, y por último, la tercera en estado institucionalizado.

2.2. Capital cultural incorporado

Bourdieu (1979), nos expone que el capital incorporado está ligado al cuerpo en una interiorización, mediante un periodo de enseñanza y aprendizaje a través del tiempo como por ejemplo un físico musculoso. El individuo se forma así mismo para conseguir el capital cultural, es decir, invierte tiempo, con todas las privaciones, renuncias y sacrificios que pueda comportar (Bourdieu, 1979) .

Otro aspecto del capital incorporado, el cual, Bourdieu (1979) nos dice que al ser interiorizado no puede ser transmitido al momento o por herencia permitiendo que la incorporación de capital cultural puede realizarse en cada sociedad, clase social y época.

2.3. Capital cultural objetivado

Citando a Bourdieu (1979), el capital cultural objetivado está ligado al capital cultural incorporado, ya que es transferible materialmente a través del físico, como lo son los escritos, pinturas monumentos e instrumentos. Esto significa que el propietario de los medios de producción debe encontrar la manera de adquirir para el mismo el capital cultural concreto necesario para la posesión y uso de dichos medios, o de hacerse proporcionar los servicios de quienes poseen ese capital cultural (Bourdieu, 1979).

El capital cultural según Bourdieu (1979), manifiesta en un estado de objetivación, el cual subsiste en forma de capital simbólico y solo es efectivo si el individuo se apropia y hace uso de él para disputar la producción cultural.

2.4. Capital cultural institucionalizado

El capital cultural institucionalizado según Bourdieu (1979), es aquello que está reconocido por las instituciones como títulos escolares, o como en el fallecimiento de un individuo, los familiares lo institucionalizan con un rito luctuoso. En el caso del título universitario, el título es resultado del capital económico a capital cultural, el cual, el poseedor puede canjearlo en el mercado laboral. El capital al convertirse de económico a cultural, en definitiva, son estrategias determinadas por la estructura actual de oportunidades rentables para los distintos tipos de capital (Bourdieu, 1979).

2.5. Capital social

El capital social, como lo expone Bourdieu (1979) consiste en todos los recursos potenciales asociados con redes duraderas que tienen relación institucionalizada de comprensión y reconocimiento mutuos, es decir, en recursos que están basados en la pertenencia de grupo.

Bourdieu (1979), explica que al ser recursos de pertenencia de grupo, el capital que posea cualquier miembro del grupo puede ser de utilidad para todos los miembros del grupo. Pero esto puede suceder si existe un intercambio de bienes entre los miembros del grupo. Estas relaciones sociales pueden ser institucionalizadas a través de un nombre en común que haga referencia a todos los miembros que conforman el grupo (Bourdieu, 1979) .

Así, la cantidad de capital social que posee un individuo dependerá de si puede movilizar efectivamente la red de contactos, y la cantidad de capital que poseen quienes están asociados a ella (Bourdieu, 1979). Según Bourdieu (1979), los miembros de dicho grupo, tienen la cualidad de tener favores relacionados con beneficios simbólicos, resultado de pertenecer al grupo.

2.6. Las transformaciones del capital (capital económico)

Para Bourdieu (1979), el capital económico es el más importante, ya que con él pueden obtenerse los diferentes tipos de capital, por ejemplo, los bienes y servicios. Puede convertirse en dinero, y es particularmente adecuado para la institucionalización en forma de derechos de propiedad (Bourdieu, 1979).

Pero también Bourdieu (1979), explica que el capital social puede conseguir bienes por medio de relaciones y obligaciones, por ello, al usar este capital requiere un costo antes de poder ser utilizado, una inversión social que debe ser planificada a largo plazo. Es precisamente el paso del tiempo lo que ha determinado que las deudas simples y directas se convierten en aceptaciones de deudas indeterminadas (Bourdieu, 1979).

La transformación de capital económico en cultural presupone una inversión de tiempo para obtenerlo. Como lo expone Bourdieu (1979), el capital cultural se transmite internamente en la familia y el capital económico disponible que tiene la familia permite tener formación escolar o alguna meta, que se puede recuperar la inversión a largo plazo.

Por otro lado, otras formas de capital según (Carlos M. Jardón & Nilda C., 2010) hace mención al capital humano esto también como forma de capital social e intelectual dando impacto a la sociedad sobre la acumulación del capital humano; esto quiere decir que se habla sobre la asistencia en diferentes partes de la sociedad, para el capital social se considera importante para facilitar el desarrollo económico que se base en la creación y facilitación de la innovación para una empresa y base a esto un mayor crecimiento económico.

Como también mencionan los autores (Carlos M. Jardón & Nilda C. 2010) es que también son una forma eficiente de conocimiento que engloba gran parte del capital humano existente. Hablando de la capacidad económica en desarrollo es que esto depende del capital social como la dimensión de la población activa, la disponibilidad de bienes y el número de horas trabajadas.

El capital intelectual según (Carlos M. Jardón & Nilda C. 2010) son habilidades y capacidades que tienen los activos de organización en lugares de la sociedad y principalmente en las empresas o trabajos de proyectos de mayor peso, lo que se

da a la manera de estrategias para poder llevar a cabo un objetivo con un conjunto de personas de dicho lugar activo; es uno de los factores sumamente importantes para una empresa, esta forma de capital da énfasis todo lo relacionado dentro de una empresa dándole mejores recursos y capacidades que no pueden ser adquiridos y distribuidos en el mercado. (Carlos M. Jardón & Nilda C. 2010) Es importante mencionar que estas capacidades y habilidades que generan organización se hacen individualmente así como en grupos sociales, dando una mejora a la empresa en el rol que cada individuo desempeña dentro y fuera de la empresa, para dar mejores resultados económicos.

Un factor sumamente importante es el conocimiento considerado el principal para el éxito empresarial y se visualiza como una base de ventajas competitivas (Carlos M. Jardón & Nilda C. 2010) y no solo hablando en términos empresariales sino en general ya que el conocimiento como forma de capital intelectual da oportunidades en muchas cuestiones todo dependiendo de la forma en la que se actúa y se da fruto a corto, mediano o largo plazo dependiendo de la forma en la que desempeñan las habilidades y capacidades que trae el individuo y teniendo en cuenta las que van adoptando a base de la experiencia.

El capital sexual según (Eva Illouz & Kaplan, 2019) menciona el sexo y la sexualidad que dan una relación con la libertad y autorrelación del sujeto, esto con la relación a la reproducción con una serie de ideas en donde ya hay un estándar con las personas en una serie de valores lógicos y culturales. Son realidades presentes en la sociedad como un impulso natural ya que participar y cultivar en el sexo es bueno para uno mismo, para el cuerpo y para las relaciones.

La libertad sexual como lo dice (Eva Illouz & Kaplan, 2019) es el resultado de un proceso sociohistórico y es principalmente fundamental para la sociedad moderna y uno de los legados sorprendentes de la ilustración; tiene un poderoso impacto en las instituciones y relaciones tanto íntimas como económicas, se transformó en campo económico y social y se transformó en capital sexual, analizando es que el principal objetivo es diseccionar la noción de capital sexual y erótico y distinguir entre varias formas, así como los diferentes contextos históricos dentro de los cuales se han configurado las distintas formas de capital. (Eva Illouz & Kaplan, 2019) .

2.7. Cultura Fitness: Investigación de la cultura fitness como un fenómeno sociocultural emergente, destacando sus características, valores, prácticas y su papel en la conformación de identidades individuales y colectivas.

La activación física según Castañeda, Vargas y Gómez (2014), es un concepto intrínseco de la naturalidad del ser humano, que ha evolucionado durante el pasar de los años; como por ejemplo, en los tiempos de la prehistoria los seres humanos tenían que correr para fines de caza o de supervivencia. Posteriormente, en la época medieval la activación física era esencial para actos de guerra por territorios y creencias sociales (Castañeda, Vargas y Gómez, 2014).

Teniendo en cuenta a Castañeda, Vargas y Gómez (2014), a principios de este siglo las personas descuidaban su salud, ya que dedicaban tiempo a sus respectivos empleos. Con este fenómeno se pudo visualizar enfermedades que afectan a la sociedad en general, y es así cómo se genera una preocupación para erradicar este problema, que es la activación física y el deporte. Es así como empiezan a aparecer gimnasios, spas, centros médicos deportivos, entrenamientos personalizados (Castañeda, Vargas y Gómez, 2014).

Junto con la aparición de los gimnasios vino el concepto *fitness*, el cual, Rodríguez (2014) nos explica que viene del campo de la biología, ya que proviene de la naturaleza hacia el mundo de lo social, donde los organismos se adaptan al entorno en que se encuentran. Hablando sociológicamente, el fitness hace alusión a los cuerpos que se adaptan a prácticas de entrenamiento corporal en entornos sociales para satisfacer los parámetros esperados por la sociedad, que van desde la belleza o el bienestar (Rodríguez, 2014).

El fitness en la modernidad, Kalin (2017) lo describe como un estilo de vida que se materializa gracias a un conjunto de dificultades, como la exigencia del consumo de un mercado, los entrenamientos exhaustivos y la competencia con uno mismo para obtener el cuerpo perfecto.

Sin embargo, Kalin (2014), expone que al adoptar este estilo de vida basado en entrenamiento corporal, requiere de una reorganización de la alimentación y el trabajo, en torno al gimnasio. Los individuos ven estos sacrificios como inversiones de tiempo y dinero que traen resultados que son expuestos a la crítica de los

demás (Kalin, 2014). Los individuos que adoptan este estilo de vida se sienten motivados en saber cómo funciona su organismo, y determinar cuáles son los tratamientos adecuados para ellos, por ende, implementan hábitos alimenticios e incorporan rutinas de ejercicios (Kalin, 2014) . Esto genera cambios en sus relaciones sociales a cambio del bienestar.

Lo que menciona la autora Portal (2019) es que analizar las periferias de las metrópolis es importante para comprender los fenómenos contemporáneos. Claramente la autora explica que las periferias urbanas son espacios que rodean al centro y que son espacios que producimos como sociedad pero que también nos producen y reproducen. Esto quiere decir que son estructuras sociales que influyen en nuestra vida y que las acciones que hacemos al igual que las decisiones dan la forma a la sociedad en la que vivimos (Portal, 2019).

Es importante mencionar las periferias como uno de los conceptos importantes para poder analizar los lugares y no lugares que se encuentran en la sociedad en la que vivimos o de la que estamos rodeados; en este caso los jóvenes de 18 a 24 años que van a los gimnasios a moldear su cuerpo se encuentran en sus casas, pero definitivamente están rodeados de gimnasios a los que ellos van a hacer sus actividades físicas para poder moldear su cuerpo base a lo que ven en los gimnasios (Portal, 2019).

Analizando este concepto menciona Portal (2019) que todo lugar es identitario, relacional e histórico, lo cual podemos decir que los jóvenes que van a los gimnasios a moldear sus cuerpo se relacionan en ese tipo de lugares ya que tienen un interés u objetivo que ellos quieren llegar a alcanzar, además de ello se identifican con personas que se encuentran en el lugar como lo es el gimnasio, dado que es un proceso histórico como fue evolucionando la cultura fitness y que hoy en día los jóvenes quieren alcanzar y poder moldear su cuerpo (Portal, 2019).

Portal (2019) Por otro lado, otra forma de ver la periferia es que el primer espacio es el mundo real y material, lo que percibimos, tocamos y en este caso los materiales que los jóvenes en el gimnasio utilizan, el segundo espacio es el imaginario, lo cual ellos imaginan poder llegar a moldear su cuerpo en lo que ven en el gimnasio y el tercer espacio es donde todo se reúne lo que es lo subjetivo y lo objetivo, que en

este caso quiere decir lo real y lo imaginario. Aquí podemos analizar que los jóvenes viven y sueñan con el propósito de moldear su cuerpo, pero también entrenando y estando en el lugar (Portal, 2019).

2.8. Estereotipación Corporal: Análisis de los estereotipos corporales presentes en la sociedad contemporánea, examinando cómo influyen en la autoimagen, las interacciones sociales y la reproducción de desigualdades.

Para poder entender la estereotipación corporal, hemos recopilado diferentes conceptos de diferentes autores, por ejemplo, Mauss (1934) utiliza el término "técnicas del cuerpo" desde una perspectiva antropológica y sociológica, mostrando cómo las sociedades enseñan a sus miembros cómo usar sus cuerpos. Mauss (1934) examina la transición de lo concreto a lo abstracto en la teoría de estos métodos y destaca la conexión esencial entre lo biológico, lo psicológico y lo social en la formación de hábitos corporales.

En el contexto de los estereotipos corporales del gimnasio, Mauss (1934) desglosa las capacidades físicas en diferentes etapas de la vida. Se detallan las actividades diarias relacionadas con el sueño, la vigilia y una variedad de actividades físicas, desde correr hasta nadar, durante la edad adulta, lo que muestra la evolución de las prácticas a lo largo del tiempo y la cultura.

Mauss (1934), menciona que al centrarse en las habilidades de fuerza mecánica, como empujar, tirar y levantar, muestra que estas habilidades no son solo movimientos físicos, sino habilidades aprendidas que pueden verse influenciadas por normas culturales y sociales. Esto se puede relacionar con el gimnasio, donde la imagen y la capacidad física son centrales, estas técnicas cobran relevancia al reforzar expectativas y estereotipos sobre la apariencia física y la capacidad atlética (Mauss, 1934).

Mauss (1934) hace una referencia al cuidado corporal, como frotar, frotar y enjabonar, y las relaciona con la evolución cultural. Esto puede estar relacionado con las relaciones sociales en los gimnasios, donde las normas culturales relativas a la belleza y el cuidado del cuerpo influyen en las percepciones individuales y colectivas de la salud física (Mauss, 1934).

Citando a Álvarez (2009), el cuerpo se disputa por diferentes significados sociales y políticos, que se compone de manera esencial de las formas de integración social y la construcción de la subjetividad. El cuerpo es un escenario político en el que están en juego las relaciones de poder como la transformación y persistencia (Álvarez, 2009).

Por otro lado, Kalin (2014) explica que estar “en forma” conlleva que los individuos se esfuercen por el estado o apariencia de su cuerpo, esfuerzos que generan una satisfacción momentánea, de este modo las metas serán prácticamente inalcanzables con éxitos parciales. La sociedad actual se orienta a valores estéticos, en donde se cree que eso es sano y a su vez se creen invulnerables (Kalin, 2014).

En la actualidad existen estándares de belleza o perfección corporal impuestos por la sociedad contemporánea. Dichos estándares, Nieto (2015) los denomina como estereotipos corporales, los cuales discriminan los ideales de los diferentes individuos. Las estereotipaciones corporales especialmente en el fitness son criterios específicos como:

El utilizar ropa ajustada, poseer exuberantes pectorales, unos bíceps y tríceps grandes y unas piernas grandes como pilares; son la llave de acceso que el cuerpo proporciona para formar parte del grupo caracterizado por la fortaleza física estética (Nieto, 2015).

Siguiendo a Nieto (2015), al no cumplir con estas especificaciones (por ejemplo las personas que padecen obesidad o delgadez extrema) se genera una discriminación social de parte de quienes están en el conjunto fitness.

Como menciona la autora Ana Lucía Cervio en la lectura Ciudad de México (2022) con diferentes conceptos importantes que podemos destacar en relación a la estereotipación de los cuerpos que ven los jóvenes de 18 a 24 años en los gimnasios, tiene que ver mucho con las sensibilidades humanas esto a que se desarrolla un oído musical, un ojo capaz de percibir la forma de los cuerpos físicos, son claramente sentidos capaces que tenemos los seres humanos, son goces humanos sentidos que se confirman como capacidades esenciales humanas; para así poder distinguir y analizar diferentes cosas y que cubren sus necesidades diarias (Cervio, 2022).

En este caso los jóvenes a base de estas sensibilidades humanas pueden ser capaces de poder ver ese cuerpo que ellos desean y así poder llegar a alcanzar ese objetivo que buscan, en su caso entrenando y llevando una buena alimentación, las sensibilidades producen las estructuras del poder al calor de prácticas y emociones habituales: impotencia, ira, esperanza, incertidumbre, estas son emociones que los jóvenes llegan al querer moldear su cuerpo y que precisamente ellos ven en los gimnasios (Cervio, 2022).

El poder oler, tocar, oír, mirar y gustar son base esencial para los jóvenes que están en busca de esta estereotipación del cuerpo dado que menciona la autora Cervio (2022) que, dado que el mundo se conoce por y a través de los cuerpos, hacen posible el contacto entre cuerpo y mundo. Esto permite comprender la sensibilidad como una formación de procesos y experiencias que se van adaptando a las necesidades y vivencias de cada individuo (Cervio, 2022).

Es importante mencionar las sensibilidades olfativas como uno de los conceptos importantes que tienen un enlace con esta estereotipación que ven los jóvenes en los gimnasios, ya que a base de los olores que perciben traen recuerdos y sensaciones en los cuerpos físicos (Cervio, 2022). Es evidente que el olor se vincula con el goce, el deseo y la intimidad, se asienta cualquier forma de lazo social como el poder convivir con la gente de los gimnasios y poder llegar a moldear el cuerpo, también Marcuse refiere el gusto y el olfato como sentidos inmediatos, en tanto generan placeres corporales, análogos al placer sexual (Cervio, 2022).

Capítulo 3

Mapeo de Gimnasios y Resultados de Entrevistas: Comprendiendo la Influencia del Entorno en las Percepciones Corporales de los Jóvenes.

En este capítulo se busca realizar un procesamiento de datos mediante la georreferenciación de información oficial que nos permita abonar a la pregunta de investigación planteada. Consideramos que el uso de estas herramientas de análisis como los sistemas de información geográfica deben de utilizarse para mejorar el alcance de las investigaciones sociológicas.

En el sentido de lo anterior, en este apartado se visualiza los diferentes mapeos que se realizaron en la alcaldía Coyoacán de la Ciudad de México con diferentes variables y grados de marginación que se encuentra en dicha alcaldía.

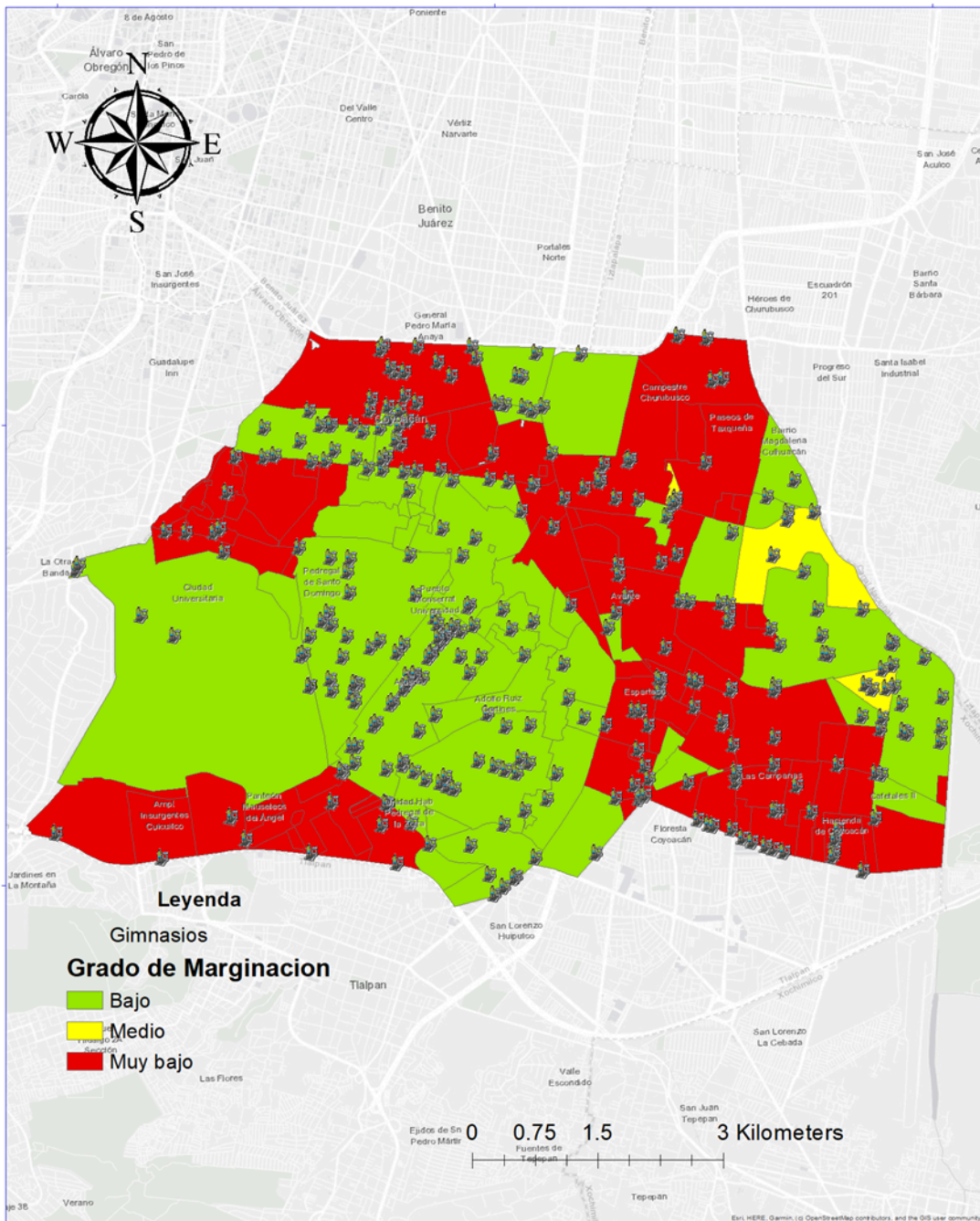
3.1. Mapeo de Gimnasios

Una de las variables que puede dar cuenta del ingreso, y potencialmente del capital económico, en tanto los niveles de marginación, es por ellos que se ha buscado mapear los niveles de marginación y la presencia de gimnasios en la alcaldía Coyoacán.

El objetivo principal de georreferenciar esta información es identificar las áreas con mayor concentración de gimnasios en comparación con el grado de marginación en las colonias de la alcaldía. Ello puede ayudar a conocer las disparidades que pueden tener los jóvenes para poder alcanzar sus objetivos con base a una estereotipación en los gimnasios.

En el mapa se observa que en las zonas de baja marginación se concentra la mayor cantidad de gimnasios. Esto sugiere que en las áreas con muy baja marginación, la disponibilidad de gimnasios es limitada, posiblemente debido a la falta de recursos para establecerlos en los hogares y a una menor predisposición a acudir a gimnasios ubicados en áreas de baja marginación (véase Mapa 1).

Mapa 1: Mapa de Gimnasios en la Alcaldía Coyoacán

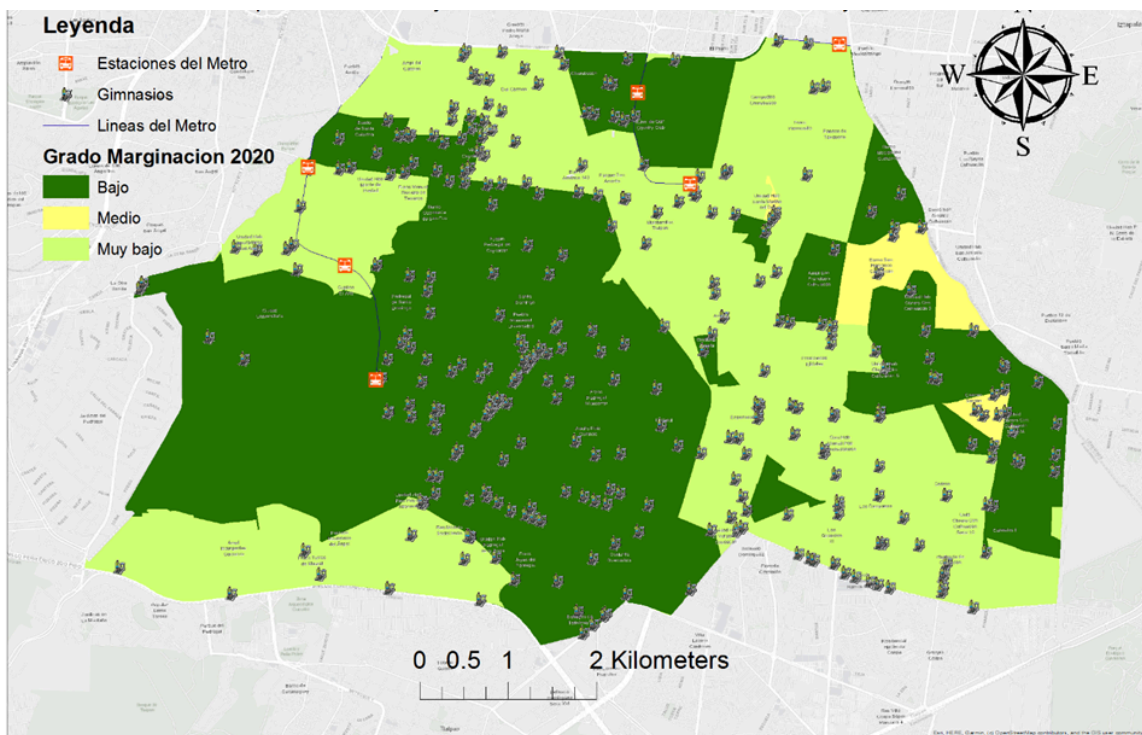


Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (DENUE).

Este análisis georeferencial busca identificar la concentración de las estaciones de metro en la alcaldía Coyoacán, incluyendo los grados de marginación de la alcaldía y los gimnasios. Esto nos ayuda a analizar y comprender uno de los factores económicos que puede llegar a tener lo jóvenes, lo cual llegan a los gimnasios en transporte público en este caso los metros mapeados son los más cercanos a dichos gimnasios.

En el Mapa se ha incluido además la información sobre los niveles de marginación, destacando que las estaciones más cercanas a los gimnasios se encuentran principalmente en áreas con bajos y muy bajos niveles de marginación dentro de la alcaldía Coyoacán. (véase Mapa 2).

Mapa 2: Mapa de Gimnasios y Estaciones del Metro en la Alcaldía Coyoacán

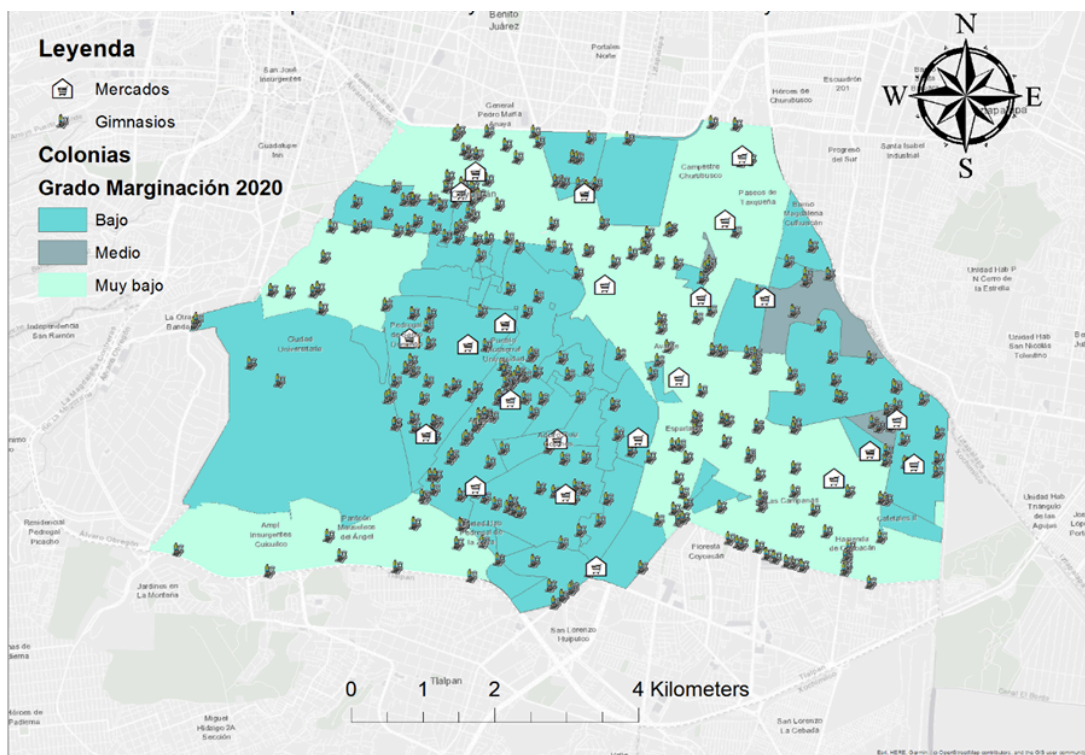


Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas.(DENUE).

En este análisis de información se busca identificar los establecimientos de alimentos, esto nos ayuda a que los jóvenes que se encuentran dentro de la alcaldía y que asisten a los gimnasios puedan adquirir con mayor facilidad los alimentos para llegar a tener un buen cuerpo.

En el mapa se muestran tanto los mercados ubicados en la alcaldía Coyoacán como los gimnasios dentro de la misma área. Al analizar este mapa, podemos observar una disparidad: hay más mercados en áreas con un bajo grado de marginación que en aquellas con un grado de marginación muy alto. Del mismo modo, podemos examinar qué sucede con la distribución de los gimnasios (véase Mapa 3).

Mapa 3: Mapa de Gimnasios y Mercados en la Alcaldía Coyoacán

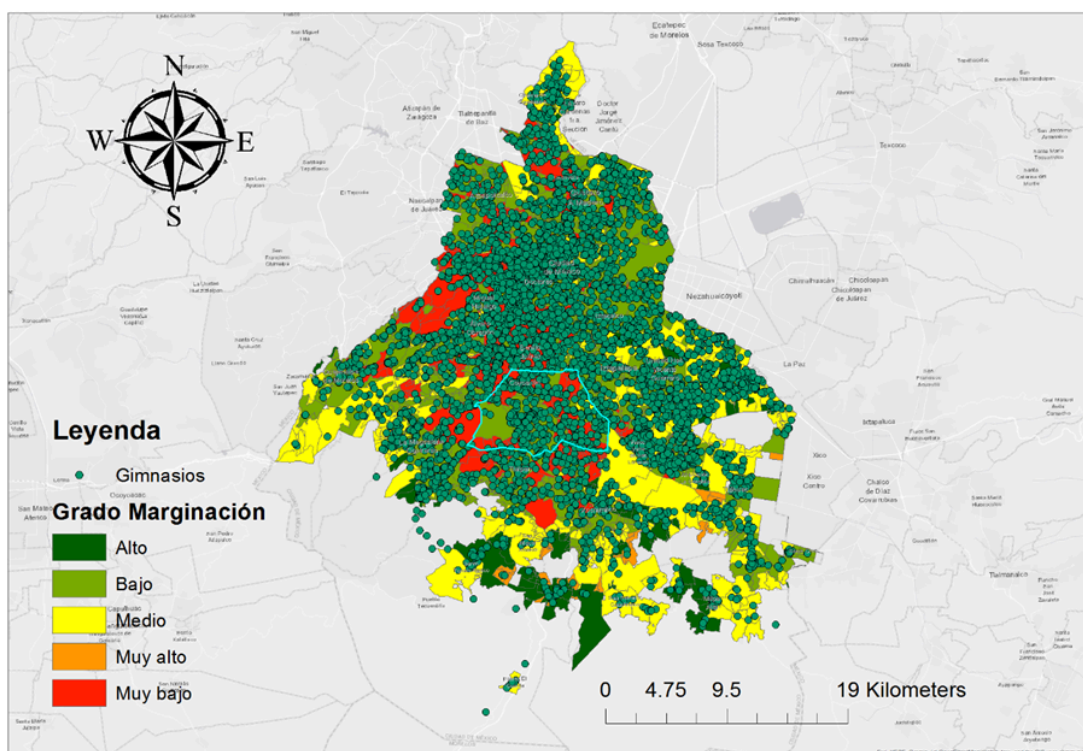


Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas (DENUE) y Secretaría de Desarrollo Económico (SEDECO), Secretaría de Movilidad (SEMOVI) y Sistema de Transporte Colectivo (STC)

Posteriormente , para obtener un análisis más completo es necesario identificar todos los gimnasios de la ciudad de México y los grados de marginación que existen en cada alcaldía para poder visualizar dónde se concentran más.

En el mapa, realizamos un mapeo exhaustivo de todos los gimnasios en la Ciudad de México con el fin de entender y analizar nuestra elección de trabajar con la alcaldía Coyoacán. Al observar los datos, notamos que en Coyoacán, en comparación con otras alcaldías, encontramos una representación de todos los niveles de marginación, además de una notable cantidad de gimnasios. Este hallazgo nos permite perseguir con mayor precisión los objetivos de nuestra investigación (véase Mapa 4).

Mapa 4: Mapa de Gimnasios en la Ciudad de México



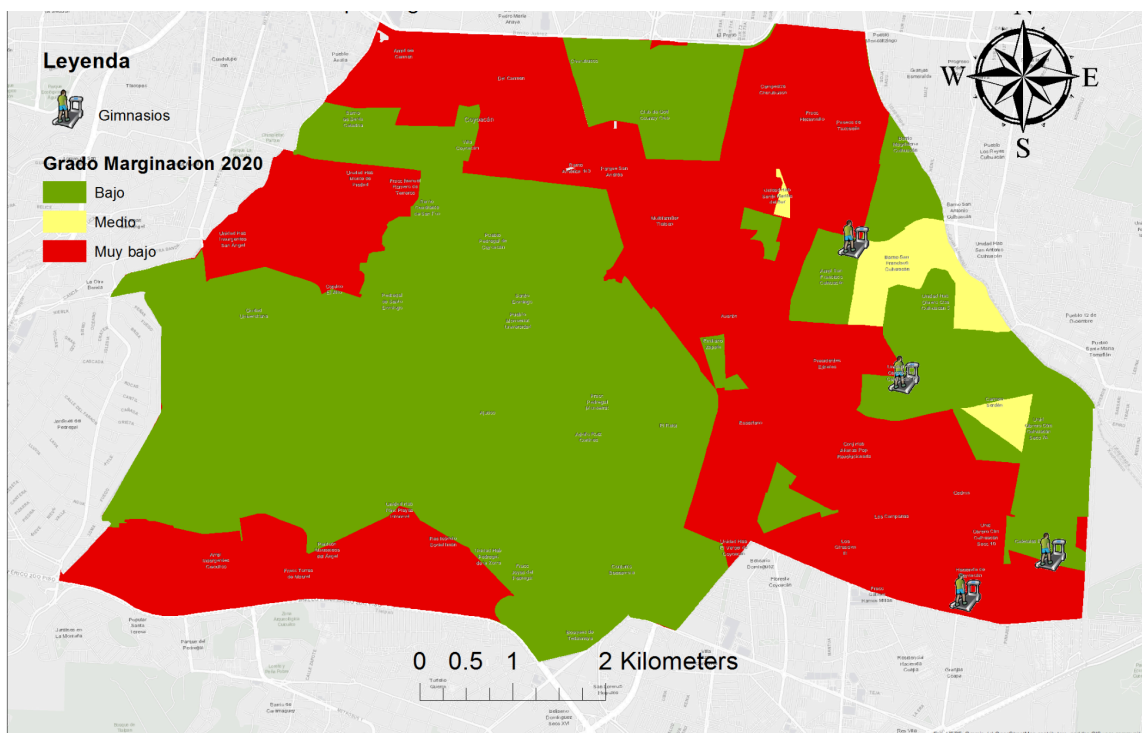
Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (DENUE)

El objetivo principal de este análisis es identificar los cuatro gimnasios a los cuales se llevó a cabo un trabajo de campo para poder analizar y comprender las disparidades de los jóvenes sobre una estereotipación dentro de dichos gimnasios.

En el mapa, representa la distribución geográfica de los gimnasios seleccionados para llevar a cabo las entrevistas. Los gimnasios se localizan estratégicamente en áreas caracterizadas por un grado de marginación bajo y muy bajo dentro de la Alcaldía Coyoacán.

La selección de gimnasios en estas zonas marginadas busca proporcionar una perspectiva representativa de la diversidad socioeconómica y cultural de los jóvenes en la Alcaldía Coyoacán, permitiendo así una comprensión más completa de los factores que influyen en la percepción de la imagen corporal y la participación en actividades relacionadas con la salud y el fitness en estos contextos específicos (véase Mapa 5).

Mapa 5: Mapa de Gimnasios donde se realizaron entrevistas



Fuente: Elaboración propia con datos del Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas. (DENUE)

3.2. Los capitales de la estereotipación física

Como se mencionó previamente, uno de los objetivos de nuestro trabajo es el de conocer y analizar acerca de los capitales que están en juego para poder adscribirse a la estereotipación física actual, es por ello que nos dimos a la tarea de asistir a cuatro diferentes gimnasios ubicados en la alcaldía coyoacán en la Ciudad de México.

Los gimnasios a los cuales se asistió fueron: “Bulking Tiger Gym” “Gorylas Gym” “HD Sport & Fitness” y “Gimnasio UAM Xochimilco”, estos dado que como se comentó en el apartado metodológico, los gimnasios fueron seleccionados gracias a la amplia población que asisten en estos lugares que cuentan con diferentes tipos de capitales.

Con la asistencia a estos gimnasios se entrevistó a diez personas, para conocer diferentes tipos de pensamiento acerca de la estereotipación corporal y las formas de capital que utilizan, entre otras cuestiones conocer acerca de sus actividades fuera del gimnasio, sus hábitos y lo que les cuesta asistir a ejercitarse.

En estas entrevistas realizadas se revela la perspectiva de los jóvenes sobre su experiencia en cuanto a la frecuencia de asistencia y las motivaciones que los impulsan a mantenerse activos. Cristian de 23 años respondió:

Bueno en este caso ya estoy yendo diario, ahorita ya estoy yendo diario, pero te digo los diez años que estuve entrenando que era martes, jueves y sábado y pues lo que me motiva es este... (piensa) mejorar mi rendimiento, tener más fuerza y mejor cuerpo. Pues tener mejor cuerpo y mejor rendimiento para entrenar, bueno para remar (Cristian, 2024).

Ernesto de 18 años comentó:

Lo que me motiva a mi hacerlo es mi cambio físico y la manera de cómo me puedo sentir conmigo mismo, porque pues ir al gimnasio es como para poderme distraer, como desahogarme y pues apartarme un poquito de todos los problemas así cotidianamente (Ernesto, 2024).

En las entrevistas se pudo notar que la mayoría de los entrevistados cuentan con familiares que asisten al gimnasio o que vienen de realizar ejercicio de manera tradicional, es decir, que sus padres y hermanos también realizan este tipo de actividad. Por ejemplo, en una de las entrevistas se nos señaló:

Mi mamá juega voleibol, desde hace muchos, muchos años y (risas) mi papá practicaba karate y todo eso entonces. Como que sí tienen hábitos deportivos (Malú, 2024).

El mismo hábito de realizar ejercicio incitado por sus padres se pudo notar en la entrevista que se realizó a Ernesto de 18 años, quien nos comentó que:

Pues mi papá antes practicaba fútbol americano y ahorita es entrenador este... (piensa) de gimnasio y pues él también entrena y él es el que me da las rutinas y me ayuda en este proceso (Ernesto, 2024).

Si bien no se puede asegurar que todas y cada una de las personas que asisten al gimnasio vienen de una tradición familiar de ejercicio, es posible notar en las entrevistas que un elemento determinante es la hábito que desde su círculo familiar tienen para realizar esta actividad.

Entre las motivaciones que identificamos al realizar la entrevista se pudo notar que la parte física y en segundo lugar la parte de la salud, son las causas de realizar ejercicio, como lo hizo notar Malú:

que estaba muy gordita y es de esas veces que, bueno, a mí me pasa mucho cuando me voy a bañar, veo siempre mi cuerpo, yo soy la persona que más se juzga, entonces hubo un momento donde no me gustaba lo que yo veía en el espejo y entonces empecé a usar como un deporte que me gustara, porque yo jugaba al fútbol pero como que el fútbol no me daba como los resultados que yo quería ver (Malú, 2024).

Así mismo, Keila de 24 años, reafirmó lo antes mencionado con:

Me impulsó verme en el espejo porque no me gustaba como me veía, no estaba satisfecha con mi cuerpo y decidí cambiarlo (keila, 2024).

posteriormente, Maricarmen de 24 años nos comentó:

Quererme ver mejor y sentirme mejor (Maricarmen, 2024).

El identificar estereotipos puede definir gustos los cuales se miran en el espejo, como el caso de la entrevistada Malú de 24 años, quien al mirar su cuerpo se muestra inconforme, dado los modelos de cuerpos actuales. Pero ello no siempre ocurre solo entre mujeres, sino que también pasa en hombres, como lo señaló Emiliano de 20 años:

Yo creo que estaba inconforme con mi físico en esos momentos, me sentía demasiado delgado y pues no me sentía bien conmigo. O sea, yo creo que más nada también fue un problema, yo creo que es psicológico que no te sientes bien contigo mismo. Y yo creo que fue uno de los factores que hizo que entrara al gym (Emiliano, 2024).

del mismo modo, Ernesto de 18 años, también acudió al gimnasio por gustos estéticos:

Pues al principio por... (piensa) también jugaba americano y pues para soportar más los golpes y eso, pero pues por situaciones de la escuela y eso lo deje un tiempo, bueno deje el americano un tiempo, pero pues seguí en el gimnasio porque pues me gusta estar ahí y pues me siento muy cómodo haciéndolo porque me termino gustando (Ernesto, 2024).

En estas entrevistas es posible notar que la motivaciones de los entrevistados se centra en la mejora de la apariencia física, gracias a la insatisfacción de la autoimagen, generada por los estereotipos actuales.

Aunado a lo anterior, para poder comprender los estereotipos actuales, indagamos en la percepción corporal de los entrevistados, con base en su entorno social y en el gimnasio, donde Malú nos señaló:

no es como tan importante la imagen de cada uno, de cada una de las personas.

Por ejemplo, las personas de la uam, mis amigos, es difícil que alguien haga ejercicio. Sabes, solo es como de que "ah, estoy gordito, estoy flaquito", pero no me interesa cómo subir más masa muscular, ese tipo de cosas, entonces es como que son un poquito más "aliviados" (relajados) en ese aspecto. En el gimnasio obviamente ya es algo totalmente distinto. Mis amigos del gimnasio son mucho de "ah, y es que descuidé mucho la dieta este mes", "No me gusta cómo me veo" y sabes, cómo que se fijan mucho en los detalles y es un mundo distinto las personas de la UAM, o mi entorno fuera del gym (Malú, 2024).

Keila de 24 años, nos señaló algo similar:

Bueno, tengo compañeros o tengo amigos en el gimnasio que la verdad veo que cuidan mucho su físico y es algo que también me motiva mucho porque veo que hay gente que sí le importa tener su apariencia sana. Y tengo amigos también fuera del gimnasio que la verdad es que no es algo como importante para ellos y tienen como problemas (Keila, 2024).

Malú y Keila, nos señalaron que las percepciones corporales en su entorno social y en el gimnasio, son completamente distintas, mientras que Emiliano de 20 años nos dice que:

Muchos dicen que las apariencias no importan, yo creo que más que nada, sí importan porque más sí existe cierto privilegio en la apariencia física y en la manera en la que te tratan más que nada cuando llegas a un lugar en el que nadie te conoce (Emiliano, 2024).

podemos ver que hay una distinción de opiniones, pero en la siguiente entrevista Maricarmen de 24 años, reafirma que la percepción corporal en entornos sociales y en los gimnasios son distintos:

Yo en mi entorno veo a mucha gente con sobrepeso, sedentarios este... (piensa) con muy mala alimentación y en el gimnasio si vienen y entrenan, pero la verdad es que no llevan una o no tienen el hábito de una buena alimentación y también no tienen como la disciplina en el gimnasio (Maricarmen, 2024).

Al igual, Ernesto de 18 años nos señaló:

Pues normalmente yo veo así las personas o pues que están en desarrollo pero que no se cuidan físicamente o están muy flaquitas o están pues gorditas y como que no tienen un a preocupación por su cuerpo y en el gimnasio como que siento que todos van por un motivo en específico cambiar su físico o sentirse bien con ellos mismo (Ernesto, 2024).

Las entrevistas revelan que hay una notable diferencia en la percepción de la apariencia física entre los entornos sociales y los gimnasios. En los gimnasios, la atención y preocupación por la imagen corporal son significativamente mayores, influyendo en los hábitos y la motivación de las personas.

Si bien, para entender este fenómeno de las distintas percepciones, cuestionamos a los entrevistados preguntándoles si creen que existen estereotipos relacionados con la imagen corporal en los gimnasios, donde Malú de 23 años nos expuso:

más en los hombres, siempre como que, bueno, entre hombres he escuchado mucho como se critican, y entre mis amigos que son como más fuertes y como fornidos (risas), está como ese estereotipo de que deben estar como equilibrados, que están de arriba fuertes que no se vean como un “dorito” (papa frita en forma de triángulo que hace alusión a una desproporción corporal), y que no tengan pierna, y se empiezan a criticar y son como que los que más burla se hacen y entonces sí como que es este estereotipo de que si estás fuerte de arriba y también de abajo y si no pues ya eres un “dorito” y te ves muy mal y así (Malú, 2024).

similar a la respuesta de Malú, Emiliano de 20 años señaló:

Sí, obviamente, yo digo que pues más que nada si existe ese estereotipo en el caso de los hombres, yo creo que entre más musculatura en el mundo del fitness como que más, más valor como en ese mundo o más respecto puede llegar a tener (Emiliano, 2024).

Cristian de 23 años, también señaló:

Pues en las mujeres es este... (piensa) pues cómo piernas grandes y de arriba estar delgadas y de los hombres es tener hombros anchos y una espalda grande y unos brazos grandes también (Cristian, 2024).

sin embargo, los siguientes entrevistados piensan que estos estereotipos son influenciados por redes sociales, como lo expone Keila de 24 años:

el tener un cuerpo que a lo mejor y no puedes cómo alcanzar. Te hace como estar todo el tiempo, como... Pienso más bien que es como que no puedes alcanzar algo tan pronto y el gimnasio te hace como pensar que vas a tener eso en un mes o en un día. El no tenerlo te puede frustrar (Keila, 2024).

De igual manera, Maricarmen de 24 años señaló:

Pues ahorita con todo lo del internet y las redes sociales, se manejan este...(piensa) figuras., formas, pesos, este... (vuelve a pensar) estereotipos que la verdad no son para... no son sanos algunos y no son para todas las personas (Maricarmen, 2024).

y por último, Ernesto de 18 años señaló:

Sí demasiados porque pues todos van creyendo que este... (piensa) se pueden poner como las personas que ven en no sé en las redes sociales y creen que yendo una semana o dos se van a poner así y es cuando mucha gente no dura porque no ve resultados tan rápido (Ernesto, 2024).

Los estereotipos de imagen corporal en los gimnasios afectan tanto a hombres como a mujeres, imponiendo expectativas específicas y poco realistas sobre sus cuerpos. Las redes sociales influyen en estas expectativas, generando frustración cuando los resultados no son alcanzados rápidamente.

Estos estereotipos corporales en los gimnasios afectan a los jóvenes, entonces, preguntamos directamente a los entrevistados si habían experimentado alguna presión para cumplir con dichos estereotipos, Malú de 23 años, contestó:

el estereotipo de que las niñas de gym como de que deben ser como muy "nalgoncitas" (glúteos grandes) y a mí como me cuesta mucho como esa parte y así

tenía un coach anteriormente que me criticaba como mucho eso, me decía que estaba muy "espaldona" (espalda ancha) y como que si me "bajoneaba" (se deprimía) mucho eso, entonces sí (ríe) (Malú, 2024).

al igual, Keila de 24 años expuso:

como que ves en el gimnasio que hay personas que llevan bastante tiempo y a lo mejor y tú no sabes cuánto les ha costado llevar llegar a ese cuerpo a esa meta y yo me siento forzada que como llevo a lo mejor dos meses quiero estar así y el no tenerlo me frustra mucho porque siento que nunca voy a encontrar esos resultados (Keila).

otros de los entrevistados, también opinan que las redes sociales generan una presión para cumplir dichos estándares de belleza, como Ernesto de 18 años:

No, bueno en un principio sí porque pues todos vemos en las redes sociales ese tipo de cosas, pero ya que te vas acostumbrando se te hace como que el gusto para estar ahí y estar dando tu tiempo (Ernesto, 2024).

posteriormente, Emiliano de 20 años señaló:

Bueno, es una presión contigo mismo que te empiezas a comparar con otras personas, ya sean "influencers " (creadores de entretenimiento en redes sociales) o personas normales, y yo creo que eso es cuando te empiezas a presionar a ti mismo (Emiliano, 2024).

Las entrevistas revelan que los estereotipos corporales y la comparación social, tanto en gimnasios como en redes sociales, generan una presión en los jóvenes. Esta presión puede afectar negativamente su autoestima, generar frustración y llevar a una autoexigencia en el gimnasio.

Según los entrevistados alcanzar el cuerpo deseado no es gratis, es por ello que indagamos en su opinión sobre los recursos como tiempo, dinero o conocimientos sobre nutrición y ejercicio son necesarios para alcanzar los estereotipos en los gimnasios. donde Malú de 23 años señaló:

dinero, o sea, lo económico es vital, simplemente para seguir la dieta o simplemente para pagar gimnasio, es vital. Normalmente uno piensa como que el dinero es como lo de menos, lo principal es “echarle ganas” (esforzarse) al gimnasio, pero detrás de todas esas “ganas” (esfuerzo) que uno cree, también hay dinero, pero yo creo que es uno de los factores principales como para tu crecimiento, si no hay dinero, no puedes alimentarte bien tal vez, o simplemente ir a un gimnasio que si te de lo que quieres, lo que estás buscando. Entonces, eso, el dinero, el grupo de dinero. Yo creo que es lo principal (Malú, 2024).

A lo que Cristian de 23 años afirmó:

Pues todos los que dijiste tanto de nutrición y pues, por lo tanto, necesitas lana (dinero) entonces creo que es necesario nutrición deportivamente hablando también saber de entrenamiento y ya pues el dinero para que puedas tu pagarte tus alimentos (Cristian, 2024).

De igual manera, Maricarmen de 24 años señaló:

Para los estereotipos creo que si le debes de invertir una buena lana (dinero), pues porque muchos no son solo con gimnasio y alimentación sino también con el cirujano jajaja (se ríe) pero pues si la verdad tienes que... en lo que se refiere al gimnasio si debes invertir tiempo y dinero (Maricarmen, 2024).

Ernesto de 18 años señaló:

Pues los que yo creo serían: Una buena dieta y tener tus horas tanto como de comida también como descanso para que tu cuerpo se recupere de las horas que estuviste entrenando y pues también este... (piensa) de los ejercicios que haces para especificar cada músculo y que pues se te desarrolle bien y económicamente pues también pues si te quieres meter más como en ese tipo después del gimnasio como tal serían suplementos, proteínas o pues algo que te ayude como a rendir más en ese estándar (Ernesto, 2024).

Así mismo Giovanni de 18 años reafirmó:

Pues dinero supongo que sí mucho porque pues no se no conozco del todo, pero a donde se una dieta no es muy barata que digamos y pues también tienes que pagar el gimnasio y todo eso (Giovanni, 2024).

Keila de 24 años, difirió en las respuestas anteriores, ya que ella piensa que la parte económica no es la más importante:

El dinero no creo que sea como lo primordial porque hay muchísimas maneras de poder ejercitarse sin necesidad de pagar, pero sí creo que falta más como un poquito de conocimiento al saber cómo de qué manera hacer los ejercicios, o igual como dices alguna parte como fuera de lo físico sino como más en la parte de la comida, siento que sí faltaría un poquito más de información sobre ello porque eso es lo que hace que no puedas tener una avance o que no estés teniendo el avance que tú quieres (Keila, 2024).

La mayoría de los entrevistados subraya la importancia del dinero como un recurso esencial para alcanzar los estereotipos corporales en los gimnasios. Se reconoce que tanto la alimentación adecuada como el acceso a gimnasios y suplementos, requieren una inversión económica. No obstante, Keila destaca que el conocimiento y la información sobre ejercicio y nutrición también son cruciales y que es posible ejercitarse sin gastar mucho dinero, aunque esto puede limitar los resultados.

De igual manera, la percepción corporal dentro de una comunidad o cultura, es dominante. así que esto puede influir en la percepción corporal que tienen los jóvenes, Malú de 23 años señaló que la comunidad en la que se desenvuelve, influye en su percepción de la imagen corporal con:

muy “acinturadas” (cintura ancha), de que deben tener mucho pecho, mucha “pompi” (gluteos grandes) y en el ámbito de gimnasio hasta llega a ser un poquito más tóxico que una niña normal que no hace ejercicio, de que tienes que ponerte a hacer ejercicio, en los hombros, para no verte como tan flaca y si estás muy flaca de que ahora tienes que subir y si estás muy gorda ahora tienes que bajar y tienes que mantener, y entonces siento que es como más exigente, entonces sí, es difícil (Risas) (Malú, 2024).

Así mismo, Emiliano de 20 años respondió:

yo creo que como la mayoría de que va al gym, yo creo que sí, uno pone unos sus estándares, dependiendo de los estereotipos que ves en las redes sociales, más que nada intervienen mucho la redes sociales, porque en la época en la que vivimos, es uno de los factores que más influye, ya que lo ponemos como meta, ya sea el “wey” (persona) que tiene un “chingo” (muchos) de seguidores porque su físico es increíble y todos quieren ser como él y entonces yo creo que sí, es cuando empiezas a tratar de parecerte lo más posible a ese físico (Emiliano, 2024).

Ambos testimonios coinciden en que tanto la comunidad como las redes sociales tienen un impacto significativo en la percepción corporal de los jóvenes. Las exigencias y expectativas de estos entornos pueden ser intensas y poco realistas, generando una presión constante para cumplir con ciertos estándares físicos.

La percepción de la imagen puede tener diversos impactos en las actividades diarias y profesionales de una persona. En nuestras entrevistas, preguntamos si consideraban que su imagen ayudaba a realizar sus demás actividades, a lo que Malú de 23 años señaló:

Sí, a veces la imagen influye mucho, a veces tengo trabajo de fin de semana de “edecán” (persona contratada para una exposición de artículos) y pues sí, influye como mucho, obviamente como te ves físicamente. Mínimo en la parte laboral, en lo mío sí, influye (Malú, 2024).

A lo que Cristian de 23 años afirmó:

Se podría decir que si por la seguridad que tengo así mismo (Cristian,2024).

De igual manera, Maricarmen de 24 años señaló:

Pues no tanto mi imagen, sino que al practicar el deporte pues tienes más agilidad y si me ayuda para realizar mis actividades (Maricarmen, 2024).

Ernesto de 18 años señaló:

Y por ejemplo en la escuela pues tu imagen como tal no te ayuda mucho porque pues son cuestiones más laborales, pero también en sí, si te ayuda en como este... (piensa) la imagen que puedes dar a la vez que te ven las personas (Ernesto, 2024).

La imagen personal tiene un impacto en las actividades diarias y profesionales. En profesiones que requieren una interacción constante con el público o una representación visual, la imagen física es más determinante. En otros casos, la autopercepción y el bienestar físico influyen más en el desempeño de las actividades.

El gimnasio se rige como un espacio fundamental en el que se invierte tiempo, energía y recursos económicos. exploramos la percepción de los usuarios respecto a los gastos que conlleva asistir a este lugar. Al cuestionar si consideran dichos gastos como una inversión, donde Malú de 23 años afirmó:

entre mejor te veas, obviamente tal vez con los resultados que veas en el gym, desarrolles en el gym, pues mejor te va a ir tal vez en cuestión de paga, entonces, sí (Malú, 2024).

por su parte, Keila de 24 años señaló:

porque estoy cuidándome a mí, estoy invirtiendo en mi salud, de mi apariencia, en mi físico, y “no es algo como que me pesa” (no representa un esfuerzo), como si fuera un gasto que no voy a tener como alguna recompensa.” con esta pregunta finalizó la entrevista en el gimnasio de la UAM Xochimilco (Keila, 2024).

y por último, Ernesto de 18 años señaló:

Sí, porque conmigo mismo. Es como una inversión para mí, para yo poderme sentir bien y pues para seguir estando mejor (Ernesto, 2024).

Estas entrevistas sugieren que el gasto en el gimnasio se percibe como una inversión tanto física como emocional. Reflejan una comprensión de cómo el cuidado personal y el desarrollo físico pueden impactar no solo en la apariencia externa, sino también en la salud y el bienestar general.

Conclusión

La investigación realizada revela cómo la construcción de la imagen corporal entre los jóvenes de 18 a 24 años en la Alcaldía Coyoacán de la CDMX está profundamente influenciada por los capitales económicos, sociales y culturales. Utilizando el marco teórico de Pierre Bourdieu, se ha evidenciado que la estereotipación corporal y la búsqueda de la "perfección física" están condicionadas por el acceso a recursos financieros, conocimientos en nutrición, entrenamiento, y redes sociales de apoyo.

Los gimnasios en áreas de baja y muy baja marginación sugiere que los jóvenes en estas zonas tienen más oportunidades para moldear sus cuerpos de acuerdo con los estándares de belleza promovidos por la cultura *fitness*. Sin embargo, este acceso está limitado por los distintos tipos de capital disponibles para los individuos.

Mediante un enfoque mixto que combina análisis cuantitativos y cualitativos, se ha podido mapear la relación entre la ubicación de los gimnasios, los grados de marginación y los patrones de consumo y prácticas corporales de los jóvenes. Las entrevistas en profundidad han permitido identificar las estrategias específicas que estos jóvenes utilizan para alcanzar sus objetivos corporales, subrayando la importancia del capital cultural y económico en este proceso.

Por medio de los conceptos de estereotipos corporales y capitales de la teoría de Pierre Bourdieu, proporcionó un marco sólido para la investigación sobre la construcción de la imagen corporal en los jóvenes. La literatura revisada destaca la influencia significativa de los estereotipos corporales y cómo estos afectan tanto a hombres como a mujeres, especialmente en contextos como los gimnasios, donde la búsqueda de la "perfección física" es constante.

El análisis de los capitales según Bourdieu (cultural, social y económico), revela cómo estos influyen en la percepción y construcción de la imagen corporal. El capital cultural, a través de la educación y los valores, impacta la percepción del cuerpo, mientras que el capital social, mediante redes y relaciones, establece estándares dentro de los grupos. El capital económico permite el acceso a recursos

y actividades que facilitan la conformación de la imagen corporal idealizada.

Aunque existe una considerable cantidad de estudios que exploran la relación entre ejercicio físico, imagen corporal y capitales, hay una notable falta de investigaciones que integren estos conceptos en un contexto específico como el de los gimnasios en la Alcaldía Coyoacán de la CDMX. Esta brecha justifica la necesidad del estudio propuesto, el cual busca analizar cómo los diferentes tipos de capital influyen en la consecución de la estereotipación corporal entre los jóvenes que asisten a gimnasios en dicha área.

Sin embargo, la historia de los gimnasios y su impacto en la sociedad actual, ha tenido una evolución significativa tanto en la concepción como en el uso de estos espacios. Desde sus inicios en la antigua Grecia y Roma, donde los gimnasios eran lugares dedicados al cultivo del cuerpo y del espíritu, hasta su transformación en espacios modernos orientados a la cultura del *fitness*, los gimnasios han desempeñado un papel importante en la promoción de la salud física y el desarrollo muscular.

A lo largo del siglo XIX y XX, el surgimiento de gimnasios comerciales y clubes de *fitness* privados reflejó un cambio en la percepción y el uso del ejercicio físico, vinculado al desarrollo de métodos específicos para la mejora de la fuerza y la condición física. Esta evolución estuvo influenciada por movimientos gimnásticos europeos y figuras clave como Federico Ludwig Jahn y Eugene Sandow, quienes promovieron la cultura física y el entrenamiento con pesas, estableciendo las bases para la moderna cultura del *fitness*.

La expansión de gimnasios desde la década de 1970, impulsada por la globalización y la comercialización de la condición física, ha llevado a una diversificación en la oferta de servicios, adaptándose a una audiencia cada vez más amplia y diversa. Esta expansión ha contribuido a la popularización del término "*fitness*" y a la creación de centros de *fitness* que ofrecen una gama de servicios adicionales, como clases colectivas, cafeterías, y servicios de nutrición, transformando el gimnasio en un espacio de ocio integral.

El desarrollo de los gimnasios también ha estado marcado por la participación de mujeres, especialmente desde la época dorada del culturismo en las décadas de 1980 y 1990. Este periodo vio una integración de las mujeres en una cultura previamente dominada por hombres, destacando la construcción de cuerpos extremadamente musculosos, tanto masculinos como femeninos, y el uso de productos de mejora del rendimiento, como esteroides.

La evolución de los gimnasios ha reflejado cambios en las dinámicas sociales y culturales, con una creciente preocupación por la imagen corporal y la salud física. Esta preocupación ha llevado a la diferenciación entre centros de *fitness* y gimnasios tradicionales, cada uno con enfoques y objetivos distintos, pero ambos contribuyendo a un estilo de vida centrado en la mejora y el mantenimiento del cuerpo físico.

Por otro lado, el análisis de las formas de capital de Bourdieu proporciona una comprensión profunda de cómo los jóvenes incorporan el capital cultural en el contexto de la estereotipación corporal y la cultura *fitness*. La aplicación de estos conceptos revela la complejidad de los procesos mediante los cuales los individuos invierten tiempo y esfuerzo para conformar sus cuerpos según los ideales sociales predominantes.

El capital cultural incorporado se manifiesta a través del esfuerzo individual y las prácticas diarias que los jóvenes adoptan para construir un físico, reflejando una inversión de tiempo y sacrificio personal. Este capital, ligado íntimamente al cuerpo, no puede ser heredado, subrayando la importancia de la autoformación y el aprendizaje continuo.

El capital cultural objetivado se evidencia en los medios físicos y materiales que los jóvenes utilizan para alcanzar sus objetivos corporales, como libros de nutrición y entrenamiento, equipos de ejercicio y otros recursos. Este capital es esencialmente

simbólico y se convierte en efectivo cuando el individuo lo utiliza para disputar y producir cultura en el ámbito del *fitness*.

Sin embargo, el capital cultural institucionalizado, representado por títulos y reconocimientos formales, ilustra cómo el capital económico puede transformarse en capital cultural, otorgando a los individuos ventajas en el mercado laboral y en su vida social. Estos títulos y reconocimientos legitiman y valorizan las inversiones realizadas en la conformación del cuerpo, reforzando los estereotipos corporales y las normas culturales.

En cuanto al capital social, según Bourdieu (1979), se fundamenta en los recursos derivados de las redes sociales y la pertenencia a grupos, donde los miembros pueden intercambiar bienes y favores simbólicos basados en esta pertenencia. Este enfoque destaca que el capital social es efectivo si los individuos pueden movilizar sus redes y acceder a los recursos de quienes están conectados con ellas.

En el contexto de los jóvenes en Coyoacán, el capital social se manifiesta en cómo las relaciones y redes sociales influyen sus percepciones y prácticas relacionadas con el cuerpo y la estética. Los gimnasios y centros de fitness se convierten en espacios sociales donde se refuerzan ciertos estereotipos corporales y normas de belleza, promovidos y compartidos por los grupos a los que pertenecen estos jóvenes. La capacidad de movilizar capital social en estos entornos permite a los individuos acceder a información, apoyo y recursos que facilitan la adopción de prácticas de entrenamiento y alimentación orientadas hacia la conformación de una imagen corporal idealizada.

Además, la transformación de capital social en otras formas de capital, como el económico y el cultural, juega un papel crucial en este proceso. El capital económico permite el acceso a gimnasios, entrenadores personales y productos dietéticos, mientras que el capital cultural se refleja en el conocimiento sobre prácticas de salud y bienestar. La interacción entre estos tipos de capital influye en la capacidad de los jóvenes para cumplir con los estándares estéticos promovidos por su entorno social.

Sin embargo, el concepto de capital sexual, cómo las percepciones y prácticas relacionadas con la sexualidad y el atractivo físico también están moldeadas por el capital social. La participación en la cultura fitness y la búsqueda de un cuerpo idealizado no solo responde a estándares de belleza, sino también a la búsqueda de aceptación y reconocimiento social dentro de sus redes.

Finalmente en el estudio ha arrojado diferentes resultados, como la influencia de los capitales con la percepción y la consecución de una imagen corporal estereotipada.

Un aspecto clave para esta investigación fue el uso de mapas para poder visualizar la distribución de los gimnasios, la relación con niveles de marginación y las cercanía de estaciones de metro y mercado; donde pudimos identificar que en el Mapa uno muestra la relación de niveles de marginación y la ubicación en los gimnasios en la alcaldía coyoacán, donde se puede apreciar que en las zonas de baja marginación se concentra la mayoría de los gimnasios.

En el Mapa dos se puede visualizar la relación de los gimnasios y las estaciones del metro más cercanas a dichos gimnasios que principalmente se encuentran en zonas de marginación bajo y muy bajo. En el Mapa tres podemos visualizar la ubicación de los gimnasios y mercados, revelando una mayor cantidad de mercados específicamente en zonas con bajo grado de marginación.

Esto da énfasis a una correlación de accesibilidad de alimentos cerca de los gimnasios. En el Mapa cuatro se muestra la distribución general de todos los gimnasios en la CDMX con un enfoque en la alcaldía Coyoacán, ya que esta muestra todos los niveles de marginación, donde se puede justificar la elección de esta alcaldía. En el Mapa cinco se muestra los cuatro gimnasios a los que acudimos a realizar las entrevistas donde se ubican en áreas de bajo y muy bajo grados de marginación, así nos dan una perspectiva más amplia de la diversidad socioeconómica de los jóvenes de 18 a 24 años de la Alcaldía Coyoacán.

Después de haber realizado y analizado las entrevistas obtuvimos como resultados que el capital económico es uno de los factores clave de los jóvenes para cumplir la estereotipación corporal dentro de los gimnasios. Ya que los entrevistados señalaron que el factor económico es importante para sustentar la membresía del

gimnasio, dieta y suplementos, lo cual indica que sin tener un capital económico sería difícil poder alcanzar ciertos estándares de belleza.

En cuestión del capital cultural, los jóvenes nos mencionaron que los conocimientos de nutrición y ejercicio son un factor importante, ya que la mayoría de los jóvenes nos mencionaron que la falta de información sobre estos temas impide alcanzar sus objetivos dentro de los gimnasios, ya que si tuvieran un mejor conocimiento podrían contribuir a una percepción más sana y alcanzable de la imagen corporal.

Otro de los resultados obtenidos en las entrevistas es que la presión para cumplir ciertos estándares de belleza influye de manera más significativa en los hombres y sienten la necesidad para desarrollar su musculatura estética y equilibrada, de esta manera evitar burlas hacia ellos. Por otro lado, las mujeres sienten la necesidad de tener estereotipos corporales como glúteos grandes y piernas anchas lo que hace evidente los estereotipos corporales en los gimnasios.

Por otro lado, las redes sociales también influyen en estos estereotipos, ya que los jóvenes tienden a comparar sus cuerpos con figuras influyentes en estas redes donde también se encuentra una estereotipación corporal y puede haber una presión por alcanzar estos estándares de belleza.

Los resultados obtenidos de los entrevistados indican que en cualquier entorno social dentro y fuera del gimnasio influye en su percepción de la imagen corporal, ya que los que tienen familiares o amigos con hábitos deportivos tienden a tener una percepción más positiva para hacer ejercicio, por el contrario, los que no tienen familiares o amigos con hábitos deportivos tienen una perspectiva más pasiva y menos motivada.

Los jóvenes identifican que su imagen corporal les ayuda con las diferentes actividades que realizan fuera de los gimnasios, como en el ámbito laboral, ya que se sienten de manera activa y beneficia su apariencia física para las oportunidades de trabajo.

A pesar de los resultados obtenidos el presente análisis cuenta con una limitación como el tamaño reducido de la muestra, para futuras investigaciones se recomienda

obtener una muestra más amplia para poder tener una mejor recolección de resultados.

En conclusión esta investigación hace énfasis en la correlación entre los capitales económico, cultural y social y la imagen corporal basada en una estereotipación en los gimnasios que acuden los jóvenes de 18 a 24 años de la alcaldía Coyoacán. Esta investigación puede servir para visibilizar estos factores y así promover una percepción más sana y realista, y así reducir la presión que generan los estereotipos de los jóvenes.

Anexo

Entrevista (semiestructurada)

1. ¿Cuántos años tienes?
2. ¿Cuánto tiempo llevas entrenando en el gimnasio?
3. ¿Con qué frecuencia asistes a un gimnasio y qué te motiva a hacerlo?
4. ¿Tu familia tiene hábitos deportivos? ¿Cuáles?
5. ¿Qué te impulsó a entrar al gimnasio?
6. ¿Cómo percibes la imagen corporal en tu entorno social y dentro del gimnasio?
7. ¿Crees que existen estereotipos relacionados con la imagen corporal en los gimnasios? ¿Cuáles son?
8. ¿Has experimentado alguna presión para cumplir con ciertos estándares de belleza o físico dentro del ambiente del gimnasio?
9. ¿Qué recursos, como tiempo, dinero o conocimientos sobre nutrición y ejercicio, crees que son necesarios para mantener ciertos estándares de belleza en el gimnasio?
10. ¿Consideras que la cultura o la comunidad en la que te desenvuelves influye en tu percepción de la imagen corporal?
11. ¿Consideras que tu imagen ayuda a realizar tus demás actividades?
12. ¿Consideras que los gastos que realizas para venir al gimnasio son una inversión? ¿Por qué?

Bibliografía

Andreasson, J., & Johansson, T. (2019). Bodybuilding and Fitness Doping in Transition. Historical Transformations and Contemporary Challenges. *Social Sciences*. <https://doi.org/10.3390/SOCSCI8030080>.

Andreasson, J., & Johansson, T. (2014). The Fitness Revolution. Historical Transformations in the Global Gym and Fitness Culture. *Sport Science Review*, 23, 111 - 91. <https://doi.org/10.2478/ssr-2014-0006>.

Aguirre-Loaiza, H., Reyes, S., Ramos-Bermúdez, S., Bedoya, D. A., & Franco, A. M. (2017). Relación entre imagen corporal, dimensiones corporales y ejercicio físico en usuarios de gimnasios. *Revista Iberoamericana de Psicología del Ejercicio y el Deporte*, 12(1), 149-156. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria.

Baile Ayensa, J. I., González Díaz, A., Ramírez Ortiz, C., & Suárez Andujo, P. (2011). Imagen corporal, hábitos alimentarios y hábitos de ejercicio físico en hombres usuarios de gimnasio y hombres universitarios no usuarios. *Revista de Psicología del Deporte*, 20(2), 353-366. [fecha de Consulta 15 de Marzo de 2024]. ISSN: 1132-239X. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=235122167008>

Bourdieu, P. (1979 A) Tomado de Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 30 de noviembre de 1979. Traducción de Mónica Landesmann. Texto extraído de: Bourdieu, P., “Los Tres Estados del Capital Cultural”, en *Sociológica*, UAM-Azcapotzalco, México, núm 5, pp.

CASTAÑEDA, C., VARGAS, E. A. & GÓMEZ, E. A. (2014). RANSMISION DE VALORES (COMPROMISO, TOLERANCIA Y SOCIABILIDAD) A TRAVÉS DE LA PRÁCTICA DE EJERCICIO FISICO EN MUJERES DE ESTRATOS SOCIOECONOMICOS 2 Y 5 DE BOGOTA [Tesis]. UNIVERSIDAD SANTO TOMAS FACULTAD DE CULTURA FISICA, DEPORTE Y RECREACION BOGOTA.

Cervio, A. L. (2022). “Experiencias y memorias del habitar: una aproximación teórica desde las sensibilidades olfativas”. En Camarena, M. y Moctezuma, V. (coords.), *Ciudad de México: miradas, experiencias y posibilidades* (pp. 53-84). Ciudad de México: IIS-UNAM

De la Cámara Serrano, M. A. (2015). El sector del fitness en España; análisis del gimnasio low-cost y los centros de electroestimulación integral. *SPORT TK-Revista EuroAmericana de Ciencias del Deporte*, 4(2), 47-54.

Diego Fernando Álvarez Campos (2009). *Cuerpo y sujeto: entre pesas y espejos*. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.

Ilouz, E., & Kaplan, D. (2020). *El capital sexual en la Modernidad tardía*. Herder Editorial.

Jardón, C. M., & Tañski, N. C. (2010). Los clusters y el capital intelectual como forma de valor competitivo. *Mercados y Negocios*, 11(1),25-50.[fecha de Consulta 10 de Abril de 2024]. ISSN: 1665-7039. Recuperado de: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=571863956002>

Kalin, Fernando (2014). *Corporeidad en el gimnasio: una etnografía sobre juventud, entrenamiento y estilo de vida saludable*. XI Congreso Argentino de Antropología Social, Rosario.

Kalin, F. (2017). *CORPORALIDADES EN EL GIMNASIO: UN ABORDAJE ETNOGRÁFICO SOBRE JUVENTUDES, FIERROS Y ESTILO DE VIDA SALUDABLE*. [Tesis]. *Revista Internacional de Ciencias Sociales de la Actividad Física, el Juego y el Deporte*.

Mauss, M. (1934) *Las técnicas del cuerpo*. Catedra Teorema, obtenido de: <https://eduardogalak.files.wordpress.com/2012/03/mauss-tc3a9cnicas-del-cuerpo.pdf>

Nieto, R. A. (20 de enero del 2015) *Sociología del cuerpo: Una aproximación a la Construcción Corporal y a la Cultura Fitness*. Recuperado el 27 de noviembre del 2022, de: <https://sociologos.com/2015/01/20/sociologia-del-cuerpo-una-aproximacion-la-construccion-corporal-y-la-cultura-fitness/>

Portal, M. A. y Zirón A. (coords.). (2019). Periferias. Antropología en los límites de la ciudad y la cultura. Ciudad de México: UAM-I/Gedisa.

Real Academia Española. (2006). *Estereotipo*. En *Diccionario de la lengua española* (22.ª ed.). Recuperado de <https://dle.rae.es/estereotipo>

Reverter Masià, J., & Barbany Cairó, J. R. (2007). Del gimnasio al ocio-salud centros de fitness, fitness center, fitness & wellness, spa, balnearios, centros de talasoterapia, curhotel.

Rodríguez, A. (2014). El fitness es un estilo de vida: Gimnasios y sociabilidad en una perspectiva crítica. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP, 3 al 5 de diciembre de 2014, Ensenada, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.4733/ev.4733.pd

Sassatelli, R. (2010). The Cultural Location of Fitness Gyms. , 17-41. https://doi.org/10.1057/9780230292086_2.

Vicente-Pedraz, M., & Torrebadella-Flix, X. (2019). Los primeros gimnasios higiénicos: espacios para sanar y corregir el cuerpo. Disparidades. Revista de Antropología, 74(1), e011-e011.