

Congreso de Educación Física y Ciencias

14º Argentino, 9º Latinoamericano, 1º Internacional

18 al 23 de octubre y del 1 al 4 de diciembre 2021

El running y la mercantilización del cuerpo en pandemia

Ariel Esteban Benitez

Universidad Católica de La Plata (UCALP)

Mail: profearielbenitez@gmail.com

Resumen

El *running* ha tenido un incremento exponencial en los últimos veinte años (en particular en la última década). Esta creciente popularidad fue construida progresivamente a través de la consolidación del capitalismo actual, que proporciona la base para formar, moldear y consolidar nuevas prácticas deportivas. Todo esto lo conforma y estructura al *running* como un fenómeno global en auge, alentado por el proceso de globalización y respaldado por el sistema neoliberal propio de las sociedades contemporáneas. Por tal motivo, el presente trabajo tiene por objeto analizar de manera crítica el *running* como fenómeno de mercado y el impacto que tiene dicha mercantilización en la construcción de los *runners* y sus cuerpos en tiempos de pandemia.

Palabras clave: *running*, cuerpo, pandemia, mercantilización, consumo

Una actividad popular

El *running* ha tenido un incremento exponencial en los últimos veinte años (en particular en la última década). Esta creciente popularidad se manifiesta en tres factores principales:

primero, la cantidad de corredores (*runners*) que invaden todo espacio propicio para correr (principalmente espacios verdes, parques y plazas); segundo, la variedad de carreras, eventos y competencias que se realizan cada fin de semana; y tercero, la cantidad de equipos de *running* (*runnings teams*) que existen en la actualidad.

Para analizar el *running* y su impacto como fenómeno de mercado, el trabajo parte de algunos interrogantes que surgen como punto de partida de este trabajo: ¿Qué cuerpo(s) se construye(n) a través del *running*? ¿De qué manera se configura el escenario popular que lo compone? ¿Cuál es la necesidad/interés de iniciar en el *running*? ¿Por qué correr en un *running team*?

La práctica del *running* construye cuerpos particulares que terminan conformando un imaginario colectivo con características peculiares. Dentro de él podemos encontrar valores como la importancia del cuidado del organismo (lograr hábitos de vida saludable); la fortaleza mental y el deseo de autosuperación (aspecto motivacional); o el sentido de pertenencia y compañerismo dentro de un mismo grupo en donde se comparten y se disfruta de la actividad (incorporación a un *running team*). Solo por mencionar algunos de los principios que, en suma, garantizarían una mejor vida, más sana y más bella (Gil, 2020, p.537).

El *running* también incorpora un vocabulario técnico propio, que va desde palabras específicas de la actividad (como pasadas, fondos, cuestas) hasta términos en inglés (“*runners*” en lugar de “corredores”; “*running team*” en lugar de “equipo/grupo de corredores”). Las palabras anglosajones parecieran tener mayor valor comercial (o “vender más” en virtud de la lógica de mercado), ya que suelen utilizarse con más frecuencia no solo para generar un sentido fuerte de identidad *runner*, sino también para captar a más personas que quieran ser parte de esta comunidad.

También hay que destacar todo el ritual que se hace en cada entrenamiento y en cada competencia (especialmente). Las competencias modernas de calle (que suelen ir de 5 a 42 kilómetros) se han vuelto muy populares, masivas y de gran convocatoria a pesar de sus (cada vez más) elevados costos de inscripción. Pero parece que los premios pueden más: no solo es competir y cruzar una meta; también se recibe el famoso kit, una especie de

souvenir que se entrega al principio de la competencia y cuyo paquete incluye el dorsal (número) con el chip de control y elementos variados (dependiendo de la carrera, o más bien de la empresa que la organiza) que suelen incluir barras de cereal, bebidas energéticas hasta yerba y productos de limpieza.

Todo esto, en suma, conforma el imaginario colectivo del *running*. Un espacio donde todos/as somos iguales, corriendo hacia una misma meta a pesar de los diferentes objetivos que busque cada persona (sea por “salud”, “despeje mental” o “rendimiento”), y que va más allá de la posibilidad de competir (o no) en las distintas carreras que se realizan (Gil, 2018, p.58).

Un poco de historia

Correr tiene su inicio prácticamente a la par del origen de la humanidad ya que antiguamente, el ser humano debía correr largas distancias durante todo el día para sobrevivir: para cazar y evitar ser cazado. Con el paso de los años, correr se fue transformando en una práctica recreativa, de hacer ejercicio y deportiva, si bien en un primer momento las únicas personas que corrían eran los deportistas ligados al atletismo.

Desde la histórica leyenda del origen del maratón (los 42 kilómetros que corrió el soldado Filípides hace más de 2.500 años para avisar a las autoridades de Atenas acerca de la victoria sobre los persas), pasando por los Juegos Olímpicos (cuya primera aparición de la prueba fue, casualmente, en Atenas 1896), hasta llegar a la actualidad, la práctica de correr se ha ido extendiendo y comercializado para llegar a toda aquella persona que desee participar.

Hoy, el *running* es una práctica que pasó de tener su raíz de origen en el atletismo (y de ser accesible para un público exclusivo, el deportista) a ser un fenómeno de carácter popular y masivo. Un fenómeno global que agrupa, contiene e invita a hombres y mujeres de diversas edades y condiciones económicas y sociales a participar a través del ejercicio mismo de correr (independientemente del objetivo personal de cada persona), mediante las distintas competencias. Pero también invita a que toda persona pase a formar parte de la comunidad runner, la cual se caracteriza por su espíritu de inclusión y participación sin distinción alguna (Hijós, 2017, p.2).

El running en la actualidad

Antes de que apareciera la pandemia por el Covid-19, cada fin de semana y/o día feriado en alguna ciudad del país había una carrera. Y si no la hubiera, los *runners* invadían por su cuenta todo espacio propicio para salir a correr como parte de su entrenamiento (o solo por el hobby de salir a correr).

Ya instalada la pandemia (y con las restricciones pertinentes) el escenario sufrió ciertos cambios. Las carreras fueron suspendidas en un primer momento para luego ser canceladas definitivamente. Pero a pesar de estos inconvenientes la popularidad del *running* no cesó, ya que su práctica se fue adaptando al nuevo panorama venidero.

De esta manera, se hicieron muy populares los entrenamientos a distancia mediante las nuevas tecnologías, como clases online a través de diversas plataformas digitales y aplicaciones con rutinas y planes de entrenamiento para descargar y seguir. Incluso aparecieron las carreras virtuales (muy populares con la pandemia), una propuesta en la que cada runner se inscribe a la competencia, la cual permite a los/as participantes la posibilidad de elegir dónde, cómo y cuándo correr (es decir, completar la distancia en el momento en que quiera y en cualquier parte del mundo). Para participar en este tipo de eventos es necesario descargar una aplicación (propuesta/impuesta por la empresa organizadora) que registra los tiempos parciales y el tiempo final, para luego definir la posición definitiva.

La mercantilización del cuerpo

Este escenario de popularidad actual del *running* conforma un mundo al cual toda persona que entra se convierte en *runner* y no sale nunca más, a tal punto que se transforma en un “estilo de vida”. Un estilo de vida que, siguiendo a Gil (2018), “remite a las sensibilidades

que operan los sujetos cuando eligen determinados bienes y patrones de consumo, y de esa forma articulan esos recursos culturales como modos de expresión personal [...] vivenciados y narrados por los sujetos como un marco de comportamientos personales que eligen con completa libertad, dado que les proporcionan una historia acerca del modo en que eligen, por ejemplo, cómo vestirse y alimentarse, lo que se consume o cómo se utiliza el tiempo libre” (p.50). De esta manera, todo *runner* se vuelve adicto a su práctica afianzado en su estilo de vida propio que va de la mano con su objetivo personal que lo lleva/invita/obliga a correr, pero también relacionado con otro estilo de vida social, propia de la comunidad *runner*.

Pero el *running* también conforma cuerpos particulares relacionados con los objetivos personales que tenga cada persona que se inicia en esta actividad. Así se ha ido configurando a lo largo de la historia como una práctica que fue (y es aún hoy cada vez más) atravesada por un proceso de mercantilización, el cual ve a los *runners* como potenciales consumidores de productos relacionados a todo el mercado *runner* y su industria comercial: indumentaria especial, relojes para correr, aplicaciones para entrenar, eventos deportivos, alimentación específica, etc.

Esta mercantilización invade y, a su vez, atraviesa lo corporal. Hace que todo *runner* exhiba y haga público (principalmente a través de las redes sociales) todo lo relacionado a este mundo: entrenamientos, frases motivacionales, consejos nutricionales, recomendaciones de indumentaria, etc. De esta forma se produce un exhibicionismo del cuerpo como objeto de consumo y que, a través de cada *runner* consumidor de los productos mencionados, invita a toda persona que quiera ser parte de ese mismo universo. Y en ese exhibicionismo las redes sociales juegan un papel fundamental como ese canal de expresión, ya que operan como punto de partida del sentido de pertenencia en la identidad *runner*, construyendo el currículum del corredor por un lado y compartiendo/construyendo complicidades con los demás *runners* por el otro (Gil, 2016, p.2).

Este proceso se da gracias a la consolidación del capitalismo actual, que proporciona la base para formar, moldear y consolidar nuevas prácticas deportivas. Todo esto lo conforma y estructura al *running* como un fenómeno global en auge, alentado por el proceso de globalización y respaldado por el sistema neoliberal. Un sistema que ofrece y garantiza la

organización de carreras a través de empresas y marcas multinacionales que se encargan de sostener y sponsorar dichos eventos gracias a la explosión del marketing y la publicidad con el objetivo de hacer extensiva la invitación a correr para todas aquellas personas que así lo quieran.

De esta forma el sistema capitalista se garantiza no solo que existan los *runners*, sino que también participen en competencias organizadas por importantes empresas. Además el mismo sistema conjuntamente con la misma comunidad del *running* invita a más personas que servirán como sostén y financiamiento de dichas carreras, a la vez que se encargará de (re)afirmar al cuerpo como potencial consumidor gracias a todo el merchandising propio del mundo *runner*.

Reflexiones finales

El *running* es un fenómeno masivo y social cuya popularidad ha aumentado (y sigue aún) en los últimos años, que se traduce en el aumento de corredores/as (*runners*), *runnings teams* y competencias (de diferentes distancias) abierta a la comunidad. Pasó de ser una actividad meramente deportiva (y por ende, restrictiva) a una práctica masiva y al alcance para quien quiera participar.

En una primera parte, la ponencia se basó en analizar esa popularidad y cómo se ha configurado un escenario en torno al *running* y a su práctica.

En la segunda parte se realizó una breve explicación histórica en la que se vio cómo el *running* tuvo sus orígenes en el atletismo, para luego afianzarse como deporte (a través de los Juegos Olímpicos) hasta terminar por alejarse, masificarse y llegar a toda persona que quiera correr, sea por salud, diversión, simple ejercicio e incluso competir.

Por último se describió cómo se configura el *running* en la actualidad, especialmente por la influencia de la pandemia. Y que, a pesar de las dificultades que trae la misma, la popularidad de esta práctica no solo se mantuvo, sino que logró más adeptos gracias al aporte de las nuevas tecnologías. Lo cual da como resultado la conformación de cuerpos consumidores de todo el mercado que el *running* ofrece.

Todo el escenario explicado durante el presente artículo describe al *running* como una actividad muy popular en la actualidad, alentada por la globalización (principalmente las redes sociales) que invitan a todo el mundo a correr y a que cualquier persona que quiera ser/convertirse en *runner*, gracias a las políticas neoliberales y el sistema capitalista actual que se encargan de difundir los beneficios que trae su práctica, así como todas las competencias disponibles y los premios que trae por participar en ellas, al mismo tiempo que busca captar más seguidores.

Es importante destacar el éxito de mercado que logra movilizar el *running*, ya que a pesar de los (cada vez más) elevados costos de inscripción a las carreras, la gente continúa participando en ellas. Más aún, muchas personas deciden anotarse o no a una competencia de acuerdo al kit que ofrece la misma. De esta manera, se puede notar que a muchos *runners* le importa más recibir dicho souvenir que completar una distancia determinada.

Siguiendo esta línea es interesante reflexionar sobre este último punto. Hay mucha gente que corre por un determinado objetivo personal como se ha dicho en este trabajo. Pero hay otra (y en gran cantidad) que “hace *running*” (y se autodenomina como *runner* tal) por el solo hecho de inscribirse a una competencia y recibir el kit correspondiente, además de pertenecer al “mundo *runner*” por tener los productos que lo avalan. Evidentemente toda esta industria comercial no solo (con)forma al *runner* y su cuerpo, sino que también lo habilita para ser reconocido ante el mundo (dentro y fuera del *running*) con esa identidad para que pueda ser pública y exhibida (y buscando ser aceptada).

Referencias

Gil, G. (2016). *Identidades y moralidades en las redes sociales. El running en la Argentina contemporánea*. IX jornadas de Sociología de la UNLP. 5 al 7 de diciembre de 2016. Ensenada, Buenos Aires, Argentina.

Gil, G. (2018). *Deporte y estilos de vida. El running en Argentina*. Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología 30: 43-63.
<https://dx.doi.org/10.7440/antipoda30.2018.03>.

- Gil, G. (2020). *Correr, sufrir y disfrutar: El cuerpo como instrumento de investigación*. Educación Física y Ciencia, vol. 22, nro. 3, e199.
- Hijos, M. (2017). *La historia del running en Argentina*. 12° Congreso Argentino y 7° Latinoamericano de Educación Física y Ciencias de la UNLP. 13 al 17 de noviembre del 2017.