



12° CONGRESO ARGENTINO DE ANTROPOLOGÍA SOCIAL

La Plata, junio y septiembre de 2021

GT42: Tramas culturales en tensión: gestión del cuerpo y procesos de subjetivación contemporáneos.

Corré y superáte

Lorena Decca. Becaria CONICET. CIECS, UNC. Doctoranda en Comunicación Social (FCC, UNC), Magistranda en Comunicación y Cultura Contemporánea (CEA, UNC), Licenciada en Comunicación Social (FCC, UNC).

loredecca@gmail.com

Resumen

En el contexto actual tiene lugar una forma de regulación social en la que cada sujeto es llamado a auto-gestionarse. A diferencia de lo que ocurría en la sociedad disciplinaria en donde se operaba sobre los cuerpos y las conductas de manera coercitiva, la gubernamentalidad neoliberal apela a la auto-formación del sujeto quien realiza un ejercicio sobre sí para intentar “elaborar, transformar, y acceder, a un cierto modo de ser” (Foucault; 2009:309).

Una serie de dispositivos y tecnologías se despliegan en pos de superar obstáculos y alcanzar el máximo rendimiento asegurando un proceso controlado en el cual se optimicen los esfuerzos. Cada quien es gestor de su presente y su futuro en una carrera en la que –según dictaminan las narrativas que circulan en los medios masivos de comunicación y las publicidades- no hay más límites que los propios.



El discurso de la “vida sana” y del “ir más allá de los límites” configura una trama de sentido a partir de la cual los sujetos son (somos) interpelados para emprender proyectos, actividades y otras prácticas de subjetivación. En este artículo se analiza una revista dedicada al *running* para identificar allí las estrategias discursivas a través de las cuales se insta a los sujetos a auto-gestionarse.

Palabras clave: *Auto-superación; Auto-gestión; Running.*

Introducción

Aun cuando resulte difícil establecer una fecha exacta en la que se haya iniciado el fenómeno del *running* en Argentina, las investigaciones realizadas en torno a la práctica (Acciaresi, 2014; Decca, 2016, 2018; Gelfman, 2016; Gil, 2018; Hijos, 2018; Quintana, 2017; Rodríguez, 2016) sugieren su emergencia -en el contexto local- alrededor del nuevo milenio. Lo que había comenzado a gestarse tímidamente, fue sumando adeptos progresivamente. Alrededor del año 2010 la cantidad de grupos de entrenamientos, carreras y corredores permitió hablar del *boom* del *running* en Argentina, continuando con un fenómeno que ya se venía dando en países de Europa y en los Estados Unidos y que iba extendiéndose a lo largo del mapa mundial.

Desde nuestra interpretación, el *running* es entendido como un proceso cultural y como *locus* estratégico donde se expresan las formaciones subjetivas contemporáneas (Rose, 2003). Aun cuando se basa en una actividad tan antigua como la de correr, el *running* 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” (Gil, 2018) basado en la “gestión de uno mismo” para alcanzar el máximo rendimiento.

Nuestra hipótesis es que los 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. Es por ello que nos interesa analizar un producto comunicacional de



consumo masivo, la Revista Runner's World Argentina, buscando dar cuenta de las estrategias discursivas que se despliegan allí.

Sobre el corpus

La revista *Runner's World* fue publicada por primera vez en el año 1969¹ en los Estados Unidos. Desde 1985 pertenece a la empresa *Rodale Inc*². y desde 1996 es considerada un ícono de la cultura del *running*, con alcance mundial y ediciones propias en diferentes regiones del mundo³.

En Argentina, el primer número fue producido en el mes de septiembre de 2014 por Atlántida Televisa y se mantuvo a la venta hasta el año 2019⁴. Más allá de las vicisitudes que atravesó la revista en su versión argentina, su estructura se mantuvo con pocas modificaciones a lo largo de los años. Cada una de las secciones y notas que componen la revista se articula en torno al concepto de la auto-superación

¹ Tres años antes -en 1966- había sido publicado el primer ejemplar de la revista *Distance Running News* que se convertiría luego en *Runners World*.

² La revista *Runner's World* pertenece al grupo empresario Rodale Inc., que produce revistas dedicadas a la salud y el bienestar. A través de un sistema de licencias, la marca produce publicaciones en diferentes países del mundo.

³ Desde principio de los años 90', *Runner's World* se ha expandido hasta alcanzar 18 ediciones internacionales. Las ediciones en el Reino Unido, Argentina, Australia / Nueva Zelanda, Bélgica, Brasil, China, Colombia, Francia, Alemania, Italia, México, Países Bajos, Noruega, Polonia, Sudáfrica, España, Suecia y Turquía se publican como empresas conjuntas o mediante acuerdos de licencia con editores de esos países, quienes tienen acceso al contenido editorial de la edición de EE. UU., pero también publican su propio contenido original.

⁴ Desde ese primer ejemplar hasta el número 32 -publicado en mayo de 2017- la revista contó con un Director Editorial argentino y los contenidos mixaban producciones locales e internacionales. Desde julio de 2017 hasta diciembre de 2018, la rentabilidad de la publicación fue en descenso y dejaron de producirse contenidos locales, aunque la revista continuó sus ventas en Argentina bajo la estrategia de intercalar contenidos importados con fechas de carreras y alguna otra breve información local. En diciembre de 2018, *Runner's World* fue nuevamente producida en Argentina, sin embargo, su poca rentabilidad junto con la reducción de planta de la Editorial Atlántida, produjeron el cese de la publicación.



(*improve yourself*) que funciona como el eje articulador no sólo de los contenidos de la Revista *Runner's World* sino también de todos los productos de la marca Rodale Inc⁵. Este trabajo se ha realizado a partir de la revisión de 52 revistas que componen casi la totalidad de los números de “edición Argentina⁶”. Las fechas de su publicación van desde el mes de septiembre de 2014 al mes de enero de 2019, con excepción del número de mayo de 2017 que no se encuentra disponible⁷. A partir del análisis de las portadas y los contenidos se advierte que la revista se dirige a un público conformado por personas de ambos sexos, cuyas edades oscilan entre los 25 y 50 años, y que deciden optar por un estilo de vida productivo, activo y saludable. Los temas que se abordan en la publicación incluyen: rutinas de ejercicio, dietas, reflexiones y experiencias en torno a los entrenamientos grupales, moda, uso de dispositivos tecnológicos, ofertas de carreras y sugerencias de paisajes para realizar la práctica de *running*.

Cada cual, cada cual, atiende su cuerpo

En las portadas analizadas, encontramos que 32 utilizan frases –a modo de título principal– que refieren al concepto de auto-superación: “Pequeños cambios, grandes logros”, “Corré más y viví mejor”, “Lográ la mejor versión de vos, siempre”, “Siempre podés un km más”, “Cambiá tu vida corriendo”, “Hasta la felicidad, siempre”, “Encará nuevos desafíos”, “Desafiá tus límites”, “Hacé todo mejor”, “Vencer los obstáculos”, entre otros. En estos titulares notamos cómo se naturaliza una relación directa entre

⁵ La misión institucional de la empresa queda definida en los siguientes términos: “inspirar salud, curación, felicidad y amor en el mundo, comenzando contigo”.

⁶ Las comillas corresponden a la autora para enfatizar el hecho de que la revista presenta un mix entre contenidos locales e internacionales, tomados de otras ediciones.

⁷ En el mes de mayo de 2017, a causa de los altos costos de producción y la disminución de la rentabilidad de la revista, se produjo una reducción de personal y la empresa decidió dejar de generar contenidos en Argentina. Los números que siguieron ese año y hasta el de diciembre de 2018, fueron impresos en el país, pero con contenidos internacionales. En diciembre de ese año y enero de 2019 se retomó la producción local.



realizar un plan de entrenamiento en *running* y mejorar la vida propia. El bienestar depende de lo que cada individuo sea capaz de alcanzar en términos de esfuerzo y auto-superación.

Por su parte, hay 16 titulares que enfatizan la idea de lograr ser “fuerte y veloz”. Aquí encontramos una interpelación según la cual el mejoramiento del cuerpo sería la clave. Así expresa literalmente la portada del primer número de la revista y vuelve a reiterarse como premisa en los números subsiguientes: “Fuerte ya”, “Aprendé a calentar y mejorá tu fuerza”, “Cuerpo y mente fuerte, lo lograrás corriendo”, “Sano y *fit*”, “Fuerte veloz & *fit*”, “Corre fuerte siempre”, “Corré mejor, rutinas cortas que aumentan tu potencia, fuerza y velocidad”, “Fit ¡rápido y fuerte!”, “Fuerte y *fit*”, “Pulso y ritmo”, “21 k resistencia y concentración”, “*Trail*, cómo empezar, dónde correr, los mejores calzados”, “Corré mejor y mantente en forma”. También encontramos 3 titulares referidos a la importancia de la dieta y uno en el que se enfatiza la idea de entrenar en grupo.

Lo que hemos detectado como regularidad a lo largo de las portadas analizadas es la forma en que las construcciones discursivas apelan a los lectores para que encarnen una serie de operaciones sobre sí hasta alcanzar determinados resultados. En esa interpelación es notoria la forma imperativa e individualizadora: “*hacé*”, “*mejorá*”, “*planificá*”, “*corré*”. Los recursos de este tipo presentan la característica de imponer ciertas órdenes como condición para alcanzar un estado “deseado” y de dirigirse a su público de modo personal, lo cual disimula su condición de circulación masiva.

En una propuesta que integra alimentación, ejercicios y descanso, la revista analizada promueve la configuración de un cuerpo liviano y ligero que es al mismo tiempo fuerte y resistente. El cuerpo se asume como una materialidad inadecuada que debe ser diseñada, modelada y perfeccionada según la voluntad de los sujetos. Los sentidos que se ponen en circulación a través de estos mensajes, apuntan a la instauración de una ética según la cual cada sujeto tiene la responsabilidad de modelar su cuerpo a través de mecanismos de control tendientes a optimizar su rendimiento en pos de los objetivos que se hayan planteado. La revista funciona, en este sentido, como una representación cartográfica que indica al lector cómo proceder en la carrera por



adecuar su cuerpo a los parámetros de optimización y rendimiento relacionados con la práctica de *running*.

En sus páginas, *Runner's World* ofrece una sección de dietas, otra de ejercicios y varios artículos en los que se hace mención a la importancia del descanso, considerados los pilares para la obtención del cuerpo *runner*. En las notas que refieren a la “dieta del corredor” se brinda información nutricional que resalta el valor de determinados alimentos al momento de eliminar grasas y mejorar la tonicidad muscular, todo lo cual conduciría a obtener un cuerpo “fuerte y veloz⁸”. Esta sigue siendo la premisa en las notas referidas a los entrenamientos y los descansos. Los ejercicios que se describen tienen que ver con aumentar la capacidad aeróbica y anaeróbica en función de los objetivos que se hayan planteado. La distancia y el terreno en que se realice la carrera que se haya definido como meta, serán también factores determinantes del tipo de entrenamiento necesario. Junto con esto, el descanso se define como un elemento clave del rendimiento corporal.

Fig. 1: Portada de la Revista *Runner's World* Argentina – junio de 2018

⁸ Así expresa literalmente la portada del primer número de la revista y vuelve a reiterarse como premisa en los números subsiguientes: “Fuerte ya”, “Aprendí a calentar y mejoré tu fuerza”, “Cuerpo y mente fuerte, lo lograrás corriendo”, “Sano y fit”, “Fuerte veloz & fit”, “Corre fuerte siempre”, “Corré mejor, rutinas cortas que aumentan tu potencia, fuerza y velocidad”, “Fit ¡rápido y fuerte!”, “Fuerte y fit”, “Pulso y ritmo”, “21 k resistencia y concentración”, “Trail, como empezar, donde correr, los mejores calzados”, “Corré mejor y mantente en forma”.



La revista ofrece tips y recetas que apuntan a la configuración de cuerpos ágiles y resistentes. Estos modelos corporales -entronizados desde las fotos de portada- aparecen cubiertos por prendas de vestir ceñidas a la piel que dejan entrever la musculatura y la ausencia de grasa. Quienes deseen encarnar estas siluetas magras y tonificadas deberán trabajar sobre sus cuerpos, ornamentarlos, modelarlos, nutrirlos, humectarlos, cuidarlos y perfeccionarlos. La revista muestra los senderos que deberán recorrerse en el camino hacia la auto-superación.

El cuerpo como límite y la gestión emocional

Pero el cuerpo, esa materialidad presta a ser modelada y modulada, representa el límite, desde -al menos- dos lugares. Por un lado, el cuerpo materializa simbólicamente la demarcación experiencial entre lo propio y lo ajeno, es decir, configura en sí la frontera entre un sujeto y otro (Maffía, D., 2009). Por otro lado, el cuerpo como entidad fisiológica posee sus limitaciones, algunas de las cuales pueden flexibilizarse a partir de entrenamientos y regulaciones específicas. Es sobre esta posibilidad que las narrativas analizadas hacen foco con mensajes que apelan a la auto-superación a partir de la gestión emocional.

Las emociones son significados culturales y relaciones sociales que constituyen la energía que lleva a la acción (Illouz, 2007). Profundamente relacionadas con el sistema

económico vigente, adquieren una jerarquía en cuanto capital social y como tal deben ser correctamente administradas para poder alcanzar los resultados deseados, de eso se trata la gestión emocional. ¿Por qué las narrativas asociadas a una práctica corporal insisten en la gestión de las emociones? Porque el cuerpo aun a pesar de los entrenamientos, dietas y dispositivos que se hayan instrumentado para potenciar sus capacidades, tiene un límite y cuando éste aparece, la gestión de las emociones se vuelve clave.

Las publicidades de algunas de las marcas de calzado e indumentaria promocionadas en la revista, condensan la estrategia empleada en las narrativas relacionadas al *running*: “*Everything starts in your head. Stop making excuses. Just Do It*”⁹. Se apela a lo emocional como “motor para la acción”, en una ecuación según la cual, quienes sean capaces de gestionar sus emociones de manera productiva tendrán la posibilidad de alcanzar el éxito en el mercado competitivo actual.

La auto-regulación de las sensibilidades supone la posibilidad de traspasar los límites:

Impossible is just a big world thrown around by small men who find it easier to live in the world they've been given than to explore the power they have to change it. Impossible is not a fact. It's an opinion. Impossible is not a declaration. It's a dare. Impossible is potential. Impossible is temporary¹⁰.

Hay una fuerza, un potencial de cambio en cada individuo que debe ser explotado a través de la gestión emocional: “*Only you put your limits*”¹¹.

La práctica del *running* supone un escenario de simulación y entrenamiento. Cuando sometido a un gran esfuerzo, el cuerpo pide frenar, una correcta gestión emocional

⁹ Corresponde a una publicidad de NIKE. Su traducción es: “Todo empieza en tu cabeza. Dejé de poner excusas. Sólo hazlo”.

¹⁰ Corresponde a una publicidad de ADIDAS. Su traducción es: “Imposible es solo una gran palabra arrojada por los pequeños hombres que la encuentran más fácil vivir en el mundo tal como se los han dado que salir a explorar el poder que ellos mismos tienen para cambiarlo. Imposible no es un hecho. Es una opinión. Imposible no es una declaración. Es un atrevimiento. Imposible es potencial. Imposible es temporario”.

¹¹ Corresponde a una publicidad de ADIDAS. Su traducción es: “Solo tu pones los límites”.



posibilitará a los individuos desafiar su límite y alcanzar la meta. El *running* se configura así en práctica subjetivante a través de la cual los sujetos encuentran una manera de activarse y aprender a gestionarse. Como si se tratara de micro-empresas, cada uno es llamado a administrar su vida, acortando tiempos y optimizando su rendimiento. Según señalan los autores Laval y Dardot, esta racionalidad es propia del sistema neoliberal: 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).

Las narrativas del *running* promueven ese “ir más allá”, superar el dolor corporal y generar hábitos de entrenamiento y consumo que confluyan hacia la configuración del ser *runner*: este sujeto capaz de vencer las limitaciones, lograr su mayor rendimiento, y lograr metas que –en la medida en que se alcanzan- se vuelven a definir.

La manera en que estos mensajes construyen subjetividades tiene relación con lo que Aleman señala como uno de los principales logros del sistema neoliberal, esto es su capacidad de configurar un discurso capaz de apelar y de “atender el uno por uno” (2016). Porque aun cuando los mensajes de la revista circulan masivamente, la construcción discursiva que encarna interpela a cada sujeto como si se tratara del único. Desde frases que se construyen sobre la base del “vos”, “tu”, hasta la inclusión de testimonios que relatan experiencias y sentires que buscan generar empatía con los lectores, la revista analizada despliega su estrategia de interpelación personalizada. Se apela a lo emocional como estrategia de auto-superación: “La mejor versión de vos, siempre”, tal como expresa uno de los titulares de la *Runner’s World*.

A modo de reflexión final

Con mensajes que apelan a la gestión corporal y emocional de sus lectores, la revista *Runner’s World* se configura como dispositivo para la modulación de determinadas subjetividades. En términos generales, la revista apela a lo emocional desde diferentes

ángulos, ya sea mostrando a corredores profesionales y la intención de ir cada vez más rápido (anhelo de cualquier corredor) o generando empatía con diferentes testimonios basados en la idea de “reconectar” con lo interno, lo profundo, para hacer foco en sí mismo y escapar por esta vía del stress cotidiano. Por esto, desde las notas editoriales a los contenidos de las diferentes secciones, se intenta establecer un lenguaje compartido en relación con las razones que llevan a correr, las motivaciones que se van encontrando en dicho camino y las emociones que supone arribar a la meta.

A través de estas estrategias discursivas, se invita a los individuos a sumarse a un modelo de vida activo que promueve el “ir más allá de los límites” venciendo todo tipo de obstáculo que pueda alejar de la meta. No interesa la formación de atletas o deportistas, la revista se dirige a un público heterogéneo que encuentra en el *running* la posibilidad de alcanzar ciertos resultados, no importa cuáles sean. El *running* se presenta como una práctica performativa y de gestión sobre sí mismo cuyo principio se basa en la competencia, la optimización de los tiempos y el rendimiento. No se trata solo de la actividad física de correr, sino que representa en si misma toda una construcción socio-cultural que emerge en el contexto neoliberal como una forma de gobierno de sí.

La competencia es de cada individuo consigo mismo, con sus barreras y trabas. De lo que se trata es de alcanzar una auto-gestión que posibilite avanzar aun a pesar de las limitaciones. Las narrativas que apuntan a la auto-gestión y la auto-superación configuran un entramado de sentido que opera sutilmente como mecanismo de control y regulación social y que, al circular masivamente, genera adhesiones sobre buena parte de la población mundial.

El entrenamiento (corporal y emocional) se vuelve una pieza fundamental para adquirir la resistencia necesaria y configurar subjetividades adaptables a un contexto de incertidumbres. Con la difusión y circulación masiva de un conjunto de saberes expertos puestos al alcance de las poblaciones como enseñanzas pragmáticas, se propicia un escenario en el que los propios sujetos se auto-controlan y auto-gestionan,



a través de estrategias que se diseminan socialmente a nivel microfísico. Es decir, las prácticas y discursos que forman parte de la vida cotidiana de los sujetos se encuentran atravesados y configurados por estas estrategias gubernamentales.

¡Movete! Dicta el reloj. La carrera ha comenzado. Controlá tus ingestas, resistí el cansancio, solo vos podés hacerlo. La meta está próxima... aunque una vez que llegues, será momento de buscar nuevos objetivos.

Referencias bibliográficas

Acciaresi, P. L. (2014). "Ya se me había hecho un hobby, una droga": goce, dolor e identificación en un grupo platense de corredores. (Tesis para optar por el título de Licenciado en Sociología. Universidad Nacional de La Plata)

AGAMBEN, G. (2011): «¿Qué es un dispositivo?», *Sociológica*, 73:249-264.

ALEMAN, J. (2016). Horizontes neoliberales en la subjetividad. Grama Ediciones. Buenos Aires.

DECCA, L. (2016). Los *running team* en la ciudad de Córdoba. Un análisis de los cuerpos y las subjetividades contemporáneas. Actas de Periodismo y Comunicación, Vol. 2, N.º 1, diciembre 2016 ISSN 2469-0910 | <http://perio.unlp.edu.ar/ojs/index.php/actas>

_____ (2018). Los discursos y las prácticas de gestión corporal. El caso del *running*. Actas del I Congreso Nacional de Ciencias Sociales. UNC.

DELEUZE, G. (1991): «Posdata sobre las sociedades de control», en C. Ferrer (ed.), El lenguaje libertario II. Filosofía de la protesta humana. Montevideo, Editoriales Nordan – Comunidad; pp.15-23.

DELEUZE, G. (1999): «¿Qué es un dispositivo?», en Étienne Balibar et al., Michel Foucault, filósofo. Barcelona, Gedisa; pp.155-163.

FOUCAULT, M. (1991), La arqueología del saber. Madrid, Siglo XXI.

_____ (2006), Seguridad, Territorio, Población. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.



- _____ (2007), *El Nacimiento de la biopolítica*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- _____ (2009), *El gobierno de sí y de los otros*. Buenos Aires, Fondo de Cultura Económica.
- GELFMAN, N. (2016). *Carreras shopping: un estudio de la práctica del running en Buenos Aires*. (Tesis para optar al título de Magister en Ciencias sociales y humanas. Universidad Nacional de Quilmes)
- GIL, G. J. (2018). «Deporte y estilos de vida. El running en Argentina». *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología*, (30), 43-63.[doi:https://dx.doi.org/10.7440/antipoda30.2018.03](https://dx.doi.org/10.7440/antipoda30.2018.03).
- HIJOS, N. (2018). La historia del *running* en Argentina. *Materiales para la historia del deporte*, ISSN-e 2340-7166, N°. 17, págs. 122-135.
- ILLOUZ, E. (2007). *Intimidaciones congeladas. Las emociones en el capitalismo*. Madrid, España: Katz Editores.
- LANDA, M. I. (2011), *Las tramas culturales del Fitness: los cuerpos activos del ethos empresarial emergente* (Tesis inédita de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.
- _____ (2009), «La sonrisa del éxito. Figuraciones de una subjetividad exigida». *Arxius*, Num. 30. ISSN: 1137-7038, pp: 153- 168.
- 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*. Ediciones Nueva Visión. Buenos Aires, Argentina.
- MAFFÍA, D. (2009). *Cuerpos, fronteras, muros y patrullas*. *Revista Científica de UCES*, 13(2), 217-226.
- QUINTANA, M. S. (2017). *Corre, cuerpo, corre. Representaciones del cuerpo en ESPN Run y en el imaginario de los runners*. (Tesina de Licenciatura en Comunicación Social. Universidad de Buenos Aires)



- RODRIGUEZ, A. (2016). El gimnasio, el *crossfit* y el *running* aportan pistas para pensar un nuevo modo de individuación. *Voces en el Fénix* 7: 50-55.
- ROSE, N. (2003). Políticas de la vida: Biomedicina, poder y subjetividad en el siglo XXI. La Plata: UNIPE: Editorial Universitaria. pp: 215.
- SIBILIA, P. (2009). El hombre postorgánico. Fondo de Cultura Económica. Buenos Aires, Argentina.