

CULTURA I CULTURA CORPORAL.

Desenvolupament i sentit cultural de l'activitat física comercialitzada

J.Miranda.

Professor de Didàctica de l'Educació Física - EUFP. EGB.

Motivació personal

El tema d'aquest treball ha suscitat el meu interès des de fa temps. Una vintena d'articles publicats relacionats amb el paper del cos en el context del nostre temps ve a corroborar-ho. D'altra banda, als tres anys que vaig exercir com a professor de Teoria de l'activitat física a l'INEF de Lleida vaig estar molt ocupat en conèixer el concepte de cos, el seu simbolisme, llurs sabers i les gestions que al seu voltant es realitzaven. Aleshores es debatia el contingut curricular per a un nou Pla d'Estudis i sovint era motiu de contrast el tractament que de totes les noves tendències i activitats corporals s'havia d'observar des de

l'INEF. Actualment, com a professor de Didàctica de l'E.F. a la EUFP.EGB de la U.B. constato diàriament la importància de la comunicació corporal com a suport de la formació de l'alumne.

També la meua activitat professional i personal en gimnasos privats i el meu apropament a l'usuari mig m'ha vingut suscitant interrogants i inquietuds: el cos sembla haver passat de ser el "germà ase" de la tradició judeo-cristiana a ser un dels protagonistes de l'escena cultural, social i econòmica actual. Quin significat, quin sentit cultural té aquest auge de l'activitat física? Aproximar-me al fil d'aquesta resposta em permet saber el que el practicant coneix i enfocar l'orienta-

ció professional de l'alumne envers una formació més humanista. Ambdós -professor i usuari- poden encaminar la seva comesa cap a un major autoconeixement i realització personal. En aquesta possible millora radica el meu interès principal pel tema.

Interès objectiu del tema

Que l'interès objectiu del tema és gran és indubtable; les seves manifestacions són múltiples:

Des del món acadèmic s'ofereixen cicles de conferències sobre "Cultura corporal. Els intel·lectuals i els cos" - 1988- (Pedro Laín Entralgo, Finkielkraut, Barnes, Eco, Vatimo, etc.); el

cicle sobre l'Esport d'Unisport a València (1988) impartit, entre d'altres, pel doctor Martínez i el doctor Máscaro, de la U.B.; articles en la premsa més llegida del país de Benedetti, Duvignaud, Gubern, etc.; una considerable publicació de llibres que tracten sobre el cos i l'adjectiven (cos ensenyat, cos mirat i jutjat, cos arma política, cos perdut, cos tatuat, etc.) i el converteixen en objecte de nombrosos discursos (Pedro Laín Entralgo, Lipovetsky, Maisonneuve, Cagigal, Bröhm, Lasch, Foucault, Baudrillard, Brown, Cardin, Picard, Bernard, Goffman, etc.).

I és que el cos es constitueix en objecte de consum del qual es té cura, es rejuveneix, es vesteix, es calça, emprà utilitats esportius, es perfuma, es relaxa, es diverteix, sedueix i es mira, precisament en un temps en el qual la imatge en moviment ha assolit tan elevat índex d'influència. El cos es revela també com un ancoratge en una era que ha estat denominada Era de l'ansietat, Era de la incertesa, Era del buit, després d'haver perdut les grans transcendències el seu fonament tradicional i obrir-se unes perspectives incertes, que oscil·len des d'una postcivilització i Era d'Or fins a l'autodestrucció de l'espècie humana.

En tal context la preocupació per l'activitat física ha convertit el gimnàs, el jogging, l'esport californià, les vacances actives, el turisme verd, etc. en quelcom habitual i intensament demanat. Recentment l'Ajuntament de Barcelona va crear una secció al telèfon 010 per atendre les nombroses preguntes que els ciutadans plantejaven respecte a una determinada activitat física del seu entorn. També ha hagut ocasió de veure pel·lícules com *Perfect* que parlen del fenomen i exposen explicacions tretes de profunds estudis. Fa només uns mesos un dels programes de més audiència nacional, *Tribunal Popular*, va jutjar el *Culte al Cos*. En educació, gràcies a l'impacte de l'Olimpíada del 92, es va crear el 1988 el Pla d'Extensió de l'E.F., dotat amb 45.000 milions de pessetes amb la finalitat de formar professors especialistes d'E.F. i dotar els col·legis d'instal·lacions i material adients. Gràcies a ell, el nostre departament ha propiciat dos cursos de post-grau en E.F.

En resum: des de l'angle educatiu, intel·lectual, social, econòmic i cultural, el cos és objecte de tantes atencions i usos que el seu culte esdevé autèntic fenomen social. El seu interès objectiu queda ben palès.

Objectius de l'estudi

Motivat pels beneficis que el traçat d'un marc teòric contenidor de la cultura corporal pogués aportar per al disseny de nous plans d'estudis i per a l'enfocament de les noves activitats físiques en la formació del llicenciat d'E.F. i del professor d'E.G.B. i, d'altra banda, des del punt de vista estrictament personal, desitjant esbrinar allò humanitzador o alienant d'aquestes pràctiques, el meu propòsit gira entorn de l'aproximació al *sentit cultural* -coneixement de la concepció del món que suposen, nivell de consciència del grup, modes de vida- de l'activitat física comercialitzada, de les lògiques que la travessen, els eixos sobre els quals es configura, els seus graus de relació amb d'altres fenòmens culturals de més gran envergadura.

En sóc conscient que és un propòsit molt ample i ambiciós, però com que aquesta era de les primeres tesis que des d'un doctorat d'E.F. anava a llegir-se i després de rebre el feed-back dels meus alumnes de seminari i la calibració repetida de les persones que feien gimnàstica de manteniment sota la meua tutela, vaig comprovar que l'estudi massa específic no satisfia els meus interrogants i inquietuds i només tractava de forma parcial el fenomen.

Per això vaig optar per procedir a una anàlisi teòrica de la cultura del nostre temps i llurs tendències i seguir i relacionar amb ella els principals moviments (moviment del *Physical fitness*, moviment corporalista, moviment del Potencial humà) i també aquells nuclis d'activitats o activitats independents com el *body-building*, l'*aeròbic* i els aerobis, les gimnàstiques suaus i els nous esports adaptats o californians que per sí mateixos tenen pes específic.

Per refermar alguns dels plantejaments sorgits de l'anàlisi teòrica vaig

procedir a un estudi empíric que, evidentment, havia de ser molt més específic. Resultant obvi que no podia estudiar tot el procés, amplitud i manifestacions de la cultura corporal vaig optar per estudiar determinats aspectes a la ciutat de Barcelona. Per una banda, com indiquen Boix, Millet i Puig en el seu estudi sobre instal·lacions esportives a les comarques de Barcelona, "a les zones més urbanitzades s'apropa a la situació d'altres països europeus" i, per tant, el seu coneixement ens apropa al paradigma d'una gran urbs europea. Donat que el nucli més important de la cultura corporal es va creant al voltant de la societat de consum de masses, vaig escollir per al meu estudi el gimnàs privat pel seu caràcter de transformat i abundós producte cultural promocionat per la iniciativa privada, extès a gran part de la població i que precisa de noves instal·lacions i elements, d'acord amb les exigències dominants. El període de 1940-89 dona una certa perspectiva històrica. És clar que la contrastació d'aquestes dades amb les de sectors com psicoteràpies corporals, centres d'expressió corporal, esport escolar, activitat física municipal, nous esports, etc., hagués enriquit en gran mida aquesta investigació. Només puc dir que en el cas de la psicoteràpia ho vaig intentar, però malgrat haver-hi estudiat cinc anys en centres de Barcelona ni tan sols em van contestar; també em vaig interessar per l'activitat municipal, però en ser la gestió en la seva major part indirecta les dades són escasses. Per això vaig preferir dedicar-me a un sol objectiu i en la mida del possible relacionar-ho amb algunes dades existents en d'altres sectors.

Metodologia emprada

En conformitat amb el meu objectiu la metodologia va ser (Veure Taules 1 i 2).

L'anàlisi teòrica permet establir relacions, nuclis d'hipòtesis i lògiques dominants sobre la cultura corporal del nostre temps, que resumeixo:

El procés tècnic, social i cultural del nostre segle ens ofereix una perspectiva sobre com per efectes del indus-

Taula 1. ANÀLISI TEÒRICA

Anàlisi bibliogràfic - Eclèctica - norteamericana - europea - revistes representatives de moviments i activitats	I N T E R R E L A C I O N S	Tendències culturals: - modernitat - cultura de masses - contracultura o underground - posmodernisme
Des de: la cultura concebuda com: - concepció, interpretació del món - nivell de consciència - modes de vida		El cos i els seus sabers El cos social
Tenint en compte: - la cultura implícita - la cultura explícita - o bé - l'adaptació • tecnològica • social • ideològica		MOVIMENTS, PRÀCTIQUES: - Mov. Potencial Humà - Gimnàstiques suaus - Aerobis - Physical Fitness - Body-building - Esportcalifornià
(Radcliffe-Brown, V. del Toro) (Tecnosfera, socioesfera, infosfera, Toffler.)		LÒGICA I EIXOS

Taula 2. ESTUDI EMPÍRIC

EL GIMNÀS: - Evolució - Ofertes - Serveis - Fins - Difusió	→	ENFOCAMENTS: - Com a entitat pròpia - Des de la perspectiva del propietari - Des de la perspectiva de l'usuari
PROCEDIMENTS		
A. Estudi de fonts documentals dels gimnasos de Barcelona (1940-1989). B. Enquesta a 90 directores o propietaris de gimnasos (= 27% del total). C. Enquesta a 1714 usuaris (mostreig aleatori polietàpic en dues fases: zones i activitats) N. conf. 95% p=q=50, error = ±2,32. D. Anàlisi de contingut de 91 fulls publicitaris de gimnasos (=27% del total) E. Altres - Cartes i entrevistes personals. - Contrast amb altres sectors: esport federat, instal·lacions. - Cinema, productes dietètics, professions.		

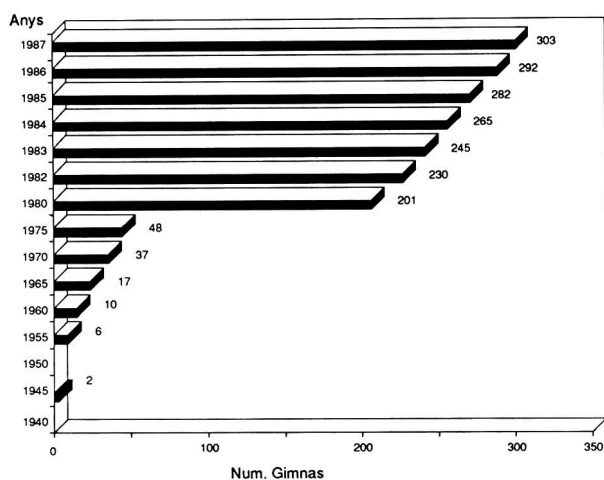
Taula 3.

GIMNASIS	SALES TERAPÈUTIQUES	ESPORTS ADAPTATS	PARCS RECREATIUS
1-2 hores diàries. 3-5 dies/setmana. Períodes curts.	2-5 h/setmana. Caps de setmana. Eventualment vivències d'una setmana en marc natural.	Cap de setmana. Vacances. Períodes intermedis i llargs.	Cap de setmana. Dia lliure. 1 dia de vacances. Períodes intermedis.
Casc urbà. De 150 a 5.000 m2. Petits a grans.	Casc urbà. De 8 a 120 m2. Petites.	Entorn natural: muntanya, platja, camp. Molt grans.	Afores de la ciutat. Molt grans.
Roba diferent. Ambient dinàmic. Colors càlids. Persones diferents.	Descalç, a vegades canvi de roba. Ambient i colors suaus. Persones diferents.	Roba, ambient, materials, ciutat. A vegades, fins i tot de nació o continent. Fins i tot llengua, costums. Gent, horaris.	Decorat, món de ficció. Persones (encara que sol haver poca comunicació amb elles).
Moure's, córrer, saltar, barallar-se, ballar (segons la pràctica).	Insultar-se, tocar-se, abraçar-se, acariciar-se, pegar-se, (simbòlicament). Expressar-se, ésser sincer, cridar, plorar, riure.	Contacte amb la natura (encara que hi hagi un objecte transicional pel mig). Provar, experimentar amb l'equilibri	Utilitzar instal·lacions recreatives. Divertir-se, esbargir-se.
N. de moviment. N. de millora física. N. de millora de la pròpia imatge. N. de seguretat. N. de pertinença a un grup.	Equilibri personal, harmonia N. d'afecte. N. d'expressió. N. d'atenció. N. d'autorealització.	N. de contacte amb la natura. N. de lleure. N. d'emoció. Novetat, aventura, emoció en el risc. Canvi general.	Diversió. Entreteniment. Esbargiment.
Culturisme, aerobis, gimnàstiques, arts marcial, gym-jazz, etc.	Psicoteràpies corporals. Expressió corporal.	Wind-surf, ultralleugers, ala-delta, ponting, rafting, piragua, etc.	Parcs d'Atraccions. Parcs Aquàtics

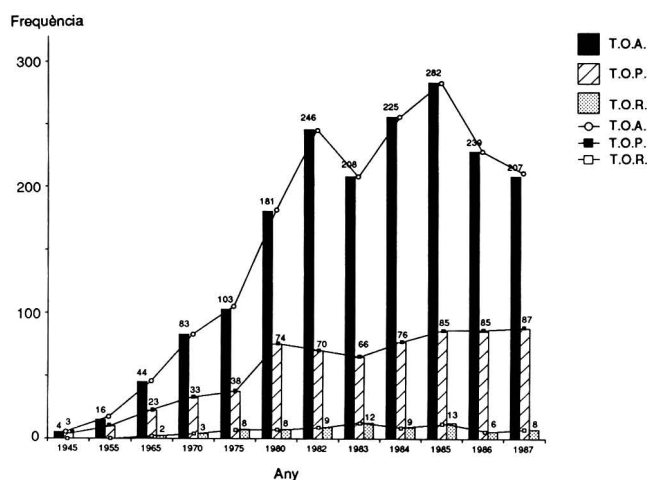
Taula 4.

L. FILANTRÒPICA	L. CIENTÍFICA	L. MERCANTIL	L. SANITAT ESTAT
Revistes, llibres, conferències, curssets.	Comitents. Revistes especialitzades. Universitat, premsa, llibres.	Difusió en massa a través de tots els mitjans de comunicació. Amplis mitjans publicitaris.	Difusió en massa a través de tots els mitjans de comunicació. Abundants mitjans de propaganda.
Concepció millor del món i de l'home. Consciència universal i còsmica.	Coneixement objectiu. Veritat científica. Fets comprobables.	Venda, negoci de: roba, productes dietètics i alimentació en general, gimnasos, vídeos, pel·lícules, accessoris esportius, calçat, vacances, recreació.	Estalvi en el pressupost sanitari. Descens de la mortalitat i morbiditat. Millora de la qualitat de vida.
Grans canvis		Canvis immediats, visibles i abastables. Generalment transformen en objecte de mercat una necessitat més pregona.	Millors hàbits de vida. Menys accidents. Més expectativa de vida. Estil de vida sa. Canvis.
Apel·len al sentit humanitari de l'home. Recorren a la imminència de possibles catàstrofes. ANIMEN I CONSCIENCIEGEN. SÓN HUMANITARIS, encara que redentors i a vegades paternalistes.	Desitjen conèixer fets i lleis. ES FONAMENTEN EN EL LOGOS. SÓN RIGOROSOS.	SEDUEIXEN, CONVENCEN. Apel·len a la necessitat humana d'afecte i reconeixement social i fomenten el status, pertinença a un grup. ES FONAMENTEN EN L'IMAGINARI, LA FANTASIA, EL MYTHOS. Són divertits, seductors.	SÓN INTIMIDATORIS I/O AUTORITARIS (No facis, fés). La freda estadística o el desastre subjectiu revelador d'un fet social extès productor de mort o malalties amb les seves armes. UNEIXEN LOGOS Y MYTHOS.

Gràfic 1.



Gràfic 2.



trialisme la societat autosuficient es malbarata i l'àmbit rural es substituït per l'urbà. L'home, allunyat de la seva terra, el seu grup i la seva cultura local reduïts, es submergeix en els complicats engranatges del sistema industrial urbà, en un terreny on les sòlides matrius culturals tradicionals deixen de sustentar-lo; fins i tot la seva percepció del medi social i la seva consciència del jo es modifiquen. Aquests fets afecten a tot allò relatiu al cos: el seu cos-u, cos natura, es fragmenta i es converteix en cos parcel·lat, perdut, tatuat. El modernisme, en determinat moment, dóna un cert sentit a la vida. Els esdeveniments de 1929 -la gran Depressió- i la posterior implantació de les teories econòmiques de Keynes i l'adveniment de la societat de consum de masses generen nous modus vivendi motivats, en gran part, perquè el sistema, a més de productors, necessita consumidors. Des del regne de la necessitat, del costat pràctic de la vida, s'apunten les solucions d'incrementar els salaris, crear crèdit i venda a terminis, procurar subsidis de vellesa. Però igualment cal atendre al cantó de l'imaginari, l'ideològic. La segona colonització, la de l'esperit, com va ser anomenada per Morin, va haver de fomentar actituds consumistes. L'ètica puritana fou deixant pas a l'ètica hedonista i al *carpe diem*. A més, els medis de comunicació, de difusió pla-

netària, van propiciar una enorme influència de la imatge en moviment. Aquest sistema econòmic va tenir una gran acceptació i va arrecerar grans esperances. Tot apuntava a un progrés il·limitat, a una Era de l'Opulència, a la Societat del Benestar. Però els esdeveniments que van provocar la crisi del petroli en un món ja tocat per la guerra del Vietnam i els fets de maig del 68, van ser l'avís que tot això no anava bé. De sobte, es pren consciència de la cara oculta del sistema, de la gravetat de la mala gestió, de l'esgotament dels recursos naturals, del deteriorament ambiental, dels límits del creixement, de la mala qualitat de vida. Es va entrar en una crisi de civilització que va fer perdre a l'home els elements referencials que el servien per situar-se en el món. El consum, no obstant, continua, però en la seva segona fase. Lipovetsky adverteix que es tracta d'un consum *cool*, no *hot*, inclinat cap a l'esfera privada, la imatge, l'ego, el lleure, l'abundor de models, amenitzada amb convivialitat, ecologisme i psicologisme.

És de gran interès no oblidar que en aquest paquet de mals advertits sobtadament en la societat industrial es troben les *malalties de civilització* o malalties degeneratives de la cèl·lula (malalties cardiovasculars, càncer, diabetis, cirrosi) associades als mals hàbits (tabaquisme, sedentarisme, alcoholisme, malnutrició), les quals, se-

gons l'Organització per a la Cooperació i el Desenvolupament Econòmic de les Nacions Unides (1985, 86, 87) pugen la quota de despeses sanitàries a un terç del pressupost global.

El cos, en aquest esdevenir, es revela, com ja es va dir, en un excel·lent producte de consum per a l'esfera privada, el lleure, la imatge: com ancoratge, ipseïtat davant de la incertesa. A més, la seva cura i atenció pot reduir ostensiblement les despeses de l'Estat. L'èxit del *fitness* i el *Lifestyle* no podien ser més esperats. I això passa en un temps en el qual els modes de legitimació comencen a aixecar-se per sobre de l'acceptació rutinària de les decisions del sistema.

Tot això ens induïx a les següents consideracions:

- Els moviments i activitats físiques més rellevants de l'escena de la cultura corporal són íntimament relacionats amb els processos concomitants (especialment amb la cultura dels Estats Units de les tres darreres dècades).
- Les noves activitats físiques revelen el caràcter sincrètic, eclèctic, de la postmodernitat.
- L'associació entre exercici físic i treball psicològic alhora que marca un trencament amb el passat adverteix de certes carències:

- Necessitat de contacte amb la natura
- Necessitat de contacte humà, d'afecte, de relació
- Manca d'unió col·lectiva, de ritme profund (fins i tot a nivell de reminiscència ancestral)
- Necessitat de moviment
- Necessitat de major salut mental
- Necessitat d'espais lliures i més permissius.

• Els diferents moviments i activitats esmentades, sorgint en els moments en què aquestes necessitats són més paleses, revelen el seu *servei compensador*: totes tenen el seu lloc, més o menys ampli, al qual l'usuari dedica un determinat temps (des de 2-3 hores/setmana a les vacances estiuenques), una peculiar permissibilitat, pal·lien determinades necessitats (Veure Taula 3).

• Són travessats per distintes lògiques formant sistema (Veure Taula 4).

L'estudi empíric proporciona informació del gimnàs i l'usuari:

Gimnàs

El nombre de gimnasos creix amb moderació entre 1945 i 1975, i des d'aleshores es dispara: 48 en 1975, 201 en 1980. A la dècada dels vuitanta segueix incrementant-se, però amb tendència a l'estabilització (Veure Gràfic 1).

Les ofertes actives superen amb amplitud a les passives (sauna, massatges, solàrium) i a les de rehabilitació (Veure Gràfic 2).

Als darrers anys s'observa un canvi radical de denominació d'activitats: peses passa a ser culturisme, gimnàstica musical a ser aeròbic, etc. D'altra banda, la quantitat i qualitat dels serveis es fa notar (la dutxa i calefacció dels anys cinquanta és substituïda pel saló social, restaurant, sauna, jacuzzi, etc.).

El quadre d'activitats per anys (Veure Taula 5) ens permet seguir l'evolució: les "gimnàstiques", arts marcial, danses i ioga van descendant; el culturisme i l'aeròbic creixen; esports i piscines es mantenen. El 1989 els propietaris consideraven que les acti-

Taula 5. ACTIVITATS PER ANY

	45	50	55	60	65	70	75	80	81	83	84	85	86	87	
	0	0	12	0	30	47	46	62	79	60	87	90	68	46	GIMNÀS.
	0	0	0	0	0	0	0	3	13	10	16	16	17	9	Gimnàstica
	1	0	4	0	9	14	14	19	19	14	19	16	15	9	G. correc.
	0	0	0	0	4	5	7	7	8	4	16	13	11	11	G. resp.
	1	0	2	0	8	10	9	10	10	8	10	9	7	3	G. esport.
	1	0	4	0	5	9	6	10	9	8	8	8	5	5	G. educ.
	0	0	0	0	2	11	26	53	73	61	59	49	38	24	Ar. mrs
	0	0	0	0	0	4	8	13	20	17	13	13	8	4	Karate
	0	0	0	0	2	2	7	11	13	12	13	12	10	5	judo
	0	0	0	0	0	2	2	11	17	14	16	12	8	7	taekwondo
	0	0	0	0	0	3	6	11	15	12	10	6	1	0	def. pal.
	0	0	1	0	3	5	7	12	25	19	32	46	30	21	Dances
	0	0	0	0	0	0	0	5	10	7	11	20	16	9	jazz
	0	0	1	0	2	2	1	0	2	0	2	3	2	2	dansa
	0	0	0	0	1	3	5	5	12	8	11	12	10	5	ballet
	0	0	0	0	0	1	2	15	17	17	12	6	10	7	loga i a.
	0	0	0	0	0	1	2	13	16	16	12	6	8	6	ioga
	0	0	0	0	1	1	2	1	3	5	10	18	18	21	Cultur.
	0	0	0	0	0	0	1	0	2	4	8	18	18	21	cult.
	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	peses
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	4	17	17	23	Aerobic
	1	0	1	0	5	6	5	14	16	14	12	11	10	17	Frontó
	0	0	0	0	0	0	1	3	4	3	8	10	9	7	squash
	0	0	2	0	2	9	7	12	14	7	15	13	15	16	Esports.
	0	0	0	0	0	3	2	6	5	3	6	6	5	5	equip
	0	0	0	0	2	6	5	6	9	4	9	7	10	11	indiv.
	0	0	0	0	0	0	4	8	10	9	7	14	12	13	Piscs.
	0	0	0	0	0	0	4	8	6	3	3	8	6	6	pis.clits.
	0	0	0	0	1	2	0	1	4	4	6	8	9	11	Altres
	2	0	6	10	17	37	48	201	230	245	265	282	291	303	Nº GA

vitats en ascens eren el culturisme i el jazz. En descens estaven l'aeròbic i les arts marcial (Veure Gràfic 3). Segons dades del Servei d'Informació Esportiva (SIE), i d'altres relatius a piscines i pistes de squash de 1986-87, la ubicació urbana és (Veure Plànol Barcelona).

En un 12,83% del terra barceloní hi ha el 57,45% dels gimnasos.

Per districtes la distribució es com s'indica (Veure Gràfic 4).

El percentatge de superfície ocupat pel gimnàs és força elevat (33,33%) (1988-89).

La varietat i tipus dels gimnasos és alta: en superfície n'hi ha que tenen 40.000 m² fins els familiars de 50 m². La superfície mitja és de 1.822 m². En nombre d'usuaris oscil·len entre més de 4.000 fins a 35; el promig és de 391 usuaris/gimnàs.

Usuari

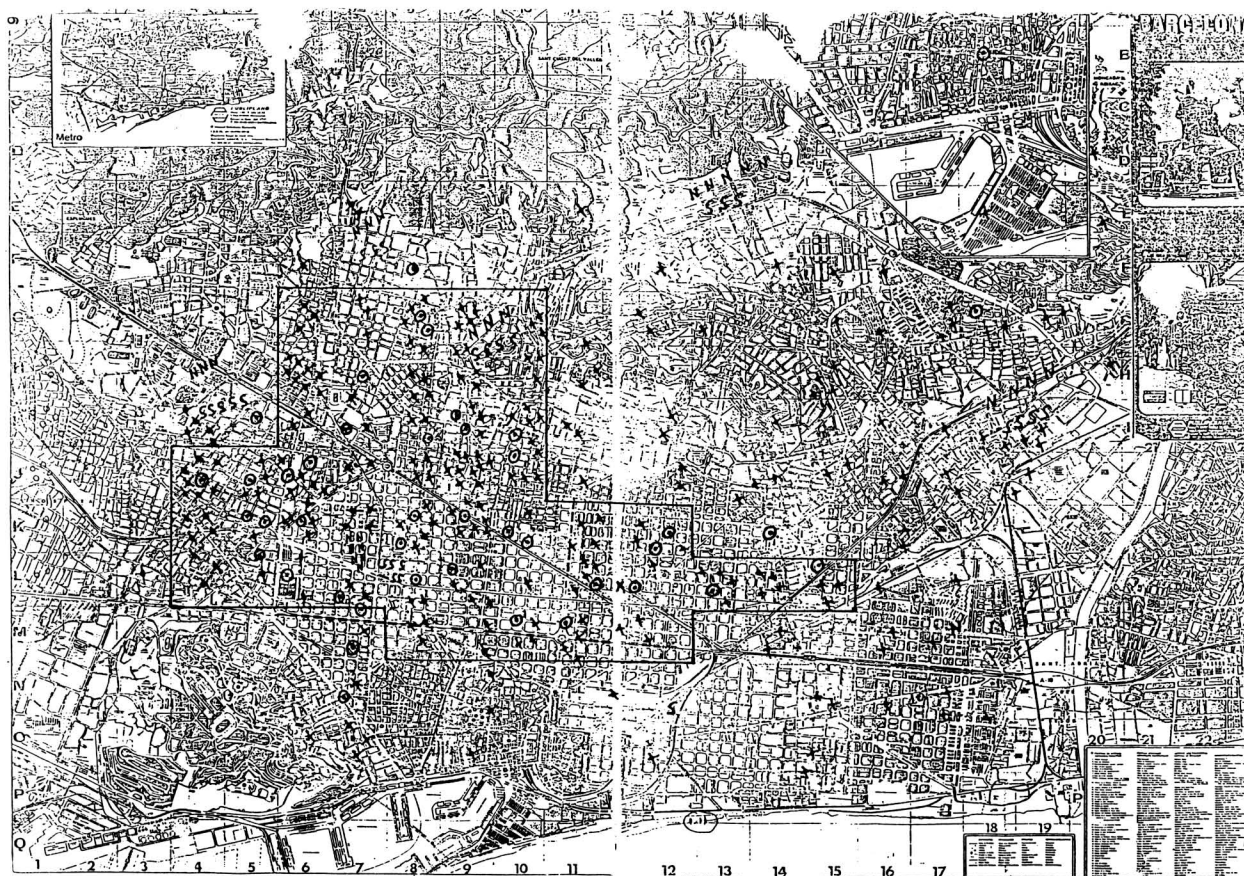
• El 1989 el nombre d'usuaris era d'uns 150.000, la qual cosa suposa un 8% de la població. Un 45% són homes, un 40% dones, 10% nens i 3,7% nenes. Majors de 17 anys són el 85,7%, menors el 14,3%. Quant a

activitats, un 32,79% manifesten participar en una altra activitat a més de la principal (la que més participació assoleix és el culturisme, seguida del squash, la natació, la gimnàstica, el ballet, l'aeròbic) (Veure Gràfic 5).

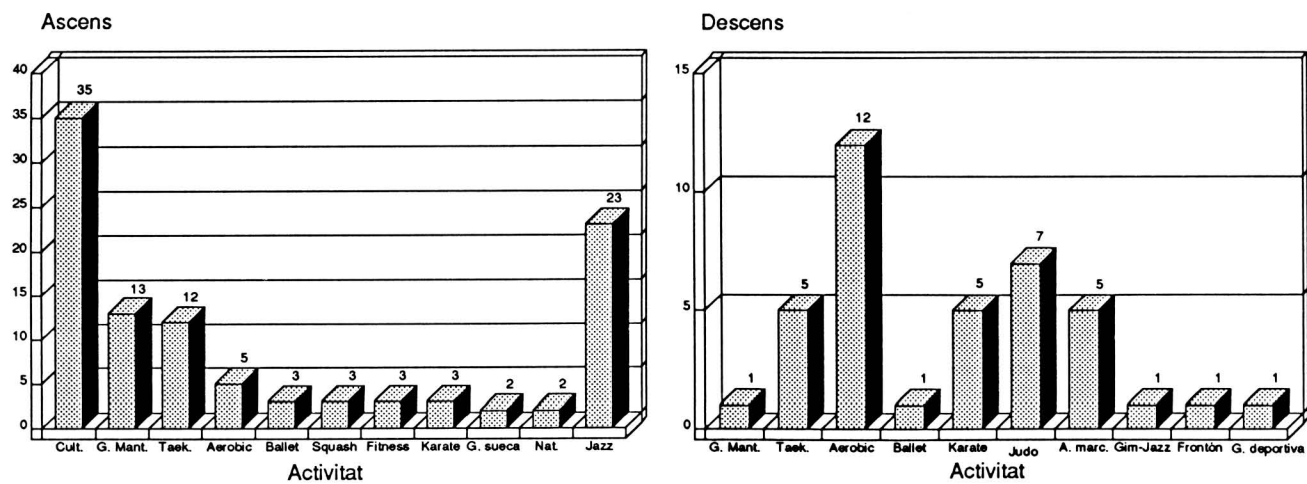
• La mitjana d'edat de l'usuari és de 26 anys; un 68% són solters i un 29% casats; un 43% té BUP o COU, un 22,58% estudis universitaris; estudis primaris només un 4,16%; procedeixen de 97 professions diferents. Un 64% té el gimnàs a menys d'un quilòmetre de la seva llar o treball. Un 34% porta en el gimnàs més de 2 anys, un 39% entre 6 mesos i 2 anys.

• Aquestes persones romanen unes 3 hores setmanals als llocs de reunió i dediquen al voltant de 8 hores a l'activitat física (34 minuts a activitats passives). El 76,61% prefereix que les sessions tinguin bastant intensitat. El 57,8% consideren l'activitat gimnàstica com una alliberació; el 34,27% com un món apart.

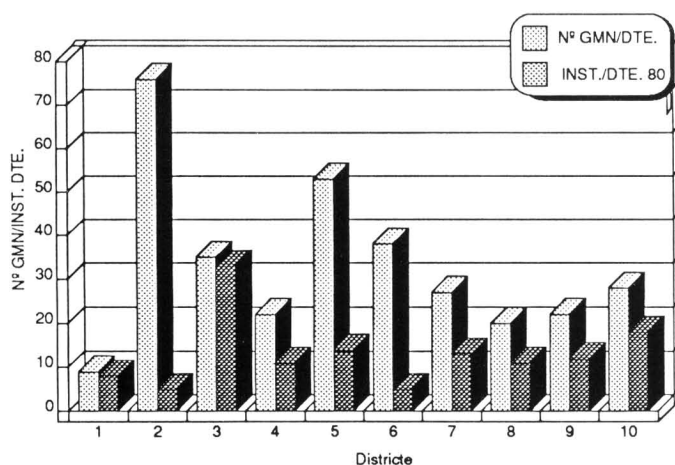
Plànol



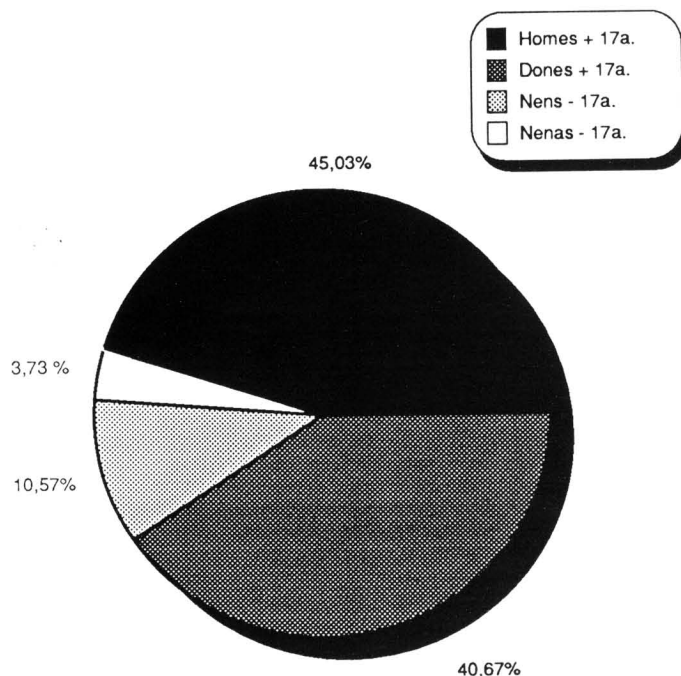
Gràfic 3.



Gràfic 4.



Gràfic 5.



Quant a les motivacions que porten a aquest usuari esmentat al gimnàs les més valorades són la forma física, la salut i l'aparença (Veure Gràfic 6) que coincideixen fonamentalment les dues primeres amb les del propietari o director: condició o forma física - salut, tot i que difereixen en la tercera: l'usuari col·loca a l'aparença, el propietari a l'alleujament de tensions. Ambdós col·loquen la lluita i la competició en el darrer lloc del ranking.

L'usuari matisa amb referència a la forma física que desitja tenir més agilitat i flexibilitat. Quant a la salut desitja una millora del benestar general, però concedeix menor importància a la millora de la condició cardiovascular. Respecte a l'aparença física el desig més estès és la millora local d'alguna part del cos (26,7%) en particular de la cintura (entorn d'un 26%). Uns i altres procediments portem a les següents consideracions generals: 1.- Les noves activitats físiques tenen un caràcter sincrètic i eclèctic (Veure Taula 6).

S'han estès a una gran part de la població. La competició va quedant postergada. L'esport federat -les llicències del qual s'estanquen mentre la població creix- agrupa a un 6% de la població catalana; mentre que l'activitat oferta pel gimnàs -encara en creixement- afilia un 8% dels habitants de Barcelona. També és significatiu el fet que l'esport federat compti amb un 80% d'homes, mentre que en l'activitat estudiada ambdós sexes estan molt equiparats (53/47).

És destacable aquesta recerca de benestar que rep la major puntuació en l'apartat de la salut. D'altra banda, el 67,7% dels usuaris enquestats manifesten trobar-se millor, més realitzats, després de l'assistència regular al gimnàs. Decididament el físic i el psíquic es troben avui molt associats. És un canvi qualitatiu important que permet de compaginar la comoditat i la seguretat amb l'esforç i el natural amb el tecnològic.

2.- La situació urbana de gimnasos i instal·lacions esportives, les preferències per sexes de diferents activitats, el distint tractament de l'esport

distribució sectorial d'unes i altres, ens van donant compte d'una gestió, evolució i desenvolupament d'aquest aspecte de la cultura corporal que va configurant una mena de cosmogonia urbana que es van teixint, com indicava Foucault, a partir de les estratègies que resulten d'eficàcia. Aquesta gestió apareix molt marcada per les lleis del mercat, per la lògica econòmica: el conjunt més ampli de practicants d'activitat física, la major i millor localització dels espais, pertany al sector privat. Aquesta ordenació i complementarietat es va orquestrant segons les lleis del sistema: els diferents estrats atenen a les seves peculiars demandes segons els propis recursos i interessos (Veure Taula 7).

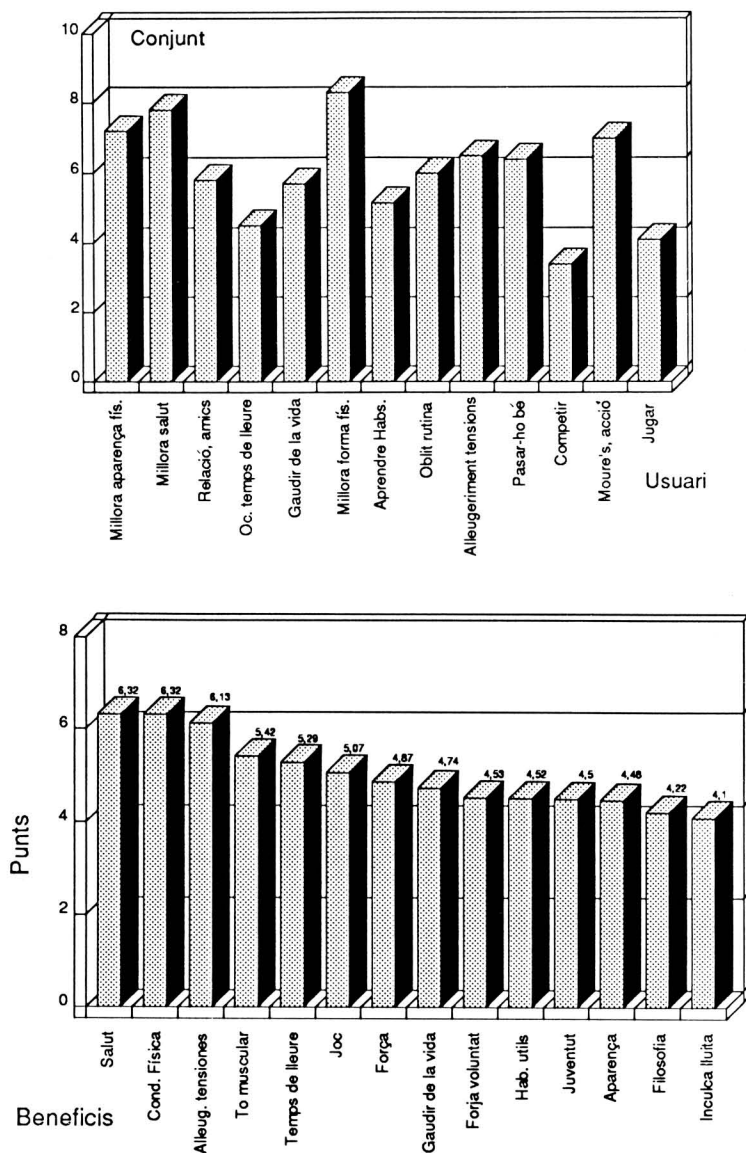
3.- Sembla fer-se evident un origen comú principal i més influent en el nucli general de motivacions que té l'usuari mig. Certs fets ho van confirmant:

a) Les motivacions entre els practicants de diverses activitats o entre homes i dones no reflecteixen diferències massa ostensibles o notables. Més aviat, denoten uns interessos comuns.

b) En la base d'aquests interessos resalta el que és visible, mostrable. És a dir, sobresurt la importància que té un determinat tipus d'imatge:

b.1). En primer lloc una imatge que respon a uns cànons de bellesa: esvelta, muscularment tònica, una mica bronzejada, juvenil. Aquest desig ho confirma el fet que el *body-building* (construcció del cos) sigui l'activitat més en auge i la més practicada si es tenen en compte l'activitat principal i la complementària. El seu objectiu explícit, manifestat sense cap disfressa, és modificar el cos segons els desitjos del practicant en el menor temps possible. D'altres activitats, com el ioga, les arts marcial, el ballet, les finalitats de les quals són més filosòfiques, més tècniques o més estètiques són en un acusat descens: la imatge no és el seu afany primordial. A aquest símptoma s'uneix la proliferació de la sauna i el bronzejat i

Gràfic 6.



també la constatació que l'usuari incrementa la seva activitat física en primavera, just abans que els cos es descobreixi.

b.2). Per altra banda, encara que objectius com la "forma física" i la "salut" tinguin una valoració per part de l'usuari més gran a l'"aparença física", quan es matisen deixen traslluir que allò que "es deixa veure", que pot ser mostrat exteriorment, és més estimat. De la

forma física es destaca la flexibilitat, la gracilitat de moviments; de la salut el reflex d'un benestar general, molt poc una millora de la condició cardiovascular o el procurar-se defenses orgàniques. Com ja s'ha dit, els aeròbics són en retrocés. Sembla refermar-se la noció que es ponderen les característiques del *fitness* que resulten més visibles: pes adient, caminar flexible, dinamisme, energia, disposició a l'acció.

Sincretisme en les activitats

INNOVADORES I TRADICIONALS ahora:

gimnàstica + música = aerobí, gym-jazz.
peses + tecnologia + nova orientació = body building.

- CONJUGUEN COOL I HARD
- CONJUGUEN ACTIVITAT I COMODITAT
- CONJUGUEN EL NATURAL AMB LA TECNOLOGIA.

Progressivament va prenent forma i figura, configuració, *gestalt*, la preferència i el desig envers un model de cos semblant al que la publicitat de productes comercials baixos en calories i d'altres verteix als seus missatges mediàtics: esvelt, en plena acció, motriuement hàbil (llisca per la platja, esquia per la neu, navega), en constant demostració de vitalitat, seductor, amant de la natura, juvenil, alegre, lúdic, a cavall entre la seguretat, el status i l'aventura. En suma, bastant més pròxim al *Californian look* que no pas al *physical fitness*. És com si les característiques del *fitness* s'haguessin tamisat per la *felicitat mítica* que blasona la societat de consum i que amaga qualsevol indici o sospita de malaltia, vellesa, decadència o mort, deixant passar només allò que resulti agradable. No n'hi ha prou amb estar-hi en forma, cal que aquesta sigui visible.

4.- Tot el dit al punt 3 ajuda a comprendre que els hàbits higiènics de vida no es modifiquen substancialment (begudes alcohòliques, tabac, ús de l'automòbil), així com la minva del interès per la condició cardíovascular. Aquesta imatge -no només de bellesa, sinó també de vitalitat, acció, actitud juvenil i narcisisme- té un enorme pes específic. Sembla bastant cert que els missatges publicitaris mediàtics pa-

trocïnats per la societat civil contribueixen a modificar les actituds de manera molt més eficaç que les campanyes generalment intimidatòries i catastrofistes dels estaments governatius. Els propietaris consideren que els factors que més condicionen la creixent atenció al cos són el creixement del lleure (31/90) i el recolzament o suport publicitari que té (25/90). Els fullets publicitaris dels seus locals es dediquen principalment a exhibir les característiques del gimnàs (instal·lacions, ofertes, professorat, ambient, serveis) i gairebé no a enginyar frases felices.

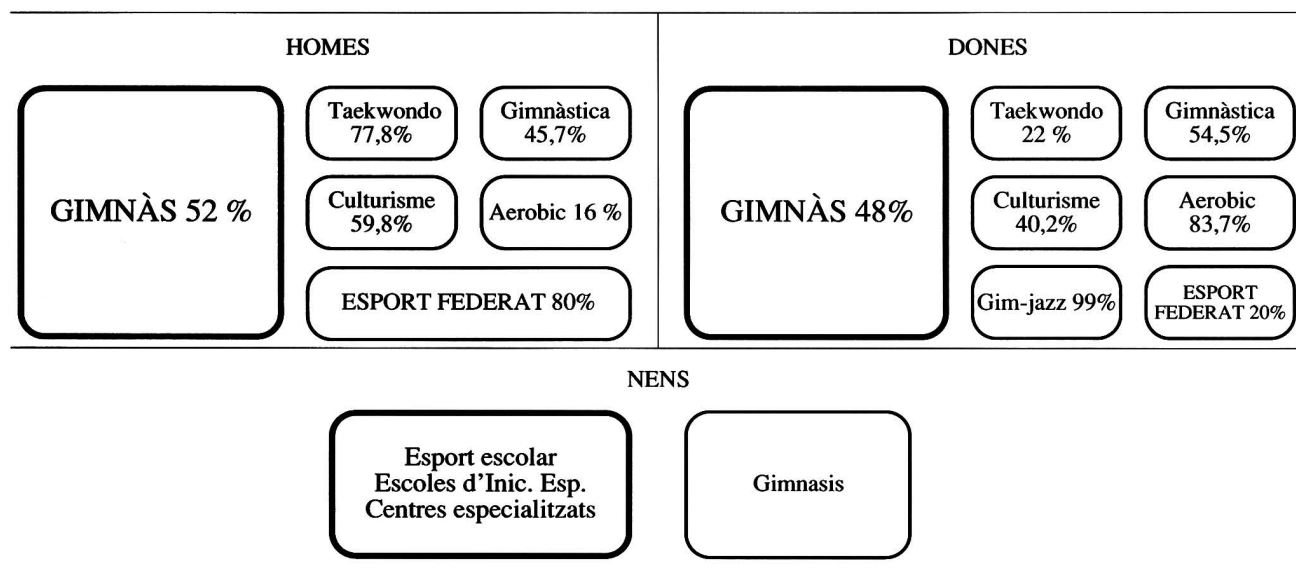
En resum, sembla resultar més eficaç per a la societat civil i per a la sanitat estatal aprofitar o apel·lar a la imatge que no pas a altres informacions, missatges, motius, finalitats més autèntiques i que podrien ser més enriquidores per a l'ésser humà. Aquest *fitness* retocat ve en la mateixa oferta que el *body-building* o l'*aeròbic*, d'ascendència californiana, formada pel *California look*, apropant-se a aquesta ortopràxi que juntament amb productes industrials, a béns de mercat, adjunta modes de vida concomitants. El tractament del cos que comporta resulta el d'un cos obedient, un cos objecte i homogeneitzant. És evident que molts han llançat les campanes al vol amb massa pressa en veure que creixia l'atenció envers l'activitat física. Des

de l'esfera del consum tal fet és digne de celebració, però no ho és per a l'educació. Com ha vingut indicant el doctor Alejandro Sanvisens fa temps i es reflecteix principalment en la seva obra *Cibernética de lo humano*, i el doctor Miguel Martínez va mostrar magistralment al *I curs de doctorat de Motricitat Humana* referit a l'educació física, per optimitzar l'individu és important l'adaptació -adaptar-se a un sistema establert des de fora-, però per completar la realització de l'individu cal que aquest es projecti -tenir capacitat per ordenar el que l'envolta- i s'introjecti -ésser conscient d'un mateix. L'activitat estudiada ens parla amb excés d'adaptació: aquesta valoració supereminent de la imatge evoca els fenòmens i conductes estudiats per l'antropòleg Harris. Són actes aparentment irracionals que fan un enorme servei ecològic-econòmic al grup, sense que l'individu se n'adoni. En una època que sembla ésser reconduïda per la ciència, el grau de desenvolupament epistemològic de l'individu occidental respecte al seu cos hauria de ser una mica més gran.

L'activitat física estudiada, doncs, presenta beneficis i inconvenients (Veure Taula 8).

Ara bé, el que per un cantó pot resultar una mica descoratjador, per l'altre permet tenir esperances: l'educació física, l'educació i la pedagogia tenen una bonica tasca per fer en aquest camp. Han de maldar perquè l'educand elabori un cos propi, augmenti la consciència ordinària i l'autoreflexió i s'optimitzi. De cara a la formació del professorat cal indicar que el coneixement d'activitats en auge com l'aeròbic, el body-building, etc. no és molt important, encara que, és clar, no destorbi. Més interessant fóra conèixer els aspectes socio-culturalitzadors de l'activitat física i adreçar-los cap al millor assoliment dels processos megantropics, tan necessaris en una època amb un alt nivell d'incertesa. Si la nostra societat s'emplaça en un món de creixent incertesa, informació i pluralisme, en el qual la capacitat de prendre decisions i treballar flexiblement en grup són tan necessàries, no és gens afor-

Taula 7.

TENDÈNCIA A LA COMPLEMENTARIETAT, ORDENACIÓ.

tunada una adaptació irreflexiva. Des de l'àmbit del que concerneix a la cultura corporal aquest estudi comprèn i redunda en la importància que l'educand -des de l'educació formal de l'escola a la informal i no-formal del gimnàs- deixi de tractar el cos

com a quelcom parcel·lat i conegui, es relacioni, construeixi el seu *propis*, un cos que l'ajudi a situar-se en el món de forma global. Aquest és l'enorme paper socioculturalitzador dins d'una societat pluralista i humanitzant.

Desitjo haver aportat quelcom a tan suggestiva tasca i m'agradaria que aquest treball, almenys, susciiti les suficients inquietuts perquè futurs estudis indaguin en altres sectors no estudiats ací i que ajudarien a completar el quadre de la cultura corporal.

Taula 8.

BENEFICIS DE L'ACTIVITAT FÍSICA EN EL GIMNÀS

- S'ha popularitzat, no és patrimoni de cap èlit.
- Va proporcionant una certa informació (encara que molt de biaix) sobre el funcionament del cos.
- Ofereix més possibilitats d'oci.
- Proporciona salut, alleugera les tensions, contribueix a reduir les malalties de la civilització.
- Proporciona llocs de trobada, reunió, activitat lúdica.
- Permet sentir la incertesa del joc, l'emoció.
- Permet una proximitat més gran amb els altres.
- Etc.

RISCOS, INCONVENIENTS, PROBLEMES

- Molt centrada en la imatge, poc en d'altres possibilitats i valors de més relleu i humanitzadors.
- És símptoma d'una conducta molt adaptativa, poc introjectiva.
- És símptoma d'una ortopraxi que obeeix a unes lleis del mercat molt estrictes i severes.
- Està al servei d'un cos social, obediènt, que compensa els mals que el mateix sistema ha creat. No indueix a la crítica, la reflexió, la recerca del propi cos.