

LOS DISCURSOS Y LAS PRÁCTICAS DE GESTIÓN CORPORAL. EL CASO DEL RUNNING

Lorena Decca¹⁵⁸

Resumen

En el escenario actual circulan discursos y prácticas que apuntan a la configuración de determinados cuerpos. El análisis de las entrevistas realizadas en el interior de un grupo de entrenamiento de running de la ciudad de Córdoba nos permitirá acceder a los sentidos que los propios sujetos atribuyen a la gestión de su cuerpo, y cómo esto forma parte de un discurso social en clave managerial que impregna las prácticas cotidianas en la contemporaneidad.

Palabras claves: Subjetividades – Gestión corporal – Comunicación

1. Sé la mejor versión de vos mismo

*“No se trata de lo rápido que corres.
No se trata de lo lejos que llegas.
Se trata del proceso”.*
(Revista Runners).

“Impossible is nothing”.
(Publicidad Adidas)

*“Sigue corriendo.
No dejes que tus excusas te alcancen”.*
(guifitness.com)

“Just do It”.
(Publicidad Nike)

*“Siempre hay más kilómetros que correr,
no te detengas”.*
(Runfitnes.com)

¹⁵⁸ CIECS – CONICET – FCC –UNC. Correo electrónico: loredecca@gmail.com

En la escena contemporánea, los mensajes que circulan por los Medios Masivos de Comunicación, por las redes sociales *on line*, por los dispositivos tecnológicos, en las publicidades e incluso en las instituciones tradicionales tales como las escuelas, apuntan a la “gestión”, a la “transformación”, a la “optimización” de los cuerpos. Además, la proliferación de centros de estética, nutrición, fisioterapia, medicina deportiva, ciencias del entrenamiento, educación física, *fitness*, *pilates*, centros de estéticas, *spas*, dan cuenta de la configuración de un entramado de tecnologías, discursos y prácticas que interpelan a los sujetos contemporáneos a gestionar sus cuerpos de forma responsable y eficiente (Landa, 2011).

El cuerpo es el objeto hacia el que se dirigen estos discursos sociales, es también un concepto integral configurado, reconfigurado y configurador de relaciones de poder.

Me interesa analizar un proceso socio-cultural que ha cobrado gran vigencia en los últimos años y que ancla su racionalidad en la gestión de los cuerpos, el *running*. Los motivos que me llevaron a indagar sobre este proceso y no otro tuvieron que ver con dos razones principalmente.

Por un lado, porque en los últimos años la práctica de *running* en la ciudad de Córdoba –en donde vivo– ha crecido al punto de que se han modificado algunos circuitos urbanos para posibilitar su realización, se ha destinado dinero de los fondos provinciales y municipales para promover la realización de carreras, han surgido (y siguen surgiendo) grupos de entrenamiento que se reúnen en espacios físicos que carecen de comodidades básicas y que aun así logran nuclear grandes cantidades de adeptos, porque han proliferado los productos comunicacionales sobre *running*, porque –en definitiva– ahora “todo el mundo corre”.

Por otro lado, y profundamente relacionado con el punto anterior, porque yo misma he experimentado el “furor del *running*”, convirtiéndome en una aficionada a los entrenamientos y carreras.

El fenómeno del *running* es abordado como un proceso cultural y como *locus* estratégico donde se expresan las formaciones subjetivas contemporáneas (Rose, 2003:215).

Parto de la hipótesis de que estamos ante la hegemonía comunicacional del mercado en la sociedad y que los discursos que circulan en el *running* replican un modelo de sociedad basado en la competencia, la individualidad y la gestión de sí mismo.

El *running* –aun cuando se basa en una actividad tan antigua como la de correr– designa en la contemporaneidad a todo un sistema de configuración

de sentido que va más allá de la actividad física, abarcando un “estilo de vida” basado en la “gestión de uno mismo” para alcanzar el máximo rendimiento. En este sentido, el *running* queda definido como una práctica corporal cultural novedosa que se ha instalado en la escena contemporánea, imprimiendo determinadas características en los sujetos que la desarrollan.

La cantidad de discursos, productos, bienes y servicios asociados al *running* conducen a un estado de naturalización de la práctica en la que los sujetos (re)producen ciertas lógicas, y donde se advierte la circulación de múltiples racionalidades.

Por este motivo, mi interés estará centrado en “desnaturalizar”, problematizar y mostrar cómo en un momento dado emerge una práctica, se le delimita un objeto, se le atribuye una función social y se le asigna una serie de especialistas que detentan un saber que ella misma configura (Chartier, 1994:49); cómo esta práctica formatea las posibilidades de existencia de los sujetos, y cómo estos sujetos se apropian de y resignifican los discursos y las formas de existencia que son promovidos por la práctica en cuestión, imprimiendo sus propias marcas comunicacionales/culturales.

2. Las prácticas corporales y la racionalidad empresarial

¿Cómo se configura la subjetividad contemporánea? ¿Cuáles son las prácticas que intervienen en esa configuración? ¿Qué características asume –en este escenario– la comunicación? ¿Qué papel desempeñan los medios de comunicación y las nuevas tecnologías de la información en la escena contemporánea? Estos son algunos de los interrogantes que me interpelan y a los cuáles busco dar respuesta con la investigación que estoy realizando, cuyo objeto empírico es un grupo de corredores, *runners*, de la ciudad de Córdoba, Argentina.

Durante el trabajo de campo realizado, pude advertir que los grupos de *running* se conforman en su mayoría por personas de ambos sexos, de clase media y media alta, cuyas edades oscilan entre los 20 y los 70 años, siendo mayoritaria la franja de 30 a 45 años. Estos grupos se reúnen entre dos y tres veces a la semana para realizar ejercicios durante una hora y media. Cada grupo es dirigido por un profesor que es quien coordina la clase, explicando a los integrantes lo que deben hacer.

En general, quienes se acercan a los grupos de entrenamiento de *running* son personas que han llevado una vida sedentaria y que desean tener una mejor calidad de vida que esperan alcanzar –siguiendo la promesa de los medios de comunicación– a través de la gestión de sus propios cuerpos. En la mayoría de

los casos, los entrenados se fijan una serie de objetivos a alcanzar, que guardan relación directa con dicha gestión: bajar algunos kilos, mejorar su rendimiento físico, correr determinada distancia en x cantidad de tiempo, entre otros.

Durante los entrenamientos, los integrantes conversan entre sí y suelen hacer consultas específicas a los profesores sobre alguna carrera, dolencia corporal, indumentaria y tecnología relacionadas con la práctica de correr. Una vez que el profesor da las consignas a seguir –que suelen ser diferentes según los niveles deportivos de los integrantes del grupo–, los corredores suelen armar subgrupos entre sí y realizar los ejercicios mientras conversan con sus pares. En estos subgrupos, las conversaciones suelen ser más personales, involucrando aspectos familiares, laborales y emocionales que se comparten con quien o quienes se corre.

Los entrenamientos se realizan durante los días de semana, aunque el profesor suele indicar “tareas” para los fines de semana. Los entrenados, suelen coordinar con sus compañeros para reunirse y realizar dichas tareas, para lo cual utilizan el teléfono y aplicaciones como WhatsApp que les permiten coordinar grupalmente la salida de fin de semana.

Suele ocurrir que los entrenados sugieran hacer un “tercer tiempo”, esto es, continuar reunidos en grupo luego de un entrenamiento o carrera para compartir un momento de esparcimiento. Al respecto, y a modo de ejemplo, cabe señalar que –en el grupo analizado–, el profesor comenta a los nuevos integrantes que es “obligación” de cada uno llevar una torta el día en que cumplan años para –terminado el entrenamiento del día en cuestión– puedan celebrar entre todos.

Los grupos de entrenamiento favorecen el encuentro entre personas que comparten un interés común y entre quienes suele generarse un lazo emocional. Al respecto, en una de las entrevistas realizadas al profesor que dirige el *Running Team* relevado señalaba:

“El 95% de la gente que yo manejo lo hace por una cuestión social. Por supuesto que la actividad física del *running* les gusta, está medida. Empiezan por eso pero es una cuestión social básicamente, de esparcimiento, camaradería, compartir (...)”.¹⁵⁹

La práctica de running nuclea en sí aspectos que podrían parecer opuestos, una racionalidad empresarial que promueve la competencia, la individualidad, la auto-gestión, el ir más allá de los límites y la búsqueda constante de nuevos desafíos por alcanzar; con una nueva forma de establecer relaciones entre

¹⁵⁹ Entrevista a Martin Barbeito, Director del Barbeito’s Team.

individuos con los que se generan lazos emocionales y se comparte un interés común y específico. Sin embargo, estos rasgos que parecieran opuestos no lo son, en tanto que la nueva razón gubernamental contemporánea basa su acción en los intereses, es decir, aquello que genera y despierta interés en un individuo o colectividad. Tal como señala Foucault:

“En su nuevo régimen, el gobierno es en el fondo algo que ya no debe ejercerse sobre súbditos y sobre cosas sometidas a través de éstos. Ahora el gobierno se ejercerá sobre lo que podríamos llamar república fenoménica de los intereses” (2007:66-67).

El discurso del “rendimiento”, del “héroe” ciudadano que logra atravesar obstáculos y alcanzar la meta, se disemina en los grupos de entrenamiento e inunda las redes sociales. Una vez más, la lógica empresarial nos atraviesa, nos interpela, nos configura y nos lleva a la acción. Hay que plantearse un objetivo, una carrera, trabajar duro para obtener el máximo rendimiento, disminuir los tiempos, llegar a la meta. Los *runners* ponen en evidencia la manera en que la lógica empresarial permea las prácticas contemporáneas. Los “empresarios de sí” administran sus propias vidas como si se tratara de micro-empresas. La lógica del *management*, del *empowerment* y de la superación ilimitada adquiere centralidad en la conducción de las vidas de los sujetos contemporáneos. Según señalan Laval y Dardot:

“El nuevo gobierno de los sujetos supone, en efecto, que la empresa no sea, de entrada, una «comunidad» o un lugar de plenitud sino un espacio de competición. (...) Experto en sí mismo, su propio empleador, también su inventor y empresario: la racionalidad neoliberal empuja al yo a actuar sobre sí mismo para reforzarse y así sobrevivir en la competición. Todas sus actividades deben compararse a una producción, una inversión, un cálculo de costes. La economía se convierte en una disciplina personal”. (2013:335).

Hay una interpelación comunicacional-cultural que se hace carne en los individuos. En una de las entrevistas, una corredora decía:

“(...) la gente con trabajos comunes, necesita el protagonismo de llegar a una carrera, decir “Corrí 21km, corrí 100”; y cada vez más, cada vez se rompen más, pero necesitan sentirse superhéroes (...) hay gente que con el tema de la famosa frase de Nike “Just do it”, hay un montón de gente que se hace pomada. Porque –claro– la ca-

beza puede hacer las cosas, pero a veces el cuerpo no está preparado; y ya no se contempla el largo plazo”.¹⁶⁰

En la cita precedente interesa subrayar la idea de “necesidad” de protagonismo que se vería satisfecha a partir de comunicar que se alcanzó determinada distancia corrida, casi como si se tratara de un axioma social que debe ser cumplimentado.

Otro de los aspectos que pusieron de relieve los entrevistados es que en los grupos de entrenamiento y en la actividad de *running* en general, las publicidades, el *marketing* y los medios juegan un papel fundamental definiendo qué usar desde la ropa hasta los geles y los productos que permiten mejorar el rendimiento físico.

“(...) hay chicos que van a correr, después se van al gimnasio, después a fisioterapia. Se hace como un circuito consumista de profesionales del deporte. Una cosa ... ¡como si fueran Del Potro! Pero no corren nada, o sea... lo he visto de tres años a esta parte, como una adicción al fisioterapeuta. Es otro fenómeno que no se veía antes (...) queda cheto decir “Me tiran los ligamentos cruzados”... No sé. O la gente se siente que hace algo. No sé...”.¹⁶¹

En este escenario, en el que las redes sociales on line, los medios de comunicación, las publicidades y el *marketing* atraviesan las relaciones entre las personas, las propias prácticas entre sujetos, sus modos de ser y estar con los otros asumen características “mediáticas”. El consumo configura a los propios sujetos y sus cuerpos quienes contraen relaciones inmediatas, superficiales y motivadas en una búsqueda común y al mismo tiempo individual de ir tras desafíos constantes. En este escenario, se *in-corporan* técnicas y tecnologías de poder sutiles que tienen la capacidad de configurar sujetos capaces de responder a las exigencias de un modelo que requiere adaptabilidad, flexibilidad, velocidad y consumo constante. Lo que acontece en el interior de una práctica social específica permite una manera de abordar la sociedad en su conjunto y dar cuenta de lo que está oculto tras movimientos aparentemente inocuos. En el Nacimiento de la Biopolítica, Foucault anunciaba la manera en que la racionalidad gubernamental del neo-liberalismo norteamericano llegaba a “generalizar la forma económica del mercado (...) a todo el cuerpo social” (Foucault,

¹⁶⁰ Entrevista individual a una integrante del Barbeito’s Team. Realizada el 14 de octubre de 2016.

¹⁶¹ Entrevista grupal a integrantes del Barbeito’s Team. Realizada el 2 de septiembre de 2016.

1979, p. 329). Hoy, el discurso de la “vida sana” y del “ir más allá de los límites” nos atraviesa permanentemente y nos interpela desde diferentes lugares, espacios y prácticas de subjetivación. Será nuestra tarea como investigadores mantener la mirada en el presente y desvelar aquello que se mantiene oculto, la racionalidad mercantil atravesando el entramado socio-cultural y configurando las relaciones entre los sujetos contemporáneos.

Bibliografía

- AGAMBEN, G. (2011). ¿Qué es un dispositivo?, En *Sociológica*, año 26 (73), 249-264.
- GÓMEZ-MULLER, A. (2010). *Subjetividad y justicia social: reflexiones a partir de Levinas*. En *Ciencia Política* (10), 9-21.
- CHARTIER, R. (1994). *Escribir las prácticas: Foucault, de Certeau, Marin*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones del Manantial. 49.
- DELEUZE, G. (1991). *Sobre las Sociedades de Control*. Perú: El lenguaje literario. 15-23.
- FOUCAULT, M. (2007) *El Nacimiento de la biopolítica*. Traducción de Horacio Pons. Buenos Aires: Fondo de cultura Económica.
- _____ (2006) *Seguridad, Territorio, Población*. Traducción de Horacio Pons Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura Económica.
- _____ (2005) *Vigilar y Castigar*. Traducción de Aurelio Garzón del Camino. Buenos Aires, Argentina: SXXI Editores Argentina.
- GUATTARI, F. (1996). *Caosmosis*. Argentina: Manantial.
- HARAWAY, D. (1995). “Conocimientos situados: la cuestión científica en el feminismo y el privilegio de la perspectiva parcial”, en *Ciencia, cyborgs y mujeres: la reinención de la naturaleza*. Madrid, España: Ediciones Cátedra.
- LANDA, M. (2009). *El porvenir de los cuerpos rentables: un análisis del dispositivo cultural del Fitness en Argentina*. Tesis presentada en el Máster en Literatura Comparada y Estudios Culturales [inédito]. Barcelona, España: Facultad de Filosofía y Letras, Universidad Autónoma de Barcelona.
- LAVAL, C; DARDOT, P. (2013). *La nueva razón del mundo: ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona, España: Gedisa.
- LE BRETON, D. (2002). *La sociología del cuerpo*. Buenos Aires, Argentina: Ediciones Nueva Visión.
- PAPALINI, V. (2006). *La comunicación como riesgo*. Argentina: Ediciones al Margen.
- ROSE, N. (2003). *Políticas de la vida: Biomedicina, poder y subjetividad en el siglo XXI*. La Plata: UNIPE: Editorial Universitaria. 215.
- SIBILIA, P. (2009). *El hombre postorgánico*. Argentina: Fondo de Cultura Económica.