

Perspectiva cualitativa y cuantitativa del autoconcepto físico y la imagen corporal de los diferentes profesionales de la actividad física y del deporte

Gustavo González-Calvo¹ *, Francisco Javier Fernández-Río^{**}

QUALITATIVE AND QUANTITATIVE PERSPECTIVE ON THE PHYSICAL SELF-CONCEPT AND BODY IMAGE OF THE DIFFERENT FITNESS AND SPORT PROFESSIONALS

KEYWORDS: Professional identity, Body culture, Physical capital, Ideal body.

ABSTRACT: The main goal of this study was to assess, from a mixed quantitative-qualitative perspective, how physical self-concept and body image determine the identity development of the sport and physical activity professionals: personal trainers, coaches, and physical education teachers (primary and secondary education). 481 individuals completed an on-line questionnaire on physical self-concept and 18 of them were interviewed. Quantitative results showed that there are significant differences regarding body image, sport competence, physical conditioning and global physical competence among these groups and general population, but not among them; globally, significant differences favoured males in all variables. Quantitative results were analyzed around three themes: identity traits of the profession, link between body image and the profession, and the connection between the consumer culture, body image and profession. They showed differences between fitness professionals and teachers; for the first ones, body image is a strong identity trait that depends on them, but also on external factors to them, and they are very dependent of the consumer culture.

El autoconcepto se define como el criterio que una persona tiene sobre sí misma y que se forma a partir de la experiencia directa y las evaluaciones de otros significativos (Pezzuti, Pirouz, y Pechmann, 2015). En su construcción es determinante la dimensión corporal o física (Balsalobre, Sánchez, y Suárez, 2014; Murgui, García, y García, 2016), constituida por cuatro elementos: fuerza, resistencia, apariencia física y competencia deportiva (González Serrano, Huéscar Hernández, y Moreno Murcia, 2013). El carácter multidimensional explica que sea un aspecto clave en el desarrollo del individuo no sólo a nivel físico, sino también emocional, familiar, académico o social (Axpe, Infante, y Goñi, 2016; Infante, Goñi, y Villarreal, 2011). Puesto que este constructo no puede ser entendido sin atender a su multidimensionalidad, en este estudio vamos a centrarnos en sus diferentes categorías, otorgando a la dimensión de imagen corporal (IC) un lugar preponderante.

La IC es crucial en el constructo del autoconcepto físico (Fox, 1997), siendo uno de los factores que más influyen en el desarrollo de la identidad personal y profesional (Tiggemann, 2011, 2015). Es un término complejo de definir y no puede limitarse a un estudio exclusivo del campo de la neuropatología, sino que su comprensión exige acercarse a un enfoque que aglutine elementos psicológicos y socioculturales (Schilder, 1999). Así, la IC ha de entenderse desde una perspectiva multidimensional capaz de agrupar percepciones, pensamientos, actitudes y comportamientos referidos al propio cuerpo, y cuya alteración podría dar lugar a dilemas emocionales (Berg, Frazier, y Sherr, 2009; Markham, Thompson, y Bowling, 2005). La IC incluye tres componentes (Gardner, 1996; Markham et al., 2005): perceptivo, referido a la estimación del tamaño y la apariencia corporales; actitudinal, referido a los sentimientos hacia el propio cuerpo; y conductual, constituido por las conductas derivadas de la percepción positiva o negativa del cuerpo y de los sentimientos

de satisfacción/insatisfacción asociados a dicha percepción. La tercera perspectiva ayuda a comprender cómo la IC está influenciada por la cultura del cuerpo, revalorizada gracias a la cultura del consumo (Shilling, 2010). Esto es notable en el caso de los profesionales del fitness. Para estas personas, la inversión de tiempo, energía y dinero en el cuerpo constituye un modo de incrementar el estatus y la credibilidad personal, de manera que el capital corporal –entendido como la apariencia, belleza física y habilidad motriz– pueda ser convertido en capital económico, social y/o cultural (Molnar y Kelly, 2013; Smith Maguire, 2008). Poseer una buena apariencia física y un cuerpo atlético parece proporcionar una mayor autoridad moral y credibilidad a los profesionales del fitness y de la docencia de la Educación Física (EF) (Hutson, 2013; Puhl, Gold, Luedicke, y DePierre, 2013).

Las relaciones existentes entre el autoconcepto físico, la IC y las profesiones relacionadas con la actividad física y el deporte están poco exploradas. Parece importante profundizar en el valor simbólico que estos profesionales atribuyen al cuerpo como seña de identidad personal y profesional. Las normas de comportamiento corporal apropiadas, la realización de dietas y ejercicio físico, la necesidad de ajustarse a determinados cánones corporales y/o las creencias hacia el propio cuerpo, entre otras, determinan, en buena medida, el papel que desempeñan la apariencia y la IC en la configuración de la identidad profesional (Requena-Pérez, Martín-Cuadrado, y Lago-Marín, 2015).

El propósito fundamental de nuestro estudio fue analizar, desde un enfoque mixto cuantitativo-cualitativo, de qué manera el autoconcepto físico y la IC determinan el desarrollo de la identidad profesional de diferentes profesiones de la actividad física y el deporte. Nuestra primera hipótesis fue que el autoconcepto físico está influido por la profesión desarrollada. La segunda hipótesis fue que la IC tiene una destacada influencia en el desarrollo de la identidad profesional de este colectivo.

¹ Correspondencia: Gustavo González-Calvo. Facultad de Educación de Palencia, Universidad de Valladolid. Avenida de Madrid, 44. 34004, Palencia, España. E-mail: gustavo.gonzalez@uva.es

* Facultad de Educación de Palencia, Universidad de Valladolid.

** Facultad de Formación del Profesorado y Educación, Universidad de Oviedo

Método

Participantes

481 personas (19-54 años), 307 varones y 174 mujeres, pertenecientes a 5 colectivos a estudio: entrenadores personales (n=78; edad=29.82 ± 5.42 años; 58 varones, 20 mujeres), monitores de actividad física (n=96; edad=28.01 ± 5.54 años; 52 varones, 44 mujeres), maestros de EF (n=92; edad=34.41 ± 6.69 años; 67 varones, 25 mujeres), profesores de EF (n=83; edad=36.22 ± 6.70 años; 61 varones, 22 mujeres) y personas ajenas a estos campos (n=132; edad=34.23 ± 5.76 años; 69 varones, 63 mujeres) accedieron a participar. A los dos primeros grupos se les aglutinó bajo la categoría de profesionales del fitness y a los terceros y cuartos como docentes.

Para la selección de los entrevistados se empleó la técnica de muestreo intencionado -purposeful sampling- (Suri, 2011). De esta manera, de entre todos los respondientes al cuestionario on-line, se seleccionaron aquellos que se encontraban, en el momento de llevar a cabo el estudio, dentro de un radio de 200 kilómetros del lugar de trabajo de los investigadores.

Para la selección de profesionales representativos de la industria del fitness y del ámbito de la enseñanza, solamente aquellos que poseían un nivel de grado universitario o similar en Educación Física y/o Ciencias del Deporte fueron seleccionados. Asimismo, los participantes habían de acumular, al menos, tres años de experiencia laboral dentro de su campo. Dadas las características de los entrevistados y su experiencia profesional, este método de selección supuso: una rica información en las entrevistas realizadas, y una identificación de patrones profesionales dotados de un gran significado.

Procedimiento

Mediante el programa Google Docs se difundió vía online un cuestionario de autoconcepto físico. A todos los participantes se les garantizó la total confidencialidad y anonimato de sus respuestas. Asimismo, se proporcionó la dirección electrónica de uno de los investigadores para solventar las dudas que pudieran surgir.

Del total de respondientes, 18 fueron seleccionados al azar (de entre aquellos seleccionados a través del muestreo intencionado) para la realización de entrevistas semi-estructuradas: 7 profesionales del fitness (4 entrenadores personales y 3 monitores de actividades físico-deportivas), 7 docentes de EF (4 de la etapa de Educación Primaria y 3 de Enseñanza Secundaria) y 4 personas de otros ámbitos. Para poder participar en la entrevista se les solicitó que cumplimentaran un consentimiento informado, explicándoles que podrían abandonar la investigación en cualquier momento. Todo el estudio fue realizado de acuerdo con los principios del Comité

Ético de Investigación de la Universidad de Valladolid.

Instrumentos

Autoconcepto Físico. Se utilizaron 4 subescalas del Cuestionario de Autoconcepto Físico de Gutiérrez, Moreno y Sicilia (1999), una adaptación del Physical Self-Perception Profile de Fox y Corbin (1989): IC (8 ítems; i.e., “Tengo dificultad para mantener un cuerpo atractivo”), Competencia Deportiva (6 ítems; i.e., “Soy muy bueno/a en casi todos los deportes”), Condición Física (6 ítems; i.e., “Creo que, comparado con la mayoría, mi nivel de condición física no es tan alto”) y Competencia Física General (5 ítems; i.e., “Suelo encontrarme un poco incómodo/a en lugares donde se practica ejercicio físico y deporte”). Todas las preguntas se puntuaron en una escala Likert de 4 puntos. Este instrumento mostró una alta consistencia interna con alphas de Cronbach de .846, .798, .867 y .776, respectivamente.

Entrevistas. Se llevaron a cabo entrevistas semi-estructuradas en forma de interrogatorio cualificado. Se realizaron en lugar y hora acordados con los entrevistados, con una duración aproximada de 1.5 horas. De forma previa a las entrevistas, se llevó a cabo una exhaustiva revisión de la literatura científica para formar una batería de posibles cuestiones que surgieran durante la charla y, así, guiar a los entrevistados en torno a la construcción de su autoconcepto y los significados corporales relacionados con su profesión. Se consultó a tres profesionales expertos del ámbito del ejercicio físico y la Educación Física con experiencia en diferentes áreas: Didáctica de la Educación Física y Psicología del Deporte. Esta consulta sirvió para verificar la claridad de las preguntas y su adecuación al tema de estudio.

Las entrevistas constan de tres secciones principales: la primera de ellas incluye la información general (edad, profesión, titulación académica, experiencia en el sector); la segunda engloba las preguntas relativas al cuerpo y los significados corporales respecto a la profesión desempeñada (construcción del autoconcepto en términos de apariencia, tamaño y forma corporal, destreza física, estereotipos corporales, entre otros); la tercera sección, de formato abierto, engloba los aspectos referidos a la participación en actividades físicas (motivos de práctica, condicionamientos sociales, influencias externas que condicionan la práctica física, actividades físicas preferidas y motivos de su elección, entre otros).

Las entrevistas partieron de una pregunta generadora: ¿en qué medida condiciona tu IC la profesión que desempeñas? A partir de ella se fueron generando otras cuestiones derivadas (tabla 1) que enriquecieron el debate y facilitaron una entrevista organizada y reflexiva. Las entrevistas fueron grabadas y transcritas una vez finalizadas, con la intención de mantener el sentido original de los diálogos.

1.	¿Tiene relación tener una IC positiva/negativa con la decisión de dedicarte a tu profesión?
2.	¿Qué es tener una “IC apropiada y saludable”?
3.	¿Eres susceptible a la cultura de consumo?
4.	¿ Tu cuerpo se ajusta a lo considerado “ideal” dentro de tu profesión?
5.	¿Juegan un papel importante las opiniones de otros profesionales de tu mismo ámbito en la configuración de tu IC?
6.	¿Cuidas especialmente tu IC de cara a la profesión que desempeñas?
7.	¿Sigues unas normas de comportamiento corporal para ajustarte a lo que se espera de tí?
8.	¿El cuerpo, en tu profesión, ha de ser una marca de salud y/o de condición física?
9.	Si tu cuerpo no se ajusta a lo que se considera ideal, ¿surgen dilemas con tu identidad profesional?
10.	¿Aparecen miedos a no poder desempeñar la profesión si tu cuerpo no se ajusta a lo que se supone ideal?
11.	¿Practicas ejercicio físico y/o algún tipo de dieta para obtener una IC acorde a lo que se espera de tu profesión?
12.	¿Qué sucedería si tu cuerpo deja de “ser capaz” (lesiones, proceso de envejecimiento, problemas de salud) para desempeñar tu profesión?
13.	¿Influyen los ideales estéticos de nuestra sociedad en tu trabajo?

Tabla 1. Preguntas que han guiado las entrevistas personales

Análisis de datos

Cuantitativos: fueron analizados mediante el programa estadístico SPSS versión 22 (IBM, Chicago, IL). Se calcularon medias, desviaciones estándar y un análisis diferencial entre los diferentes grupos de participantes para conocer las interacciones y las diferencias entre ellos.

Cualitativos: para analizar y codificar los datos se ha empleado el software Atlas 6.0. Se establecieron diferentes categorías de acuerdo a la agrupación de las respuestas. Las categorías identificadas fueron contrastadas y nuevamente analizadas con la intención de encontrar discrepancias o malas interpretaciones, hasta obtener las categorías definitivas.

Resultados

Cuantitativos

La tabla 2 refleja los estadísticos descriptivos de cada una de las variables a estudio en función de los grupos o colectivos.

Se realizó un análisis diferencial a través de una MANOVA tomando como variables dependientes la IC, la competencia deportiva, la condición física y la competencia física general y como factores fijos la profesión y el género. Se comprobó la homogeneidad de covarianzas mediante la prueba M de Box. Los resultados (M= 205.97, F= 2.19, p< .000) nos llevaron a rechazar la hipótesis nula del ajuste de los datos y siguiendo las recomendaciones de Tabachick y Fidell (1996) se sustituyó la Lambda de Wilks por la Traza de Pillai para evaluar la

	Imagen Corporal		Competencia Deportiva		Condición Física		Competencia Física General	
	M	DE	M	DE	M	DE	M	DE
Profesión								
Entrenador Personal	3.08 ^a	.57	3.08 ^a	.45	3.23 ^a	.57	3.55 ^a	.39
Monitor AF	2.87 ^a	.64	2.93 ^a	.51	3.00 ^a	.57	3.32 ^a	.44
Maestro EF	2.95 ^a	.52	2.92 ^a	.54	3.02 ^a	.60	3.44 ^a	.43
Profesor EF	3.07 ^a	.45	2.78 ^a	.51	3.02 ^a	.57	3.33 ^a	.50
No relacionado con AF	2.61 ^b	.63	2.39 ^b	.69	2.49 ^b	.71	2.88 ^b	.77
Género								
Varones (n=307)	3.02 ^a	.52	2.95 ^a	.55	3.05 ^a	.59	3.41 ^a	.52
Mujeres (n=174)	2.76 ^b	.68	2.68 ^b	.65	2.81 ^b	.74	3.15 ^b	.67
Edad								
19-35 (n=306)	2.91 ^a	.59	2.84 ^a	.58	2.93 ^a	.63	3.32 ^a	.54
35-65 (n=175)	2.84 ^b	.65	2.68 ^b	.66	2.85 ^b	.73	3.17 ^b	.70

Tabla 2. Medias y desviaciones por grupos de participantes. Nota: medias en la misma columna que no comparten superíndices difieren en p<.01.

significación multivariada de los efectos principales y de las interacciones. El MANOVA reveló un efecto principal para la profesión, Traza de Pillai= .258, F(16, 1884)= 8.103, p= .000, parcial η²= .064 y para el género, Traza de Pillai= .083, F(4, 468)= 10.523, p= .000, parcial η²= .083. Para conocer las diferencias entre los cuatro grupos diferentes de profesiones se empleó el test post-hoc de Bonferroni, el cuál estableció diferencias significativas (p= .000) en todas las variables (imagen corporal, competencia deportiva, condición física y competencia física general) entre los diferentes profesionales de la actividad física y los no relacionados con la actividad física.

Se empleó una ANOVA para comprobar las interacciones respecto del género en las diferentes variables dependientes, obteniéndose diferencias significativas entre varones y mujeres en todas ellas a favor de los primeros: imagen corporal: F(1, 471)= 19.73, p= .000, parcial η²= .04, competencia deportiva: F(1, 471)= 36.34, p= .000, parcial η²= .072, condición física, F(1, 471)= 14.11, p= .000, parcial η²= .031 y competencia física general, F(1, 471)= 23.43, p= .000, parcial η²= .047. Finalmente, se creó una variable nueva agrupando la edad de los participantes en dos factores: 1= 18-35 años y 2= 36-65 años para ver su interacción con las variables dependientes. Se consideró que esta edad podía marcar diferencias en las percepciones del propio cuerpo. Efectivamente, se obtuvieron diferencias significativas en todas las variables a favor de los más jóvenes: imagen

corporal, $F(1, 477) = 4.89$, $p = .027$, $\text{partial } \eta^2 = .010$, competencia deportiva: $F(1, 477) = 10.092$, $p = .002$, $\text{partial } \eta^2 = .021$, condición física: $F(1, 477) = 4.28$, $p = .039$, $\text{partial } \eta^2 = .009$ y competencia física general: $F(1, 477) = 12.89$, $p = .000$, $\text{partial } \eta^2 = .026$.

Cualitativos

El volumen de información obtenida fue agrupado en tres categorías: (1) rasgos físicos identitarios de la profesión; (2) vínculo entre IC y profesión; (3) cultura de consumo, IC y profesión. En los comentarios ejemplificadores, cada participante es identificado con la inicial del nombre seguida de la inicial de la profesión: F = Fitness; D = Docentes; O = Otros.

(1) Rasgos físicos identitarios de la profesión. Para los profesionales del fitness, su IC ha de ser una marca de salud y competencia motriz: “Hay que estar continuamente en buena forma y con buena apariencia” (C, F). Pueden llegar a sentirse presionados a la hora de invertir tiempo y energía para mejorar su apariencia: “Debo mantenerme en forma y con buena apariencia más que por lo que pueda pensar yo, por lo que buscan mis clientes” (D, F).

Es habitual que el trabajo de estos profesionales sea considerado en términos de salud, lo que les lleva a seguir unas normas corporales para ajustarse a lo que se espera de ellos: “El buen entrenador se cree lo que dice y predica con el ejemplo.... seguir una alimentación saludable, realizar habitualmente ejercicio...” (R, F); “Cuido mucho mis hábitos. No me gustaría que mis clientes me vieran un fin de semana siguiendo hábitos perjudiciales, eso generaría cierta desconfianza hacia mi profesionalidad” (T, F).

El profesional del fitness está obligado a cumplir con ciertos hábitos y patrones estéticos; de no hacerlo así, corre el riesgo de ser considerado un intruso dentro de la profesión: “No me imagino un entrenador con sobrepeso. Simplemente, no lo concibo en esta profesión” (S, F).

Los docentes, al igual que los profesionales de la industria del fitness, consideran que han de seguir ciertas normas de comportamiento corporal para ajustarse a lo que esperan de sí mismos como parte de su identidad: “Llevo un estilo de vida activo, con más de cinco horas semanales de ejercicio, dieta equilibrada... pero no porque nadie espere esto de mí. Es lo que espero yo de mí” (DB, D).

Coinciden docentes y profesionales del fitness al considerar que quienes no se ajusten a determinados parámetros corporales serán intrusos dentro de la profesión: “Vender buenos hábitos saludables va ligado a una IC que no da el docente gordito” (J, D); “Los alumnos, por lo menos a primera vista, rechazarían a un maestro obeso o en baja forma” (M, D). Esto no sucede con profesionales de otros ámbitos: “mis empleadores sólo valoran mi capacidad de trabajo y mis resultados, ninguno considera la apariencia algo importante” (J, O).

Docentes y profesionales del fitness comparten el ideal de profesional como “persona joven con un cuerpo proporcionado” (DB, D). Aparecen dilemas y sentimientos de incompetencia cuando se imaginan envejeciendo: “Cuando vaya envejeciendo seguramente me considere incapaz para esta profesión, tendré miedo a no hacerlo bien, a estar fuera de lugar” (D, F); “Dentro de unos años quizá los alumnos no tomen en serio mis clases, ni los consejos que les pueda dar, porque no seré capaz de aplicármelos a mí misma, de ejecutar ciertas acciones...” (J, D).

(2) Vínculo entre IC y profesión. Para los profesionales del

fitness las relaciones que se mantengan con el propio cuerpo, en términos de condición física y apariencia, determinan la elección de su profesión: “Existe una relación directa entre una buena condición física y una buena apariencia y haberme dedicado a mi profesión” (D, F). Para estos profesionales, la IC no depende exclusivamente de uno mismo, siendo la interacción con los demás y el feedback que reciben de ellos lo que les lleva a evaluar su IC de manera particular: “Influye mucho cómo me ven otros entrenadores personales en cómo me veo yo; tienen mucho peso las opiniones de gente cualificada y experta” (R, F); “Es muy fuerte la presión que ejercen los clientes y sobre todo, la opinión de los propios compañeros de profesión” (D, F). Se ve cómo los profesionales del fitness comparten una simbología particular atribuida al cuerpo, procurando mantenerse dentro de esa forma de corporeidad y reproduciendo los valores que la definen.

Por el contrario, la perspectiva de los docentes de EF sobre lo que es una IC apropiada difiere, entendiendo que no existe una IC universal en torno a lo que es estéticamente deseable y saludable. Creen que la IC depende exclusivamente de uno mismo: “Lo suyo es sentirte cómodo con tu cuerpo independientemente de tener más o menos peso, volumen, musculatura... Eso depende de uno mismo más que de lo que pueda venir impuesto de fuera” (H, D).

Para los profesionales de otros campos, la IC está estrechamente relacionada con la salud, influyendo en su profesión únicamente si se presentan limitaciones corporales: “La IC apropiada implica no tener problemas de salud... Si puedo desempeñar bien mi trabajo, mi IC será apropiada para este trabajo” (F, O).

Sí coinciden docentes y profesionales del fitness a la hora de entender la IC como un constructo ajustado a determinados factores externos: “Una IC es apropiada si el cuerpo tiene una proporción agradable, la musculatura está desarrollada...” (D, F); “La apariencia física ha de ajustarse a ciertas medidas corporales, no tener sobrepeso y aparentar estar en forma” (H, D).

(3) Cultura de consumo, IC y profesión. Los profesionales del fitness se consideran muy dependientes de la cultura de consumo, dejándose llevar por imágenes idealizadas acerca de cuerpos eternamente jóvenes e ideales estéticos: “Mis clientes vienen buscando estereotipos de modelos de deportistas, y tengo que adaptarme a lo que demandan” (D, F). El consumismo está muy presente dentro del mundo del fitness, apareciendo con fuerza la intención de “venderse frente a los clientes” por medio de determinadas marcas/productos comerciales que implican diferenciarse social y profesionalmente: “Hay que llevar ropa deportiva y utilizar materiales de prestigio para dar una mejor impresión a los clientes” (D, F).

Otra consecuencia del consumismo es que el cuerpo refleja cualificaciones (piercings, tatuajes), creando un sentimiento de identidad: “Se crean muchas modas con el fitness: indumentarias, tatuajes en ciertas partes del cuerpo [...] hay gimnasios en los que se fomenta y hay que seguir las normas que te dicen” (C, F). Revelar cierta desnudez es otra costumbre de la industria del fitness, con el fin de mostrar una forma física saludable porque “es lo que vende”: “Los uniformes son ajustaditos, marcan bien y dejan entrever el aspecto físico de los monitores” (C, F).

Los docentes, por su parte, no se consideran susceptibles a la cultura de consumo, estableciendo una escasa relación entre ésta y el desempeño de su profesión: “Tengo que ceñirme a un currículo y eso está muy por encima de cuestiones del consumo” (CM, D). Sin embargo, reparan en que el currículum escolar

está, en parte, impregnado por un código de perfección corporal ligado al consumismo: “Es posible que el currículum haga que los estudiantes estén sujetos a unas normas y a unos ideales que vienen de fuera del colegio. [...]. Sí, la escuela reafirma ciertos ideales corporales” (M, D). Alertan del cuidado que han de tener con ciertas tendencias corporales que provienen de hábitos actuales de consumo y que pueden tener un reflejo tácito en sus clases: “Critico delante de los alumnos los estereotipos que se generan a través de la publicidad corporal, que están lejos de la realidad y de lo saludable” (M, D). Asimismo, la presencia de marcas comerciales en las clases puede afectar al alumnado e invitar a un consumo irreflexivo: “Aunque nunca he recomendado ninguna marca a mis alumnos, puede que les esté condicionando con la ropa que llevo yo” (J, D).

Los profesionales de otros ámbitos, por su parte, no se consideran nada susceptibles a la cultura de consumo, siendo un aspecto que no condiciona su identidad profesional: “La cultura de consumo no está presente en mi profesión. Al no trabajar de cara al público, llevo lo que me apetece sin fijarme en modas” (M, O).

Discusión

El objetivo principal del estudio fue analizar, desde un enfoque mixto cuantitativo-cualitativo, cómo el autoconcepto físico y la IC determinan el desarrollo de la identidad profesional de diferentes poblaciones relacionadas con el ámbito del fitness y la EF. Los resultados cuantitativos señalan que los profesionales del fitness y de la docencia no reflejan resultados diferentes en ninguno de los apartados del autoconcepto físico medidos, pero sí con los participantes no relacionados con este ámbito. Analizados los datos en función del género y la edad, los varones y los participantes más jóvenes muestran valores más altos en todas las variables medidas. Los resultados cualitativos señalan tres temas fundamentales a considerar: los rasgos físicos identitarios de la profesión, el vínculo entre IC y profesión y la relación entre la cultura del consumo, la IC y la profesión.

La primera hipótesis del estudio fue que el autoconcepto físico está influido por la profesión desarrollada. Los resultados cuantitativos señalan que no se cumple esta hipótesis ya que los niveles de IC, competencia deportiva, condición física y competencia física general eran similares entre los distintos profesionales del fitness y de la docencia. Estudios anteriores refuerzan esta idea (Tiggemann, 2011, 2015). Los resultados también muestran que los varones, en todos los grupos analizados tienen unos valores de autoconcepto físico superiores a los de las mujeres. Estos resultados coinciden por los encontrados por otros autores (Novella, Gosselin, y Danowski, 2015). Finalmente, cuando se tiene en cuenta la edad de los participantes, los más jóvenes muestran valores más altos en todas las variables medidas (Infante et al., 2011).

La segunda hipótesis planteada fue que la IC tiene una destacada influencia en el desarrollo de la identidad profesional de estos colectivos. Los resultados muestran cómo la IC se erige como sustancial condicionante de la identidad personal y profesional entre los profesionales del fitness, aunque no tan determinante entre los docentes (Dvir, 2015; Dvir y Avissar, 2013; Latorre Román, Jiménez Obra, Párraga Montilla, y García Pinillos, 2016; Tiggemann, 2015). No obstante, ambos colectivos están preocupados por ello, quizá debido a su formación académica común en muchos momentos. Esta situación justifica cómo los ideales en torno a la IC que presentan los profesionales del fitness y la EF están asociados con la promoción de una particular

forma de capital físico (Bourdieu, 1978, 1986; Fernández-Balboa y González-Calvo, 2017; Hutson, 2013; Shilling, 1992, 2004). Cuerpos esbeltos y habilidosos ganan valor y estatus dentro de estos campos sociales, al ser entendidos como vehículos a través de los cuales su valor de mercado es preservado, reproducido y reconstruido (Bretland y Thorsteinsson, 2015; Homan y Tylka, 2014; O'Hara, Cox, y Amorose, 2014). Nuestros resultados señalan que, entre los profesionales del fitness, los cuerpos musculados, delgados y estéticamente atractivos implican un mayor capital corporal que aquellos que no entran dentro de esos parámetros. Por el contrario, los cuerpos que se alejan de las fronteras establecidas como “normales” dentro de este ámbito (obesos o con sobrepeso) corren el riesgo de ser desacreditados y no gozar de credibilidad tanto dentro de la industria del fitness como de la EF (Hutson, 2013; Kwan y Trautner, 2011). Si “una imagen vale más que mil palabras”, ellos tienden a ser esas imágenes en las que otros se miran y quieren reflejarse. Por ello, la imagen de estos profesionales está imbuida de ciertas creencias sociales sobre su apariencia que conducen a la homogeneización, arraigo y reproducción de prácticas y valores corporales. Así, pueden llegar a sentirse presionados a la hora de invertir tiempo y energía en su propio cuerpo como “carta de presentación”, en aras de mejorar su apariencia.

Se aprecian sensibles diferencias entre el colectivo de los profesionales del fitness y los docentes de EF. Para los primeros, la apariencia física es absolutamente determinante a la hora de crear una relación de confianza con sus clientes, pues así están en condiciones de “vender” sus servicios y el ejercicio físico como una fuente de salud. Los entrenadores asumen que han de ser los primeros en gozar de una buena apariencia y realizar ejercicio físico regularmente, es un requisito imprescindible dentro de la profesión que han elegido. De este modo, parece claro que el capital corporal del entrenador es, probablemente, la característica más importante de la profesión, la que permite una relación de confianza con los (potenciales) clientes (Hutson, 2013; Puhl et al., 2013). El profesor, por su parte, entiende que la apariencia física es un referente a la hora de mantener unas conductas apropiadas y saludables en el alumnado (Shilling, 2010).

Los resultados indican que el cuerpo es un elemento de control social (McCabe et al., 2015; Shilling, 2010), siendo sus formas de actuar sutiles e imbuidas de una evidente ideología. Parece claro que los profesionales del fitness comparten una IC socialmente determinada y claramente imbricada en el orden y los valores sociales imperantes (a través de la publicidad), impregnando al individuo de manera inconsciente e incluso condicionando sus manifestaciones vitales hacia una IC ideal. Las imágenes de cuerpos ideales son algunos de los mensajes más consistentes producidos por los anunciantes, y la imagen estereotipada de un cuerpo perfecto responde a parámetros culturales occidentales (Rutledge y Heineken, 2002). Los resultados muestran que para los profesionales del fitness la delgadez, los cuerpos atléticos, el culto a la juventud y el uso de determinadas marcas comerciales ejercen un control tan riguroso sobre la identidad e imágenes corporales que condicionan la práctica profesional (Fernández-Balboa y González-Calvo, 2017).

Este trabajo confirma que aunque, aparentemente, los profesionales relacionados con el ejercicio físico y la enseñanza de la EF parecen tener un autoconcepto físico u una IC similar, al profundizar se ve que para los relacionados con el fitness ésta es un rasgo identitario mucho más fuerte que depende de ellos, pero también de factores externos a ellos y que son muy dependientes de la cultura del consumo.

PERSPECTIVA CUALITATIVA Y CUANTITATIVA DEL AUTOCONCEPTO FÍSICO Y LA IMAGEN CORPORAL DE LOS DIFERENTES PROFESIONALES DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL DEPORTE

PALABRAS CLAVE: Identidad profesional, Cultura del cuerpo, Capital físico, Ideal corporal.

RESUMEN: El objetivo del estudio fue analizar, desde un enfoque mixto cuantitativo-cualitativo, de qué manera el autoconcepto físico y la imagen corporal determinan el desarrollo de la identidad de los profesionales de la actividad física y el deporte: entrenadores personales, monitores, maestros y profesores de Educación Física. 481 personas cumplieron on-line un cuestionario de autoconcepto físico y 18 de ellas fueron entrevistadas en profundidad. Los resultados cuantitativos mostraron que existen diferencias significativas en la imagen corporal, la competencia deportiva, la condición física o la competencia física general entre estos grupos y la población general, aunque no entre ellos; a nivel global hubo diferencias significativas a favor de los varones en todas ellas. Los resultados cualitativos se analizaron en torno a tres temas: los rasgos físicos identitarios de la profesión, el vínculo entre la imagen corporal y la profesión y la relación entre la cultura del consumo, la imagen corporal y la profesión. Mostraron que hay diferencias entre los profesionales del fitness y los docentes, ya que para los primeros la imagen corporal es un rasgo identitario mucho más fuerte que depende de ellos, pero también de factores externos a ellos y que son muy dependientes de la cultura del consumo.

PERSPECTIVA QUALITATIVA E QUANTITATIVA DA IMAGEM DE DIFERENTES PROFISSIONAIS EM ACTIVIDADE FÍSICA E DO DESPORTO AUTO E CORPO FÍSICO

PALAVRAS-CHAVE: Identidade profissional, Cultura do corpo, Capital físico, Corpo ideal.

RESUMO: O objetivo do estudo foi analisar, desde uma perspectiva mixta quantitativa e qualitativa, de que maneira o autoconceito físico e a imagem do corpo determinam o desenvolvimento da identidade dos profissionais da atividade física e desporto: instrutores pessoais, treinadores, professores de educação física. Questionários on-line de autoconceito físico foram preenchidos por 481 pessoas e com 18 delas foram realizadas entrevistas em profundidade. Os resultados quantitativos mostraram que existem diferenças significativas quanto à imagem corporal, à competência esportiva, aptidão física ou competência física geral entre estes grupos e a população em geral, porém não entre eles mesmos; globalmente houve diferenças significativas em favor dos homens em todas elas. Os resultados qualitativos foram analisados ao redor de três temas: as características físicas identitárias da profissão, o vínculo entre a imagem corporal e a profissão e a relação entre cultura de consumo, imagem corporal e a profissão. Eles mostraram que existem diferenças entre profissionais de fitness e professores, porque para os primeiros a imagem do corpo é um traço de identidade muito mais forte que depende de si mesmos, mas também de fatores que lhe são externos e que são muito dependentes da cultura de consumo.

Referencias

- Axpe, I., Infante, G., y Goñi, E. (2016). Mejora del autoconcepto físico. Eficacia de una intervención cognitiva breve con alumnado universitaria de Educación Primaria. *Educación XXI*, 19(1), 227-246.
- Balsalobre, F. J. B., Sánchez, G. F. L., y Suárez, A. D. (2014). Relationships between Physical Fitness and Physical Self-concept in Spanish Adolescents. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 132, 343-350. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.04.320
- Berg, K. C., Frazier, P., y Sherr, L. (2009). Change in eating disorder attitudes and behavior in college women: *Prevalence and predictors*. *Eat Behav*, 10(3), 37-42.
- Bourdieu, P. (1978). Sport and social class. *Social Science Information*, 17, 819-840.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education*. New York: Greenwood Press.
- Bretland, R. J., y Thorsteinsson, E. B. (2015). Reducing workplace burnout: the relative benefits of cardiovascular and resistance exercise. *PeerJ*, 3, e891. doi:10.7717/peerj.891
- Dvir, N. (2015). Does physical disability affect the construction of professional identity? Narratives of student teachers with physical disabilities. *Teaching and Teacher Education*, 52, 56-65. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.tate.2015.09.001
- Dvir, N., y Avissar, I. (2013). Constructing a critical professional identity among teacher candidates during service-learning. *Professional Development in Education*, 40(3), 398-415. doi:10.1080/19415257.2013.818573
- Fernández-Balboa, J.-M., y González-Calvo, G. (2017). A critical narrative analysis of the perspectives of physical trainers and fitness instructors in relation to their body image, professional practice and the consumer culture. *Sport, Education and Society*, 1-13. doi :10.1080/13573322.2017.1289910
- Fox, K. R. (1997). The physical self and processes in self-esteem development. En K. R. Fox (Ed.), *The physical self: from motivation to well-being* (pp. 111-139). Champaign, IL: Human Kinetics.
- Fox, K. R., y Corbin, C. B. (1989). The Physical Self-Perception Profile: Development and Preliminary Validation. *Journal of Sport and Exercise Psychology*, 11(4), 408-430.
- Gardner, R. M. (1996). Methodological issues in assessment of the perceptual component of body image disturbance. *British Journal of Psychology*, 87, 327-337.
- González Serrano, G., Huéscar Hernández, E., y Moreno Murcia, J. A. (2013). Satisfacción con la vida y ejercicio físico. *European Journal of Human Movement*, 30, 131-151.
- Gutiérrez, M., Moreno, y Sicilia, A. (1999). Medida del autoconcepto físico: una adaptación del PSPP de Fox (1990). *Paper presented at the IV Congrés de Les Ciències de L'Esport, L'Educació Física i la Recreació*, Lleida.
- Homan, K. J., y Tylka, T. L. (2014). Appearance-based exercise motivation moderates the relationship between exercise frequency and

- positive body image. *Body Image*, 11(2), 101-108. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2014.01.003
- Hutson, D. (2013). Your body is your business card: Bodily capital and health authority in the fitness industry. *Social Science y Medicine*, 90, 63-71.
- Infante, G., Goñi, A., y Villarroel, J. D. (2011). Actividad física y autoconcepto, físico y general, a lo largo de la edad adulta. *Revista de Psicología del Deporte*, 20(2), 429-444.
- Kwan, S., y Trautner, M. N. (2011). Weighty concerns. *Contexts*, 10, 52-57.
- Latorre Román, P. A., Jiménez Obra, A., Párraga Montilla, J., y García Pinillos, F. (2016). Dependencia al ejercicio físico e insatisfacción corporal en diferentes deportes de resistencia y su relación con la motivación al deporte. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(1), 113-120.
- Markham, A. P., Thompson, T., y Bowling, A. C. (2005). Determinants of body-image shame. *Personality and Individual Differences*, 38(7), 1529-1541.
- McCabe, M. P., Busija, L., Fuller-Tyszkiewicz, M., Ricciardelli, L., Mellor, D., y Mussap, A. (2015). Sociocultural influences on strategies to lose weight, gain weight, and increase muscles among ten cultural groups. *Body Image*, 12, 108-114. doi:10.1016/j.bodyim.2014.10.008
- Molnar, G., y Kelly, J. (2013). *Sport, Exercise and Social Theory: An introduction*. London: Routledge.
- Murgui, S., García, C., y García, A. (2016). Efecto de la práctica deportiva en la relación entre las habilidades motoras, el autoconcepto físico y el autoconcepto multidimensional. *Revista de Psicología del Deporte*, 25(1), 19-25.
- Novella, J., Gosselin, J. T., y Danowski, D. (2015). One Size Doesn't Fit All: New Continua of Figure Drawings and Their Relation to Ideal Body Image. *Journal of American College Health*, 63(6), 353-360. doi:10.1080/07448481.2015.1040410
- O'Hara, S. E., Cox, A. E., y Amorose, A. J. (2014). Emphasizing appearance versus health outcomes in exercise: The influence of the instructor and participants' reasons for exercise. *Body Image*, 11(2), 109-118. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2013.12.004
- Pezzuti, T., Pirouz, D., y Pechmann, C. (2015). The effects of advertising models for age-restricted products and self-concept discrepancy on advertising outcomes among young adolescents. *Journal of Consumer Psychology*, 25(3), 519-529. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.jcps.2015.01.009
- Puhl, R. M., Gold, J. A., Luedicke, J., y DePierre, J. A. (2013). The effect of physicians' body weight on patient attitudes: implications for physician selection, trust and adherence to medical advice. *Int J Obes (Lond)*, 37(11), 1415-1421. doi:10.1038/ijo.2013.33
- Requena-Pérez, C. M., Martín-Cuadrado, A. M., y Lago-Marín, B. S. (2015). Imagen corporal, autoestima, motivación y rendimiento en practicantes de danza. *Revista de Psicología del Deporte*, 24(1), 37-44.
- Rutledge, V., y Heineken, D. (2002). *Measuring up: How advertising affects self-image*. Philadelphia: University of Pennsylvania Press.
- Schilder, P. (1999). *The image an appearance of human body: studies in the constructive energies of the psyche*. London: Routledge.
- Shilling, C. (1992). Schooling and the production of Physical Capital. *Discourse: Studies in the Cultural Politics of Education*, 13(1), 1-19.
- Shilling, C. (2004). Physical capital and situated action: a new direction for corporeal sociology. *British Journal of Sociology of Education*, 25(4), 473-487.
- Shilling, C. (2010). Exploring the society-body-school nexus: theoretical and methodology issues in the study of body pedagogics. *Sport, Education and Society*, 15(2), 151-167.
- Smith Maguire, J. (2008). *Fit for consumption: Sociology and the business of fitness*. New York: The Free Press.
- Suri, H. (2011). Purposeful sampling in qualitative research synthesis. *Qualitative Research Journal*, 11(2), 63-75.
- Tabachnick, B., y Fidell, L. S. (1996). *Using multivariate statistics* (3rd ed.). New York: HarperCollins.
- Tiggemann, M. (2011). Sociocultural perspectives on human appearance and body image. En T. F. Cash y L. Smolak (Eds.), *Body image. A handbook of science, practice and prevention* (pp. 12-19). New York: Guilford Press.
- Tiggemann, M. (2015). Considerations of positive body image across various social identities and special populations. *Body Image*, 14, 168-176. doi:http://dx.doi.org/10.1016/j.bodyim.2015.03.002