

# CULTURA Y CULTURA CORPORAL.

## Desarrollo y sentido cultural de la actividad física comercializada

*J. Miranda.*

*Profesor de Didáctica de la Educación Física - EUFP. EGB.*

### Motivación personal

El tema de este trabajo ha suscitado mi interés desde hace tiempo. Una veintena de artículos publicados relacionados con el papel del cuerpo en el contexto de nuestro tiempo viene a corroborarlo. Por otra parte, en los tres años que ejercí como profesor de Teoría de la actividad física en el INEF de Lérida anduve muy ocupado en conocer el concepto de cuerpo, su simbolismo, sus saberes y las gestiones que en torno a él se realizaban. Por aquel entonces se debatía el contenido curricular para un nuevo Plan de Estudios y era frecuente motivo de contraste el tratamiento que de todas las nuevas tendencias y actividades

corporales debía observarse desde el INEF. En la actualidad, como profesor de Didáctica de la EF en la EUFP.EGB de la U.B. constato diariamente la importancia de la comunicación corporal como soporte de la formación del alumno.

También mi actividad profesional y personal en gimnasios privados y mi acercamiento al usuario medio me ha venido suscitando interrogantes e inquietudes: el cuerpo parece haber pasado de ser el “hermano asno” de la tradición judeo-cristiana a ser uno de los protagonistas de la escena cultural, social y económica actual. ¿Qué significado, qué sentido cultural tiene ese auge de la actividad física? Aproximarse al filo de esta respuesta me

permite saber lo que el practicante conoce y enfocar la orientación profesional del alumno hacia una formación más humanista. Ambos —profesor y usuario— pueden encaminar su cometido hacia un mayor autoconocimiento y realización personal.

En esta posible mejora radica mi interés principal por el tema.

### Interés objetivo del tema

Que el interés objetivo del tema es grande es indudable; sus manifestaciones son múltiples:

Desde el mundo académico se ofrecen ciclos de conferencias sobre “Cultura corporal. Los intelectuales y

el cuerpo" -1988- (Pedro Laín Entralgo, Finkielkraut, Barnes, Eco, Vattimo, etc.); el ciclo sobre El Deporte de Unisport en Valencia (1988) impartido, entre otros, por el doctor Martínez y el doctor Máscaro, de la UB; artículos en la prensa más leída del país de Benedetti, Duvignaud, Gubern, etc.; una considerable publicación de libros que tratan sobre el cuerpo y lo adjetivan (cuerpo enseñado; c. mirado y juzgado; c. arma política; c. perdido; c. tatuado, etc.) y lo convierten en objeto de numerosos discursos (Pedro Laín Entralgo, Lipovetsky, Maisonneuve, Cagigal, Bröhm, Lasch, Foucault, Baudrillard, Brown, Cardin, Picard, Bernard, Goffman, etc.).

Y es que el cuerpo se constituye en objeto de consumo que se cuida, se rejuvenece, se viste, se calza, usa enseres deportivos, se perfuma, se relaja, se divierte, seduce y se mira, precisamente en un tiempo en que la imagen en movimiento ha alcanzado tan elevado índice de influencia. El cuerpo se revela también como anclaje en una era que ha sido denominada Era de la ansiedad, Era de la incertidumbre, Era del vacío, tras haber perdido las grandes trascendencias su basamento tradicional y abrirse unas perspectivas inciertas, que oscilan desde una postcivilización y Era de Oro hasta la autodestrucción de la especie humana.

En tal coyuntura la preocupación por la actividad física ha convertido al gimnasio, el jogging, el deporte californiano, las vacaciones activas, el turismo verde, etc. en algo habitual e intensamente demandado. Recientemente el Ajuntament de Barcelona creó una sección en el teléfono 010 para atender a las numerosas preguntas que los ciudadanos planteaban con respecto a una determinada actividad física en su entorno. También se ha tenido ocasión de ver películas como *Perfect* que dan cuenta del fenómeno y exponen explicaciones sacadas de concienzudos estudios. Hace tan sólo unos meses, uno de los programas de más audiencia nacional, *Tribunal Popular*, enjuició el *Culto al cuerpo*. En educación, merced al impacto de la Olimpiada del 92, se creó en 1988 el Plan de Extensión de la EF, dotado con 45.000 millones de pesetas con el

fin de formar profesores especialistas de EF y dotar a los colegios de instalaciones y material apropiados. Gracias a él, nuestro departamento ha propiciado dos cursos de post-grado en EF.

En resumen: desde el ángulo educativo, intelectual, social, económico, cultural, el cuerpo es objeto de tantas atenciones y usos que su culto deviene auténtico fenómeno social. Su interés objetivo queda bien patente.

## Objetivos del estudio

Motivado por los beneficios que el trazado de un marco teórico contenedor de la cultura corporal pudiera aportar para el diseño de nuevos planes de estudios y para el enfoque de las nuevas actividades físicas en la formación del licenciado de EF y del profesor de EGB y, por otro lado, desde el punto de vista estrictamente personal, deseando averiguar lo humanizador o alienante de estas prácticas, mi propósito gira sobre la *aproximación al sentido cultural* —conocimiento de la concepción del mundo que suponen, nivel de conciencia del grupo, modos de vida— de la actividad física comercializada, de las lógicas que la atraviesan, los ejes sobre los que se configura, sus grados de relación con otros fenómenos culturales de mayor envergadura.

Soy consciente de que es un propósito muy amplio y ambicioso, pero como quiera que ésta era de las primeras tesis que desde un doctorado de EF iba a leerse y después de recibir el *feed-back* de mis alumnos de seminario y la calibración repetida de las personas que hacían gimnasia de mantenimiento bajo mi tutela, comprobé que el estudio demasiado específico no satisfacía mis interrogantes e inquietudes y daba una cuenta muy parcial del fenómeno.

Por ello opté por proceder a un análisis teórico de la cultura de nuestro tiempo y sus tendencias, y seguir y relacionar con ella los principales movimientos (movimiento del Physical fitness, movimiento corporalista, movimiento del Potencial Humano) y también aquellos núcleos de actividades o actividades independientes como el

*body-building*, el *aerobic* y los aerobios, las gimnasias suaves y los nuevos deportes adaptados o californianos que por sí mismos tienen peso específico.

Para refrendar algunos de los planteamientos surgidos del análisis teórico procedí a un estudio empírico que, evidentemente, habría de ser mucho más específico. Resultando obvio que no podía estudiar todo el proceso, amplitud y manifestaciones de la cultura corporal opté por estudiar determinados aspectos en la ciudad de Barcelona. Por un lado, como indican Boix, Millet y Puig en su estudio sobre instalaciones deportivas en las comarcas de Barcelona, "en las zonas más urbanizadas se acerca a la situación de otros países europeos" y, por tanto, su conocimiento nos acerca al paradigma de una gran urbe europea. Dado que el núcleo más importante de la cultura corporal se va hilvanando en torno a la sociedad de consumo de masas elegí para mi estudio el gimnasio privado por su carácter de transformado y abundante producto cultural promocionado por la iniciativa privada, extendido a gran parte de la población y que precisa de nuevas instalaciones y elementos, en conformidad con las exigencias dominantes. El período de 1940-89 da una cierta perspectiva histórica. Ni qué decir tiene que la contrastación de estos datos con los de sectores como psicoterapias corporales, centros de expresión corporal, deporte escolar, actividad física municipal, nuevos deportes, etc., hubiera enriquecido en gran medida esta investigación. Sólo puedo decir que en el caso de la psicoterapia lo intenté, pero pese a haber estudiado cinco años en centros de Barcelona ni siquiera me contestaron; también me interesé por la actividad municipal, pero al ser la gestión en su mayoría indirecta los datos son escasos. Por ello preferí dedicarme a un solo objetivo y en la medida de lo posible relacionarlo con algunos datos existentes en otros sectores.

## Metodología empleada

En conformidad con mi objetivo la metodología fue (Ver Tablas 1 y 2):

Tabla 1. ANÁLISIS TEÓRICO

<b>ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Ecléctico:           <ul style="list-style-type: none"> <li>• norteamericano</li> <li>• europeo</li> <li>• revistas representativas de movimientos y actividades</li> </ul> </li> </ul>	<b>TENDENCIAS CULTURALES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- modernidad</li> <li>- cultura de masas</li> <li>- contracultura o underground</li> <li>- posmodernismo</li> </ul>
<b>DESDE:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>la cultura concebida como:           <ul style="list-style-type: none"> <li>- concepción, interpretación del mundo.</li> <li>- nivel de conciencia</li> <li>- modos de vida</li> </ul> </li> </ul> <b>Teniendo en cuenta:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la cultura implícita</li> <li>- la cultura explícita</li> <li>o bien</li> <li>- la adaptación:           <ul style="list-style-type: none"> <li>• tecnológica</li> <li>• social</li> <li>• ideológica</li> </ul> </li> </ul> <p>(Radcliffe-Brown, V. del Toro) (Tecnosfera, sociecosfera, infosfera. Toffler.)</p>	<b>EL CUERPO Y SUS SABERES</b> <b>el cuerpo social</b> <b>MOVIMIENTOS, PRÁCTICAS:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Mov. Potencial Humano</li> <li>- Gimnasias suaves</li> <li>- Aerobios</li> <li>- Physical Fitness</li> <li>- Body-building</li> <li>- Deporte californiano</li> </ul>

LÓGICA Y EJES

Tabla 2. ESTUDIO EMPÍRICO

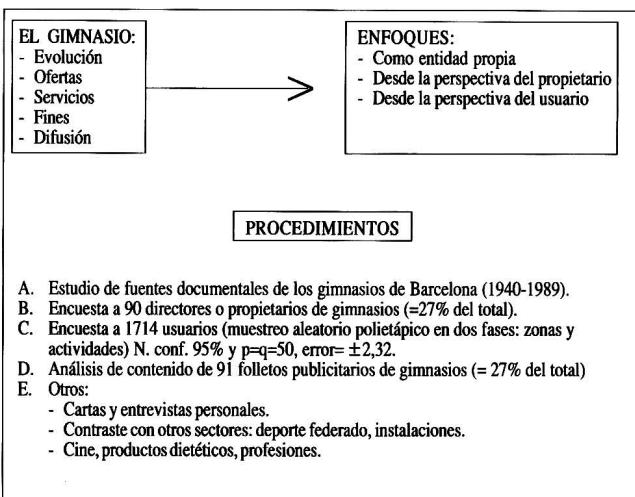


Tabla 3.

GIMNASIOS	SALAS TERAPÉUTICAS	DEPORTES ADAPTADOS	PARQUES RECREATIVOS
1-2 horas diarias. 3-5 días/semana.  Períodos cortos.	2-5 horas/semana. Fines de semana. Eventualmente vivencias de una semana en marco natural.	Fin de semana. Vacaciones.  Períodos intermedios y largos.	Fin de semana Día de asueto. 1 día de vacaciones. Períodos intermedios.
Casco urbano. De 150 a 5.000 m <sup>2</sup> Pequeños a grandes.	Casco urbano. De 8 a 120 m <sup>2</sup> . Pequeñas.	Entorno natural: montaña, playa, campo. Muy grandes.	Afueras de la ciudad. Muy grandes.
Ropa distinta. Ambiente dinámico. Colores cálidos. Personas distintas.	Descalzo, a veces cambio de ropa. Ambiente y colores suaves. Personas distintas.	Ropa, ambiente, materiales, ciudad. A veces, hasta de nación o continente. Incluso idioma, costumbres. Gentes, horarios.	Decorado, mundo de ficción. Personas (aunque suele haber poca comunicación con ellas).
Moverse, correr, saltar, pelearse, bailar (de acuerdo con la práctica).	Insultarse, tocarse, abrazarse, acariciarse, pegarse (simbólicamente). Expresarse, ser sincero, gritar, llorar, reír.	Contacto con la naturaleza (aunque haya un objeto transicional por medio). Probar, experimentar con el equilibrio.	Usar instalaciones recreativas. Divertirse, solazarse.
N. de movimiento. N. de mejora física. N. de mejora de la propia imagen. N. de seguridad. N. de pertenencia a un grupo.	Equilibrio personal, armonía N. de afecto. N. de expresión. N. de atención. N. de autorrealización.	N. de contacto con la naturaleza. N. de ocio. N. de emoción. Novedad, aventura, emoción en el riesgo. Cambio general.	Diversión. Entretenimiento. Solaz.
Culturismo, aerobic, gimnasias, artes marciales, gym-jazz, etc.	Psicoterapias corporales. Expresión corporal.	Wind-surf, ultraligeros, ala-delta, puenting, rafting, piragua, etc.	Parques de Atracciones. Parques Acuáticos.

Tabla 4.

L. FILANTRÓPICA	L. CIENTÍFICA	L. MERCANTIL	L. SANIDAD ESTADO
Revistas, libros, conferencias, cursillos.	Comités. Revistas especializadas, Universidad, prensa, libros.	Difusión masiva a través de todos los medios de comunicación. Amplios medios publicitarios	Difusión masiva a través de todos los medios de comunicación. Abundantes medios propagandísticos.
Concepción mejor del mundo y del hombre. Conciencia universal y cósmica.	Conocimiento objetivo. Verdad científica. Hechos comprobables.	Venta, negocio de: ropa, productos dietéticos y alimentación en general, gimnasios, videos, películas, accesorios deportivos, calzado, vacaciones, recreación.	Ahorro en el presupuesto sanitario. Descenso de la mortalidad y morbilidad. Mejora de la calidad de vida.
Grandes cambios.		Cambios inmediatos, visibles y alcanzables. Generalmente transforman en objeto de mercado una necesidad más profunda.	Mejores hábitos de vida. Menos accidentes. Más expectativa de vida. Estilo de vida sano. Cambios duraderos.
Apelan al sentido humanitario del hombre. Recurren a la imminencia de posibles catástrofes. ANIMAN Y CONCIENCIAN, SON HUMANITARIOS, aunque redentores y paternalistas en ocasiones.	Desean conocer hechos y leyes.  SE BASAN EN EL LOGOS, SON RIGUROSOS.	SEDUCEN, CONVENCEN. Apelan a la necesidad humana de afecto y reconocimiento social y fomentan el estatus, pertenencia a un grupo. SE BASAN EN LO IMAGINARIO, LA FANTASIA, EL MYTHOS. Son amenos, divertidos, seductores.	SON INTIMIDATORIOS Y/O AUTORITARIOS (No hagas, haz). La fría estadística o el desastre subjetivo revelador de un hecho social extendido productor de muerte o enfermedad, son sus armas. UNEN LOGOS Y MYTHOS.

TIEMPO LUGAR CAMBIO PERIODICIDAD NECESSARIEDAD ACTUAL

DIFUSIÓN OBJETIVO

PROPIEDAD CLAVESES

CULTURALES

Gráfico 1.

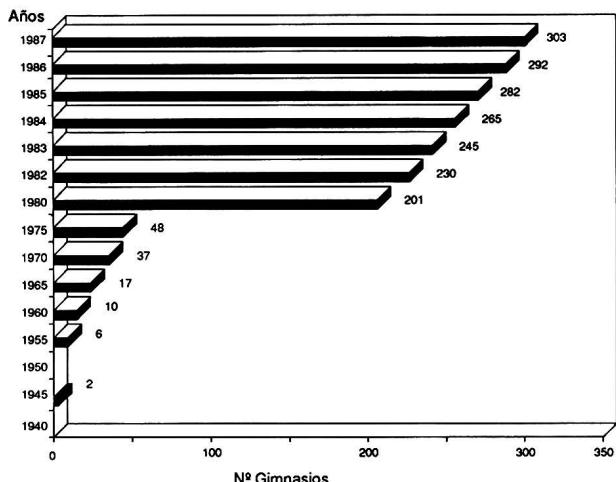
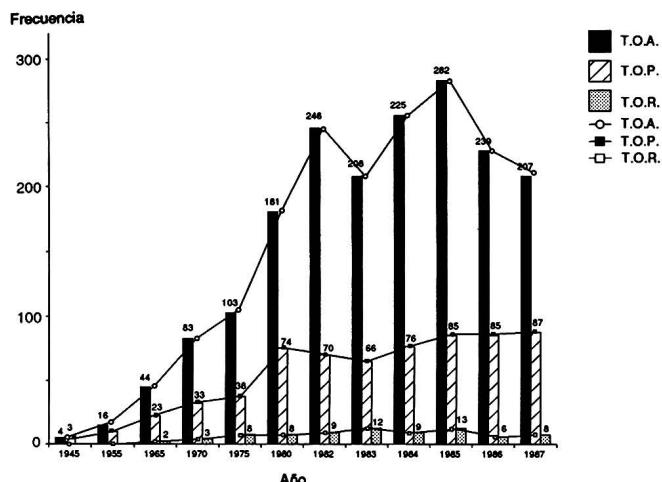


Gráfico 2.



El análisis teórico permite establecer relaciones, núcleos de hipótesis y lógicas dominantes sobre la cultura corporal de nuestro tiempo, que resumo: El proceso técnico, social y cultural de nuestro siglo nos brinda una perspectiva acerca de cómo por efectos del industrialismo la sociedad autosuficiente da al traste y el ámbito rural es sustituido por el urbano. El hombre, despegado de su tierra, su grupo y su cultura local reducidos, se sumerge en los complicados engranajes del sistema industrial urbano, en un terreno donde las sólidas matrices culturales tradicionales dejan de sustentarlo; hasta su percepción del medio social y su conciencia del yo se modifican. Estos hechos afectan a lo relativo al cuerpo: su cuerpo-uno, cuerpo natura, se fragmenta y se convierte en cuerpo parcelado, perdido, tatuado. El modernismo, en determinado momento, da un cierto sentido a la vida. Los acontecimientos del 1929 —la gran Depresión— y la posterior implantación de las teorías económicas de Keynes y el advenimiento de la sociedad de consumo de masas generan nuevos modos de vida motivados, en gran medida, porque el sistema, además de productores, necesita consumidores. Desde el reino de la necesidad, del lado práctico de la vida, se apuntan las soluciones de incrementar los salarios, crear el crédito y la venta a plazos, procurar subsidios de vejez. Pero igualmente se precisa atender al

lado imaginario, ideológico. La segunda colonización, la del espíritu, como fue denominada por Morin, hubo de fomentar actitudes consumistas. La ética puritana fue dejando paso a la ética hedonista y al *carpe diem*. Además, los medios de comunicación, de difusión planetaria, propiciaron una enorme influencia de la imagen en movimiento. Este sistema económico tuvo una gran aceptación y abrigó colosales esperanzas. Todo apuntaba a un progreso ilimitado, a una Era de la Opulencia, a la Sociedad del Bienestar. Pero los acontecimientos que dieron en provocar la crisis del petróleo de 1973 en un mundo ya escocido por la guerra del Vietnam y los sucesos del mayo del 68, fueron la ducha fría que avisaría que aquello no iba bien. De inmediato, se toma conciencia de la cara oculta del sistema, de la gravedad de la mala gestión, del agotamiento de los recursos naturales, del deterioro ambiental, de los límites del crecimiento, de la mala calidad de vida. Se entró en una crisis de civilización que hizo perder al hombre los elementos referenciales que le servían para situarse en el mundo. El consumo, no obstante, prosigue, pero en su segunda fase. Lipovetsky advierte que se trata de un consumo *cool*, no *hot*, inclinado hacia la esfera privada, la imagen, el ego, el ocio, la abundancia de modelos, amenizada a base de convivialidad, ecológismo y psicologismo.

Es de sumo interés no olvidar que en ese paquete de males advertidos de súbito en la sociedad industrial se encuentran las *enfermedades de civilización* o enfermedades degenerativas de la célula (enfermedades cardiovasculares, cáncer, diabetes, cirrosis) asociadas a los males hábitos (tabaquismo, sedentarismo, alcoholismo, malnutrición), las cuales, según la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico de las Naciones Unidas (1985, 86, 87) elevan la cota de gastos sanitarios a un tercio del presupuesto global.

El cuerpo, en este devenir, se revela, como ya se dijo, en un excelente producto de consumo para la esfera privada, el ocio, la imagen; como anclaje, ipseidad ante la incertidumbre. Además, su atención y cuidado puede reducir ostensiblemente los gastos sanitarios del Estado. El éxito del *fitness* y el *Lifestyle* no podían ser más esperados. Y esto ocurre en un tiempo en que, por demás, los modos de legitimación comienzan a levantarse sobre la aceptación rutinaria de las decisiones del sistema.

Todo ello nos induce a las siguientes consideraciones:

- Los movimientos y actividades físicas más relevantes de la escena de la cultura corporal están íntimamente relacionados con los procesos culturales concomitantes (especialmente con la cultura de los Estados Unidos de las tres últimas décadas).

- Las nuevas actividades físicas revelan el carácter sincrético, ecléctico, de la posmodernidad.
- La asociación entre ejercicio físico y trabajo psicológico, a la vez que marca una ruptura con el pasado, advierte de ciertas carencias:
  - Necesidad de contacto humano, de afecto, de relación
  - Falta de unión colectiva, de ritmo profundo (incluso a nivel de reminiscencia ancestral)
  - Necesidad de contacto con la naturaleza
  - Necesidad de movimiento
  - De mayor salud mental
  - De espacios libres y más permisivos.
- Los distintos movimientos y actividades aludidos, surgiendo en los momentos en que estas necesidades son mas advertidas, revelan su *servicio compensador*: todas ellas tienen su lugar, más o menos amplio, al que su usuario dedica un determinado tiempo (desde 2-3 horas/semana a las vacaciones estivales), una peculiar permisibilidad. Palian determinadas necesidades (Ver Tabla 3).
- Están atravesados por distintas lógicas formando sistema (Ver Tabla 4). El estudio empírico proporciona información del gimnasio y el usuario:

#### Gimnasio

El número de gimnasios crece con moderación entre 1945 y 1975, y desde entonces se dispara: 48 en 1975, 201 en 1980. En la década de los ochenta sigue incrementándose, pero con tendencia a la estabilización (Ver Gráfico 1).

Las ofertas activas superan con amplitud a las pasivas (sauna, masajes, solarium) y a las de rehabilitación (Ver Gráfico 2).

En estos últimos años se observa un cambio radical de denominación de actividades: pesas pasa a ser culturismo, gimnasia musical a aerobic, etc. Por otra parte, la cantidad y calidad de los servicios se hace notar (la ducha y calefacción de los años cincuenta es sustituida por salón social, restaurante, sauna, jacuzzi, etc.).

El cuadro de actividades por años (Ver Tabla 5) nos permite seguir la evolución: las "gimnasias", artes marciales, danzas y yoga van descendien-

Tabla 5. ACTIVIDADES POR AÑO

45	50	55	60	65	70	75	80	82	83	84	85	86	87	
0	0	12	0	30	47	46	62	79	60	87	90	68	46	GIMNs.
0	0	0	0	0	0	0	3	13	10	16	16	17	9	Gimnasia
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. dept.
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	Danzas
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	danza
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	Yoga y o.
0	0	0	0	0	1	2	13	16	16	12	6	8	6	yoga
0	0	0	0	1	1	2	1	3	5	10	18	18	21	Cultur.
0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	4	8	18	18	cult.
0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	pesas
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	Frontón
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	Depts.
0	0	0	0	0	3	2	6	5	3	6	6	5	5	equipo
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.clts.
0	0	0	0	1	2	0	1	4	4	6	8	9	11	Otros
2	0	6	10	17	37	48	201	230	245	265	282	291	303	Nº GA

do; el culturismo, aerobic crecen; deportes y piscinas se estacionan. En 1989 los propietarios consideraban que las actividades en ascenso eran el culturismo y el jazz. En descenso estaban el aerobic y las artes marciales (Ver Gráfico 3).

Según datos del Servei d'Informació Esportiva (SIE) y otros relativos a piscinas y pistas de squash de 1986-87 la ubicación urbana es (Ver Plano Barcelona).

En un 12,83% del suelo barcelonés se ubican el 57,45% de los gimnasios. Por distritos la distribución es como sigue (Ver Gráfico 4).

El porcentaje de superficie ocupado por el gimnasio es bastante elevado (33,33%) (1988-89).

La variedad y tipo de los gimnasios es alta: en superficie los hay que cuentan con 40.000 m<sup>2</sup> hasta los familiares de 50 m<sup>2</sup>. La superficie media es de 1.822 m<sup>2</sup>. En número de usuarios oscila entre más de 4.000 hasta 35; el promedio es de 391 usuarios/gimnasio.

#### Usuario

- En 1989 el número de usuarios de gimnasios era de unos 150.000, lo que supone un 8% de la población.

Un 45% son hombres, un 40% mujeres, 10% niños y 3,7% niñas. Mayores de 17 años son el 85,7%, menores el 14,3%. En cuanto a actividades, un 32,79% manifiestan participar en otra actividad aparte de la principal (la que más participación alcanza es el culturismo, seguida del squash, la natación, la gimnasia, el ballet, el aerobic) (Ver Gráfico 5).

- La media de edad del usuario es de 26 años; un 68% son solteros y un 29% casados; un 43% tiene BUP o COU, un 22,58% estudios universitarios; estudios primarios sólo un 4,16%; proceden de 97 profesiones distintas. Un 64% tiene el gimnasio a menos de 1 km. de su hogar o trabajo. Un 34% lleva en el gimnasio más de 2 años, un 39% entre 6 meses y 2 años.
- Estas personas permanecen unas 3 horas semanales en los lugares de reunión y dedican alrededor de 8 horas a la actividad física (34 minutos a actividades pasivas). El 76,61% prefiere que sus sesiones tengan bastante intensidad. El 57,8% consideran la actividad gimnástica como una liberación; el 34,27% como un mundo aparte.

Plano.

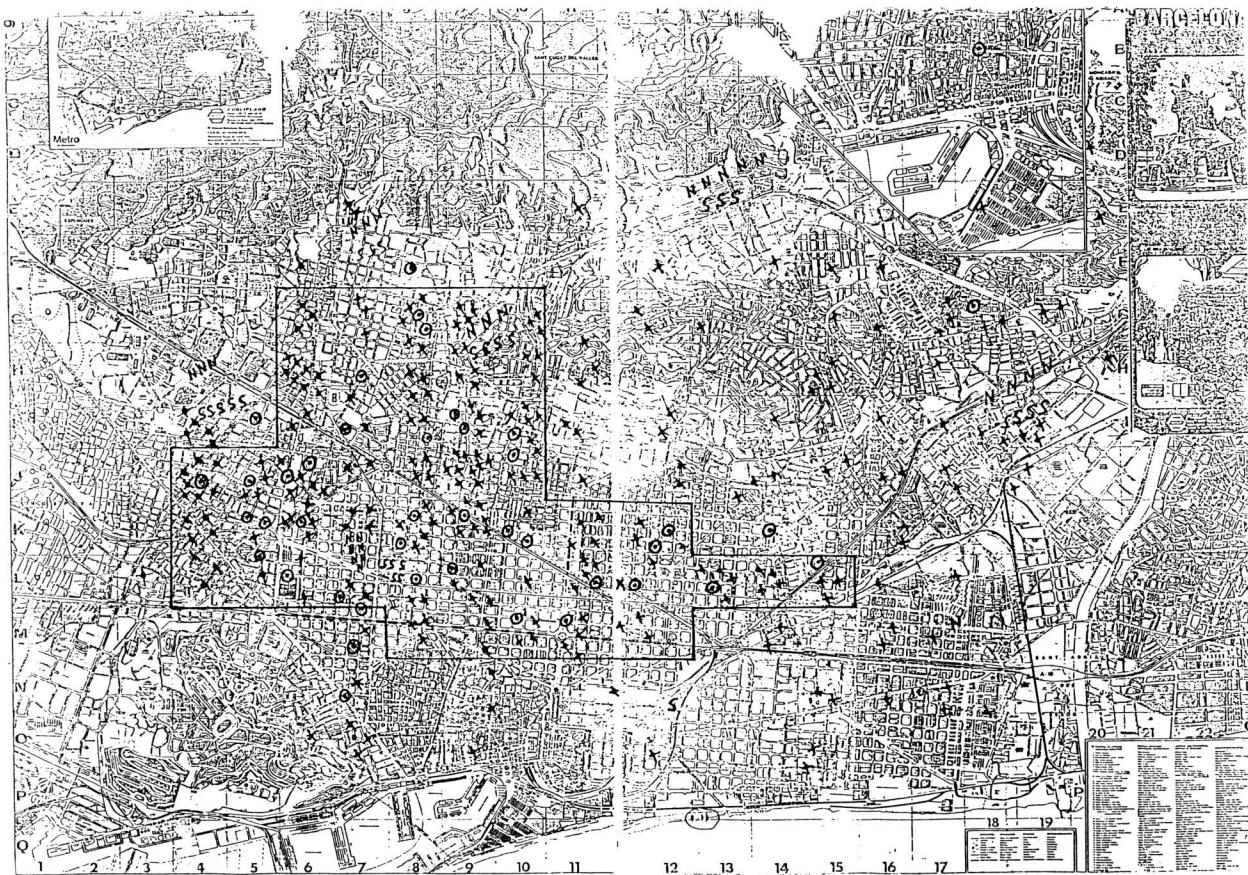
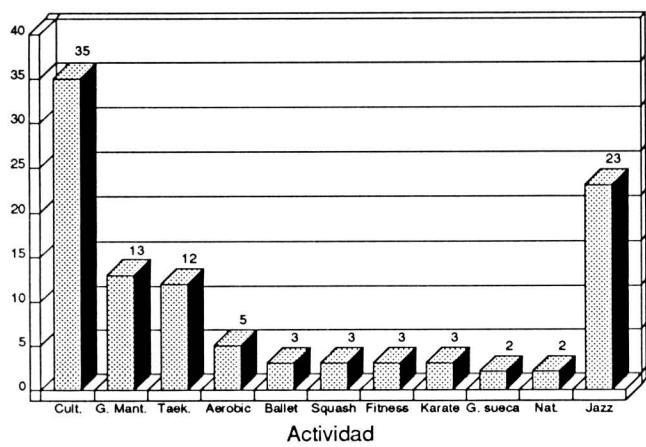


Gráfico 3.

Ascenso



Descenso

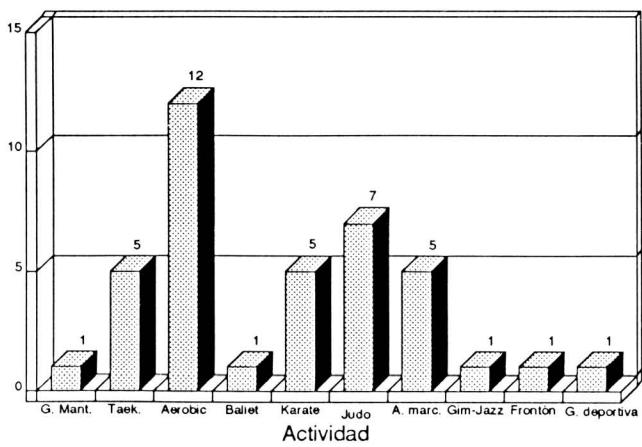


Gráfico 4.

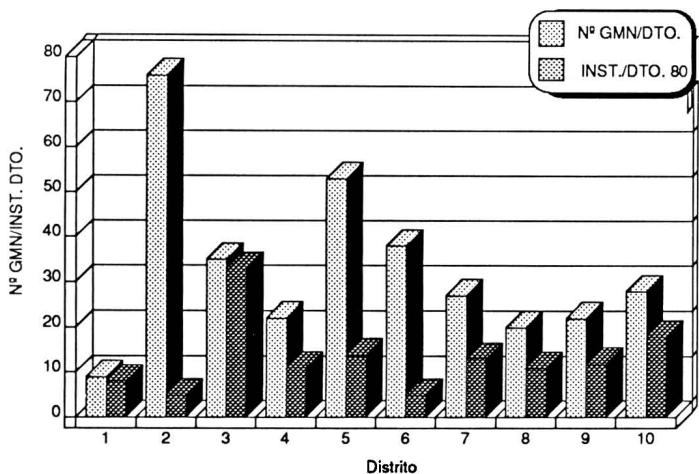
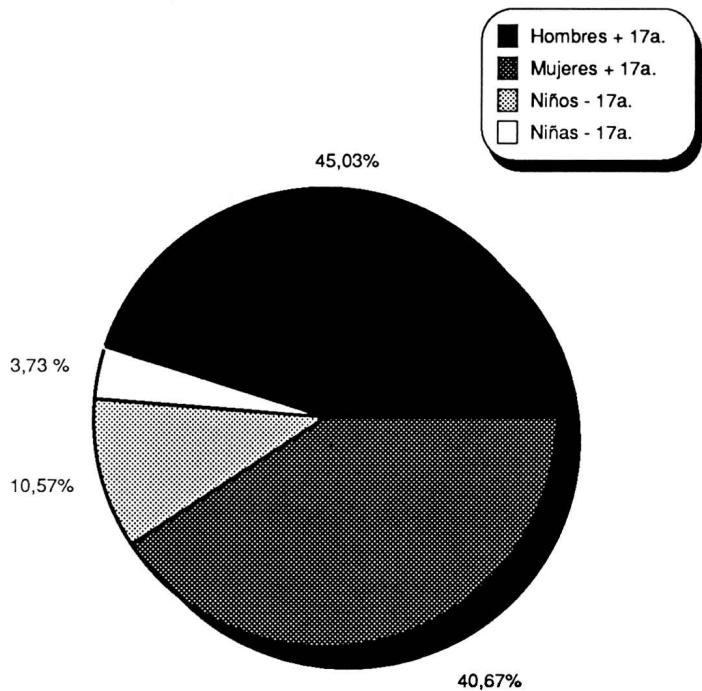


Gráfico 5.



En cuanto a las motivaciones que llevan a este usuario mencionado al gimnasio las más valoradas son la forma física, la salud y la apariencia (Ver Gráfico 6), que coinciden fundamentalmente las dos primeras con las del propietario o director: condición o forma física-salud, aunque difieren en la tercera: el usuario coloca a la apariencia física, el propietario al alivio de tensiones. Ambos colocan la lucha y la competición en último lugar del ranking.

El usuario matiza con referencia a la forma física que desea tener más agilidad y más flexibilidad. En cuanto a la salud desea una mejora del bienestar general, pero concede menor importancia a la mejora de la condición cardiovascular. Con respecto a la apariencia física el deseo más extendido es la mejora local de alguna parte del cuerpo (26,7%), en particular de la cintura (alrededor de un 26%).

Unos y otros procedimientos llevan a las siguientes consideraciones generales:

1.- Las nuevas actividades físicas tienen un carácter sincrético, ecléctico (Ver Tabla 6).

Se han extendido a gran parte de la población. La competición va quedando postergada. El deporte federado —cuyas licencias se estancan mientras la población crece— agrupa a un 6% de la población catalana; mientras que la actividad ofrecida por el gimnasio —aún en crecimiento— afilia a un 8% de los habitantes de Barcelona. También es significativo el hecho de que el deporte federado cuente entre sus filas con un 80% de hombres, mientras que en la actividad estudiada ambos性es están muy equiparados (53/47).

Es destacable esa búsqueda de bienestar que recibe la mayor puntuación en el apartado de la salud. Por otra parte el 67,7% de los usuarios encuestados manifiestan encontrarse mejor, más realizados, tras la asistencia regular al gimnasio. Decididamente lo físico y lo psíquico se hallan hoy muy asociados. Es un cambio cualitativo importante que permite compaginar la comodidad y la seguridad con el esfuerzo y lo natural con lo tecnológico.

2. - La ubicación urbana de gimnasios

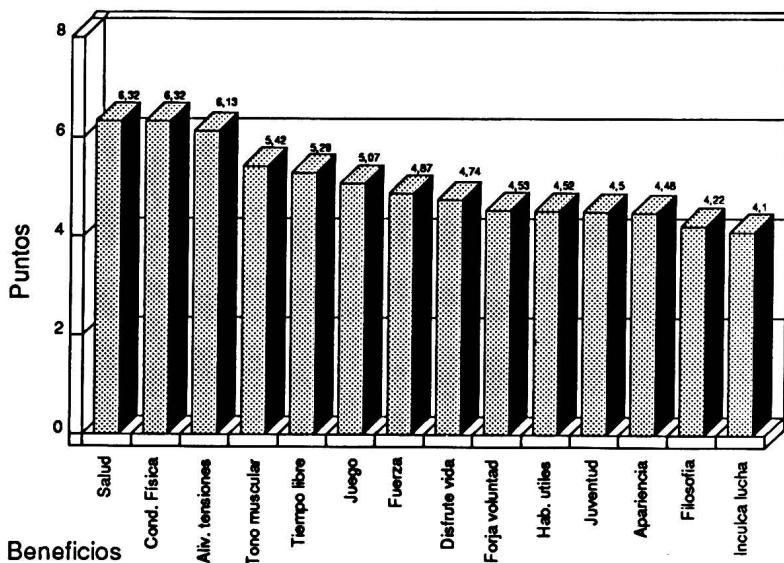
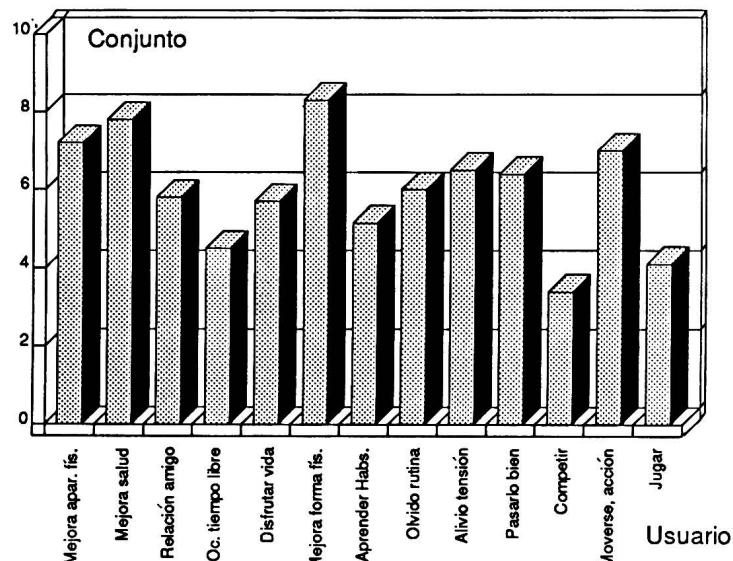
e instalaciones deportivas, las preferencias por sexos de distintas actividades, el distinto tratamiento del deporte escolar y la actividad física adulta, la distribución sectorial de unas y otras, nos van dando cuenta de una gestión, evolución y desarrollo de este aspecto de la cultura corporal que va configurando una especie de cosmogonía urbana que se va tejiendo, como indicaba Foucault, a partir de las estrategias que van resultando eficaces. Esta gestión aparece muy marcada por las leyes del mercado, por la lógica económica: el conjunto más amplio de practicantes de actividad física, la mayor y mejor localización de los espacios, pertenece al sector privado. Esa ordenación y complementariedad se va orquestando según las leyes del sistema; los distintos estilos atienden a sus particulares demandas según sus propios recursos e intereses (Ver Tabla 7).

3.- Parece evidenciarse un origen común principal y más influyente en el núcleo común de motivaciones que tiene el usuario medio. Ciertos hechos lo van confirmando:

a) Las motivaciones entre los practicantes de distintas actividades o entre hombres o mujeres no reflejan diferencias demasiado ostensibles o notables. Más bien, denotan unos intereses comunes.  
 b) En la base de esos intereses resalta lo que es visible, mostrable. Es decir, sobresale la importancia que tiene un determinado tipo de imagen:  
 b.1) En primer lugar una imagen que responde a unos cánones de belleza: esbelta, muscularmente tónica, algo bronceada, juvenil. Este deseo lo confirma el hecho de que el *bodybuilding* (construcción del cuerpo) sea la actividad más en auge y la más practicada si se tiene en cuenta la actividad principal y la complementaria. Su explícito objetivo, manifestado sin ningún disfraz, es modificar el cuerpo según los deseos del practicante en el menor tiempo posible. Otras actividades, como el yoga, las artes marciales, el ballet, cuyos fines son más filosóficos, más técnicos o más estéticos, están en acusado descenso: la imagen no es su afán primordial.

A este síntoma se une la proliferación de la sauna y el bronceado y también

Gráfico 6.



la constatación de que el usuario incrementa su actividad física en primavera, justo antes de que el cuerpo se descubra.

b.2) Por otro lado, aunque objetivos como "forma física" y "salud" alcancen una valoración del usuario algo superior a la "apariencia física", cuando se matizan dejan traslucir que aquello que "se deja ver", que puede ser mostrado exteriormente, es más apreciado. De la forma física se destaca

la flexibilidad, la grácilidad de movimientos; de la salud el reflejo de un bienestar general, muy poco una mejora de la condición cardiovascular o el procurarse defensas orgánicas. Como ya se dijo, los aeróbicos están en retroceso. Parece afianzarse la noción de que se ponderan las características del *fitness* que resultan más visibles: peso adecuado, andar flexible, dinamismo, energía, disposición a la acción.

Tabla 6.

**Sincretismo en las actividades**

**INNOVADORAS Y TRADICIONALES a la vez:**

gimnasia + música = aerobic, gym - jazz.  
pesas + tecnología + nueva orientación = body-building.

- CONJUGAN COOL Y HARD
- CONJUGAN ACTIVIDAD Y COMODIDAD
- CONJUGAN LO NATURAL CON LA TECNOLOGÍA

Progresivamente va tomando forma y figura, configuración, *gestalt*, la preferencia y el deseo hacia un modelo de cuerpo semejante al que la publicidad de productos comerciales bajos en calorías y otros vierte en sus mensajes mediáticos: esbelto, en plena acción, motrizmente hábil (se desliza por la playa, esquí por la nieve, navega), en constante demostración de vitalidad, seductor, amante de la naturaleza, juvenil, alegre, lúdico, a caballo entre la seguridad, el estatus y la aventura. En suma, bastante más próximo al *California look* que no al *physical fitness*. Es como si las características del *fitness* se hubiesen taminizado por la *felicidad mítica* que blasona la sociedad de consumo y que tapa o camufla cualquier asomo o resquicio de enfermedad, vejez, decadencia o muerte, dejando pasar sólo aquello que resulta agradable. No basta estar en forma, ha de resultar visible.

4. - Lo dicho en 3 ayuda a comprender que los hábitos higiénicos de vida no se modifiquen sustancialmente (bebidas alcohólicas, tabaco, uso del automóvil), así como el menoscabo del interés por la condición cardiovascular. Esa imagen —no sólo de belleza, sino también de vitalidad, acción, actitud juvenil y narcisista— tiene un enorme peso específico. Parece bastante cierto que los mensajes publicitarios mediáticos patrocinados por la

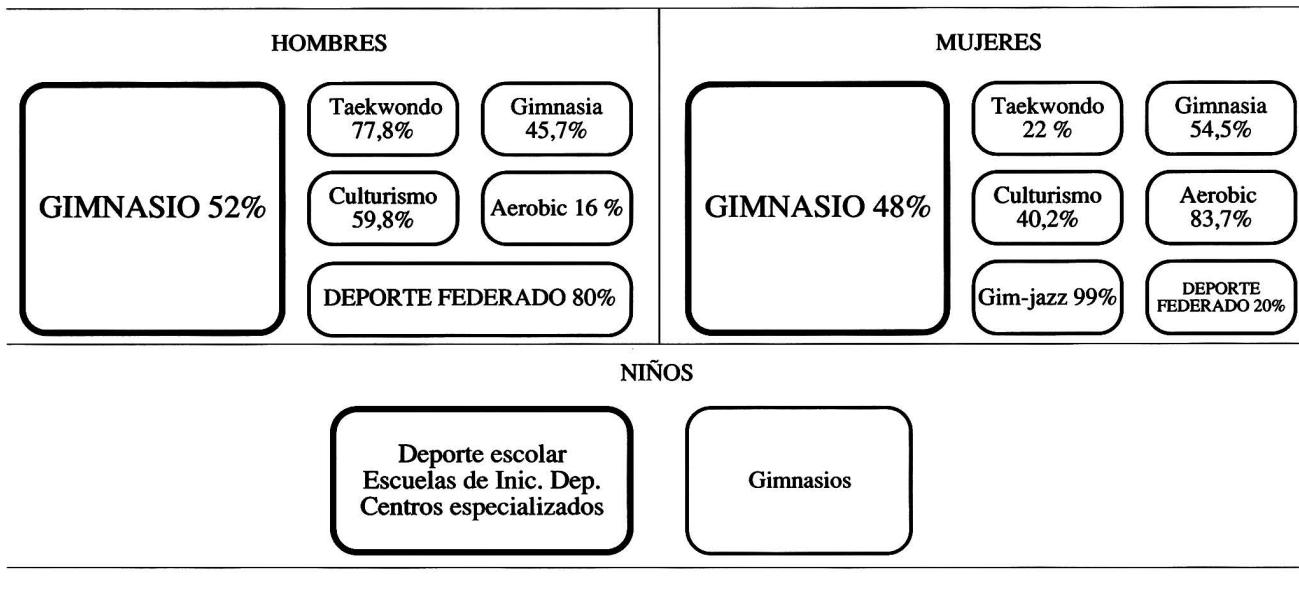
sociedad civil contribuyen a modificar las actitudes de modo mucho más eficaz que las campañas generalmente intimidatorias y catastrofistas de los estamentos gubernativos. Los propietarios consideran que los factores que mayormente condicionan la creciente atención al cuerpo son el crecimiento del ocio (31/90) y el apoyo o soporte publicitario con el que cuenta (25/90). Los folletos publicitarios de sus locales se dedican principalmente a exhibir las características de sus gimnasios (instalaciones, ofertas, profesorado, ambiente, servicios) y casi nada a ingeniar frases felices. En resumidas cuentas, parece resultarle más eficaz para la sociedad civil y para la sanidad estatal aprovechar o apelar a la imagen que no a otras informaciones, mensajes, motivos, fines más auténticos y que podrían ser más enriquecedores para el ser humano. Ese *fitness* retocado viene en la misma oferta que el *body-building* o el *aerobic*, de ascendencia californiana, formado por el *California look*, acercándose a esa especie de ortopraxis que junto a productos industriales, a bienes de mercado, adjunta modos de vida concomitantes. El tratamiento del cuerpo que conlleva resulta el de un cuerpo obediente, un cuerpo objeto y homogeneizante. Es evidente que muchos han lanzado las campanas al vuelo con demasiada premura al ver que crecía la atención hacia la activi-

dad física. Desde la esfera del consumo tal hecho es digno de celebración, pero no lo es para la educación. Como ha venido indicando el doctor Alejandro Sanvisens hace tiempo, y se refleja principalmente en su obra *Cibernética de lo humano*, y el doctor Miguel Martínez mostró magistralmente en el *I curso de doctorado de la Motricidad Humana* referido a la educación física, para optimizar al individuo es importante la adaptación —adaptarse a un sistema establecido desde fuera—, pero para completar la realización del individuo éste debe proyectarse —tener capacidad para ordenar lo que le rodea— e introyectarse —ser consciente de uno mismo. La actividad estudiada nos habla excesivamente de adaptación: esa valoración supereminente de la imagen evoca los fenómenos y conductas estudiados por el antropólogo Harris. Son actos aparentemente irracionales que prestan un enorme servicio ecológico-económico al grupo, sin que el individuo sea consciente. En una época que parece estar siendo conducida por la ciencia, el grado de desarrollo epistemológico del individuo occidental respecto a su cuerpo debería ser algo mayor.

En resumen, la actividad física estudiada presenta beneficios e inconvenientes (Ver Tabla 8).

Ahora bien, lo que por un lado puede resultar algo desalentador, por otro permite abrigar esperanzas: la educación física, la educación y la pedagogía tienen una hermosa labor por hacer en ese campo. Han de procurar que el educando labore un cuerpo propio, aumente la conciencia ordinaria y la auto-reflexión y se optimice. De cara a la formación del profesorado cabe indicar que el conocimiento de actividades en auge como el aerobic, el body-building, etc., no es demasiado importante, aunque, por supuesto, no estorbe. Más interesante sería conocer los aspectos socioculturalizadores de la actividad física y encaminarlos al mejor logro de los procesos negantropicos, tan necesarios en una época con alto nivel de incertidumbre. Si nuestra sociedad se emplaza en un mundo de creciente incertidumbre, información y pluralismo, en el cual la capacidad de tomar deci-

Tabla 7.

**TENDENCIA A LA COMPLEMENTARIEDAD, ORDENACIÓN.**

siones y trabajar flexiblemente en grupo son tan necesarias, flaco favor hace una adaptación irreflexiva. Desde el ámbito de lo que concierne a la cultura corporal este estudio comprende y redonda en la importancia de que el educando —desde la educación formal de la escuela a la infor-

mal y no-formal del gimnasio— deje de tratar el cuerpo como algo parcelado y conozca, se relacione, construya su *cuerpo propio*, un cuerpo que le ayude a ubicarse en el mundo de forma global. Este es el enorme papel socioculturalizador dentro de una sociedad pluralista y humanizante.

Espero haber aportado algo a tan sugerente tarea y me agradaría que este trabajo, al menos, suscite las suficientes inquietudes para que futuros estudios indaguen en otros sectores no estudiados aquí y que ayudarían a completar el cuadro de la cultura corporal.

Tabla 8.

**BENEFICIOS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA EN EL GIMNASIO**

- Se ha popularizado, no es patrimonio de ninguna élite.
- Va proporcionando una cierta información (aunque muy sesgada) sobre el funcionamiento del cuerpo.
- Brinda más posibilidades de ocio.
- Proporciona salud, alivia las tensiones, contribuye a reducir las enfermedades de civilización.
- Proporciona lugares de encuentro, reunión, actividad lúdica.
- Permite sentir la incertidumbre del juego, la emoción.
- Permite mayor proximidad con los otros.
- Etc.

**RIESGOS, INCONVENIENTES, PROBLEMAS**

- Muy centrada en la imagen, poco en otras posibilidades y valores más relevantes y humanizadores.
- Es síntoma de una conducta muy adaptativa, poco introyectiva.
- Es síntoma de una ortopraxis que obedece a unas leyes del mercado muy estrictas y severas.
- Está al servicio de un cuerpo social, obediente, que compensa los males que el propio sistema ha creado. No induce a la crítica, la reflexión, la búsqueda del cuerpo propio.