

Deporte y cultura: de la modernidad a los discursos posmodernos del cuerpo

José Ignacio Barbero González*

RESUMEN

En este escrito, el deporte (texto) se presenta (lee) como una agente de cultura corporal. Desde esta óptica, se intenta mostrar que el texto deportivo 'moderno' ha modificado sus mensajes en consonancia con los tiempos 'post-todo' en que vivimos. Así, mientras el deporte moderno desempeñó un papel decisivo en la configuración y establecimiento hegemónico de unos usos corporales racionales y estandarizados, en la postmodernidad se involucra activamente en la difusión de los discursos que glorifican el capital-cuerpo-apariencia externa.

PALABRAS CLAVES

Deporte, cultura, modernidad, discursos posmodernos, cuerpo, hegemonía.

ABSTRACT

In this paper, sport (text) is presented (read) as an agent of body culture. From this point of view, I argue that 'modern sport text' has modified their messages in accordance with the 'post-times' we live in. Thus, while modern sport played a decisive role in the shaping and hegemonic establishment

of a rational and standardized body practices, within postmodernity it get actively involved in the diffusion of the discourses that glorify the capital-body-appearance.

KEYS WORDS

Sport, culture, modernity, the postmodernity discourses

INTRODUCCIÓN

En el campo de la Educación Física, la Actividad Física Recreativa y el Deporte, a menudo olvidarnos que, más allá de las técnicas y procedimientos que enseñarnos (por ejemplo, la voltereta hacia delante o el tiro en suspensión), transmitimos cultura corporal, es decir, orientaciones, pautas, valores, etc. relativos a los usos y cuidados del cuerpo.

En este marco, el presente artículo parte de dicha premisa: la Educación Física, la Actividad Física Recreativa y el Deporte son agentes que recrean, transmiten y legitiman una cultura corporal específica. (En este sentido, este escrito es continuación de otros en los que ya he abordado dicho asunto: por ejemplo, Barbero, 1990 y 2001).

* Profesor de la Universidad de Valladolid, España. Doctor en Educación. jigna@mpc.uva.es

Para abordar la problemática planteada en el título, teniendo en cuenta los límites de espacio establecidos, he organizado mi exposición del siguiente modo:

En primer lugar, argumento que el deporte es una forma de *recreación racional* de invención reciente, que en unos 150-200 años ha conseguido implantarse como una institución incuestionable, hasta el punto de que *el estilo de vida deportivo* ha pasado a ser un indicador básico de la calidad de vida en la sociedad contemporánea, un derecho (y deber) de todo ciudadano y un referente inevitable en la retórica del Estado de Bienestar.

A continuación, en segundo lugar, planteo la creciente imbricación del deporte, el estilo de vida deportivo-saludable y los discursos glorificadores del cuerpo esbelto-joven-y-moldeado en el marco de la sociedad postmoderna y *post-todo* en que vivimos. En otras palabras, se sugiere que el deporte, en cuanto agente de cultura corporal, participa en los discursos que contribuyen a transformar dicho ideal del cuerpo esbelto-joven-moldeado en un importante *capital* que condiciona las posibilidades vitales de las personas

Finalmente, para concluir, remito al informe elaborado en 1999 por una comisión del Senado en la que se afirma que esta cultura del culto al cuerpo imperante en nuestros días constituye una amenaza para la salud

de los jóvenes y, en consecuencia, se propone un *Pacto Social* para activar medidas que contrarresten dicho peligro. Entre estas medidas, se mencionan la formación del profesorado y la atención a ciertas áreas de riesgo (una de ellas, los deportes).

EL ESTABLECIMIENTO DEL DEPORTE COMO UNA PRÁCTICA (CORPORAL) HOMOGÉNEA, ESTANDARIZADA Y HEGEMÓNICA

Por más que se empeñen muchos manuales, el deporte no es tan viejo como el hombre. No es natural ni eterno. Y el hombre primitivo tampoco hacía deporte cuando corría para cazar o evitar ser cazado por cualquiera de las bestias de su entorno.

El deporte, por el contrario, es una construcción social cuya emergencia en la historia puede explicarse y discutirse en función de los distintos criterios e indicadores que se manejen.

Desde esta óptica, en este apartado intento describir dos fotogramas con el fin de ilustrar el proceso de formación de una institución que, entre otras cosas, fija en el espacio social una cultura corporal específica cuyo valor se expresa en términos de su función socializadora y de su papel para el mantenimiento de la salud.

El primer fotograma remite a los momentos iniciales de la configuración de una nueva forma de

recreación. racional y normalizadora, los deportes, llamada a transformar o suplantarse otros pasatiempos más diversos, locales, brutales o incivilizados. El segundo se sitúa en el presente y pone sobre el tapete la homogeneización cultural conquistada y la incuestionable aceptación de la institución deportiva.

LA CONFIGURACIÓN DE UNA NUEVA RECREACIÓN RACIONAL

Para empezar podemos partir del supuesto de que las distintas gentes y pueblos han tenido siempre algo parecido a lo que hoy llamamos pasatiempos, diversiones o entretenimientos. Otra cosa diferente es la forma concreta, organización y significación social que hayan tornado los distintos divertimentos en cada momento histórico.

En este sentido, el deporte puede definirse como una forma muy particular de pasatiempo que, en contra de lo que repite la mitología oficial¹, se configura como tal hace unos ciento cincuenta años en el contexto industrial-urbano (británico), como consecuencia de las iniciativas que toma una variada gama de agentes sociales de las clases dirigentes en su intento de asegurarse un cuerpo

social e individual dócil y productivo. La configuración del espacio deportivo como un ámbito social regularizado, organizado y jerarquizado responde a la toma de conciencia que, a lo largo de los siglos XVIII y XIX, va adquiriendo la burguesía sobre la necesidad de ordenar el espacio social y de controlar las poblaciones con el fin de asegurar su productividad.

La configuración del espacio deportivo, tal como lo conocemos hoy, responde a una concepción diferente del trabajo, de la recreación y de los usos apropiados del cuerpo, que termina por establecerse hegemónicamente a finales del siglo XIX. Para las nuevas sensibilidades burguesas, las diversiones populares de carácter tradicional, propias de la sociedad preindustrial, resultaban, según reflejan escritos de la época, excesivamente masivas (atraían por lo general a multitudes de gente), violentas, salvajes, sangrientas, incivilizadas (por ejemplo, la matanza de animales o la dureza del balompié popular predeportivo), improductivas (quebrantaban la salud, incitaban al ocio y la pereza, provocaban absentismo y alejaban la mente del verdadero *negocio* de la vida), inmorales, diabólicas (fomentaban el vicio, la bebida, la apuesta y distraían de los deberes

¹ La concepción idealista del deporte tiende, entre otras cosas, a presentarlo como eterno y universal, como una actividad ludo-competitiva que tiene una base instintiva y precultural. El deporte, por tanto, no es un fenómeno nuevo que hunde sus raíces en los cambios asociados a la revolución industrial, sino que ha existido siempre; es algo natural que se despliega con mayor o menor éxito si las circunstancias sociales le son favorables. De acuerdo con esta concepción, su culminación fueron los Juegos Olímpicos.

religiosos) e incontrolables (podían acabar de cualquier forma)².

Por ello, los comunicadores de la clase dominante, organizados en movimientos piadosos, reformistas, altruistas o educativos, se dedicaron a la tarea de transformar o borrar, por las buenas o por las malas, utilizando estrategias pedagógicas y coercitivas, dichos pasatiempos. Aunque los distintos grupos de la clase dominante no siempre estuvieron de acuerdo en la estrategia a utilizar, el resultado global, visto con la perspectiva que otorga el paso del tiempo, parece sugerir que la diversidad de iniciativas resultó de alguna forma complementaria, que la competición entre las distintas facciones de la clase dominante por asegurarse parcelas de poder, dotó de mayor dinamismo al proceso y multiplicó sus efectos.

El resultado es de todos conocido. Sometidas a una diversa gama de constantes presiones, muchas recreaciones populares acabaron desapareciendo, otras pasaron por una etapa más o menos larga de clandestinidad y algunas han sobrevivido. Su lugar fue ocupado

por una forma de jugar que, a los ojos de las nuevas sensibilidades dominantes, era mucho más racional, es decir, más civilizada, menos violenta, más educativa, etc., a saber, los modelos deportivos.

Para entender la forma en que se expresaban las nuevas sensibilidades valga, como muestra, esta descripción del balompié predeportivo y compárese con las regulaciones y burocracia jerárquica del dispositivo deportivo de nuestros días:

Los habitantes de la zona oeste de Surrey y Middlesex tienen la costumbre inmemorial de dedicar todos los años gran parte del Martes de Carnaval al masculino deporte del fútbol. El partido no se desarrolla dentro de los límites de los espacios abiertos de las respectivas ciudades, sino que cientos de personas persiguen el balón a través de las calles públicas, y las tiendas y casas permanecen cerradas con las ventanas protegidas con tablas a fin de impedir que se rompan. (The Times, 6-3-1844 -citado por Malcolmson, 1979: 36)

² Como muestra de tales calificativos valen estos fragmentos!

Esos deportes brutales... inspiran en las mentes de los niños y de la gente joven una disposición salvaje y un temperamento fiero que obtiene un gran placer con actos de crueldad y barbarie. (The gentleman's magazine, 1737 -citado por Guttman, 1986: 57)

¡Con qué frecuencia vemos a los habitantes de los pueblos dejar el trabajo de sus cosechas para ver un juego de garrotazos o un partido de cricket!

(London Chronicle, 4 de Octubre, 1764)

...una multitud de hombres y mujeres, casi amotinada, andando y bailando en la calle, agarrados, unos a otros de forma amorosa... Creyó (el magistrado) que no contribuía a la moral pública, lo cual era el principal objetivo que él debía tener en mente. (Berfordshire mercury, 7-1-1861)

Las descripciones de los pasatiempos predeportivos que ofrecen los distintos historiadores coinciden en señalar su carácter masivo e irregular. A propósito del fútbol, «camping;» o balompié, Malcolmson (1979) cuenta que, en la zona de Derby, la actividad Laboral se suspendía el Martes de Carnaval, se formaban dos equipos en torno a las parroquias de San Pedro y de Todos los Santos, e iniciaban el partido en la plaza del mercado a las 14.00 horas. Podía haber de 500 a 1000 personas por bando. La portería de los de San Pedro era la puerta de entrada a un terreno vallado, la de los de Todos los Santos era la rueda de un molino que debía ser puesto en marcha. Gran parte de la batalla tenía lugar en el Río Derwent. No se excluía ninguna innovación táctica. En un caso, alguien cruzó la ciudad por los desagües subterráneos evitando a todos sus adversarios. Los momentos más emocionantes tenían lugar cuando uno de los dos bandos se aproximaba a la portería contraria. Quien conseguía el «gol» era llevado en hombros y se le concedía el honor de hacer el saque inicial al año siguiente³.

Los pasatiempos tradicionales respondían a una lógica que chocaba abiertamente con el ritmo de los nuevos tiempos y con la lectura puritana de ciertas virtudes en alza

entre las clases acomodadas. En este sentido, la mayoría de las iniciativas puestas en marcha por los grupos con capacidad de hacerlo fueron activadas por una concepción negativa de lo popular que condicionó decisivamente el carácter de la compleja red institucional que se fue tejiendo con el fin de administrar (enseñar, distribuir o imponer) de forma periódica, regular y sistemática, unos divertimentos diseñados de acuerdo con unos intereses, preocupaciones y racionalidad diferentes.

El laboratorio en el que se inventaron estos nuevos patrones de recreación racional fueron las «Public Schools» y su continuación natural en Oxbridge, los centros educativos por excelencia de los jóvenes vástagos de la burguesía y demás grupos sociales con pretensiones. Las clases acomodadas experimentaron primero consigo mismas los efectos disciplinares y formativos del encierro deportivo, discutieron entre sí sobre sus efectos y conveniencia, y, una vez convencidas ríe sus ventajas, se embarcaron en una cruzada evangelizadora cuyo éxito más patente se pone de manifiesto en el carácter natural (eterno, universal, inevitable, bueno...) que tendemos a atribuir hoy a una construcción social cuyos orígenes se remontan

³ El estudio de Hole sobre los deportes y pasatiempos ingleses ofrece descripciones similares: *En Atherstone se tenía que desviar el tráfico de la carretera Londres-Holyhead durante toda la tarde ya que dicha carretera era también la calle principal del pueblo y era totalmente imposible pasar por ella mientras no terminase el partido. En Ashbourne, las porterías estaban separadas entre si más dei millas con varios ríos de buen tamaño que habían de cruzarse a lo largo del partido.* (Hole, 1949: 50-51)

a hace cuatro días. Las clases dirigentes pusieron un gran interés en difundir las nuevas formas de jugar al modo deportivo. Tan pronto como se percataron de su eficacia y economía como agencia de control de la juventud, dice Bourdieu (1978: 832), movilizaron a sus distintos comunicadores que compitieron entre sí en la extensión de la necesidad del deporte, ofreciendo medios, equipamiento, personal y servicios.

Lo que deseo destacar, de acuerdo con el propósito de este artículo, es la naturaleza impositiva de los procesos de difusión y «extensión hacia abajo» de la recreación racional deportiva. Los patrones de vida populares, incluidos los recreativos, fueron sometidos a un conjunto de presiones que forzaron su desaparición y/o transformación. Dentro de este conjunto de presiones, las más obvias, tangibles e inapelables fueron las de carácter estructural. La revolución industrial supuso una enorme transformación de las formas de vida hasta entonces dominantes, trajo consigo un cambio casi absoluto de las relaciones del hombre con la naturaleza y con su propio entorno, vino acompañada de un éxodo rural sin precedentes y de una concentración de masas de trabajadores en hormigueros urbanos descritos por los comunicadores de la época como sucios, contaminados e

insalubres. Los ritmos, distribuciones y ubicaciones de cuerpos, movimientos y gestos impuestos por el nuevo orden fabril supusieron, en fin, una poderosísima amenaza para la recreación popular.

Los cambios sociales movilizaron los temores de las clases acomodadas y activaron la imaginación y el esfuerzo organizador de físicos sociales de distinta inspiración. Se asiste a un periodo que, siguiendo a Foucault, podríamos llamar de *alto índice de estatalización*, puesto que se multiplicaron las iniciativas que acabaron cristalizando en instituciones destinadas a construir y transmitir regularidades, a administrar la vida y la muerte, y a dar cohesión al tejido social. En este marco, algunos representantes de las clases acomodadas se movilizaron formando asociaciones con el objeto expreso de intervenir directamente en el ámbito recreativo. Partiendo, como se ha dicho, de una concepción negativa de lo popular, se constituyeron como grupos de presión política y social en favor de campañas y leyes que, con mayor o menor éxito, fueron prohibiendo la utilización de animales en los pasatiempos tradicionales, limitaron el consumo de bebida y el horario de apertura de los bares, castigaron el uso inapropiado del día del Señor y obligaron a dedicarse a otros entretenimientos más sanos y civilizados⁴.

⁴ Un ilustre ejemplo, en este sentido, es el llamado *domingo inglés*, ganado para el Señor por la variopinta presión puritana. Un domingo sin fútbol y sin recreaciones que eran permitidas incluso en Viernes Santo o Navidades. (Brailsford. 1969. 155)

No es necesario insistir en que estas iniciativas estuvieron marcadas por prejuicios de clase. Así, por ejemplo, estos grupos y asociaciones mostraron su indignación y repulsa ante el maltrato que recibían los perros, toros o gallos que usaba el pueblo en sus pasatiempos, y les parecía de muy mal gusto servirse de ratas como medio de diversión, pero no dijeron nada de los faisanes, perdices y zorros que cazaban sus semejantes de la aristocracia y de la burguesía.

En un principio, los distintos movimientos evangélicos, altruistas, civilizadores, reformistas,... se encontraron con una dificultad importante, carecían de alternativas, pretendían borrar del mapa los pasatiempos populares y tenían muy poco que ofrecer a cambio. La solución, inesperada, vino de la mano del fútbol, un deporte que, según se dice, despertó el entusiasmo de las clases trabajadoras de forma que, a finales de siglo, se había convertido en *el deporte del pueblo* (Walvin, 1975), en el deporte nacional, en uno de los instrumentos más decisivos en la construcción de conciencias colectivas.

Los equipos de fútbol constituyeron una de las armas de intervención más poderosas y eficaces. Miles de clubes se crearon al amparo coordinado y competido de iglesias, fábricas, asociaciones, centros de enseñanza, ayuntamientos o sindicatos, agencias todas ellas preocupadas en distinto grado y cualidad por el bienestar y educación de las masas, agencias

conscientes de que el balón era el mejor mecho para atraer al pueblo hacia su dios particular. (Véase, por ejemplo, Young, 1968)

Sin embargo, la conversión del fútbol en el deporte del pueblo o en el deporte nacional no quiere decir que el conjunto del proletariado se dedicase a su práctica, sino, por el contrario, significa su conversión en espectador-hincha, en consumidor sistemático de un espectáculo deportivo que se ofrece de forma periódica y regular a lo largo de casi todo el año. Ahí reside el carácter racional y civilizado de la nueva modalidad recreativa que se está fraguando, en la sujeción de jugadores y espectadores a unos límites más precisos de tiempo y espacio, en la delimitación de las técnicas corporales permitidas y, sobre todo, en la consolidación de un orden burocrático que discute, decide y perfecciona el dispositivo. El cuadro resultante muestra a miles de personas consumiendo gustosos los nuevos productos recreativos; millones de personas que piensan, hablan y se entretienen comentando cualquiera de las múltiples curiosidades y nimiedades que la dramaturgia deportiva transforma en acontecimiento; multitudes que se emocionan e identifican con los héroes y las gestas que el estadio y las batallas simbólicas propician. Una nueva recreación racional que se convertirá en el espacio lúdico por excelencia de la población masculina, en un agente de socialización que ejerce un control barato y eficaz de las poblaciones.

HOMOGENEIDAD CULTURAL

La imposición de las formas de jugar al modo deportivo no es algo del pasado. Hoy estamos asistiendo a procesos similares e, incluso, más amplios, multiformes y polivalentes⁵. Las estrategias y campañas de imposición no se limitan a [a mera difusión y enseñanza técnica de las prácticas deportivas sino que, por el contrario, tienden a formularse y a adoptar una forma mucho más diversificada y difusa, constituyente de un estilo de vida global, de unos usos y formas de cuidar el cuerpo y, en fin, de una cultura física.

El dispositivo de lo deportivo, como cualquier otro, tiene vocación expansiva, pretende convertir en lenguaje universal un determinado conjunto de usos y apreciaciones corporales, así como un espíritu y forma de ser muy concretos. En cuanto lenguaje universal, el deporte supone, como diría Bernstein (1990, 50), una particular selección y combinación de significados relevantes que, inevitablemente, evocan y remiten a contextos concretos en los que tiene

lugar la experiencia cotidiana. En la medida en que el dispositivo de lo deportivo se convierte en lenguaje universal, arrasa autonomías culturales y *localismos*, convierte la diversidad en *fosfatina* (que diría mi hijo)⁶

En España, durante los años noventa, con motivo de los JJOO de Barcelona-92, pudimos comprobar el enorme empuje de este empeño de homogeneización cultural. Una campaña de *apostolado* en favor de una *cultura corporal específica*⁷ que duró varios años, con sus prolegómenos (candidatura de la ciudad, exaltación de su elección, preparación, etc.) y su puesta en escena definitiva.

La puesta en escena de la fiesta olímpica, del mayor espectáculo del mundo contemporáneo y, tal vez, del más importante proyecto de carácter económico, político y cultural que ha tenido lugar en nuestro país durante las últimas décadas comenzó con el encendido de la llama olímpica en Grecia, su recorrido por toda España, su puntual llegada al estadio de Montjuic y el certero tiro del arquero

⁵ Una curiosidad; En innumerables ocasiones he leído y oído aquello de que las dictaduras utilizan el deporte como dormidera, como en medio de distracción y, en fin, como una estrategia para perpetuarse, lo cual era cierto. Ahora bien, con la llegada de la democracia, hemos asistido a una proliferación increíble de la oferta de espectáculos deportivos, especialmente a través de las distintas televisiones. En otras palabras, nunca hemos tenido tanto deporte como ahora. Entonces, ¿tiene sentido seguirse preguntando, al igual que hacíamos en la dictadura, a quién beneficia o a qué fines sirve el deporte?

⁶ Corno muestra pensemos en las transformaciones que han sufrido en las últimas dos décadas los llamados *deportes autóctonos*, por ejemplo, el bolo leonés. Me estoy refiriendo a la dinámica y presiones deportivizadoras a que son sometidas estas recreaciones populares, tradicionales, rurales... En el mismo sentido, puede verse Renson, 1991.

⁷ Los vocablos *evangelización*, *apostolado* y otras expresiones de similar significado aparecen a menudo en los textos de los momentos iniciales (constitutivos) de la EF y el Deporte de la segunda

que prendió el pebetero. La llama olímpica fue intencionalmente llevada por muchas ciudades y pueblos de nuestro país y la gente salió a recibirla obedeciendo a los comunicadores del poder que no dejaron de insistir en que era un hecho de magna importancia. De esta forma, se juntaron multitudes y afloraron las emociones; unos emocionados por la llama y otros por la emoción de los demás; así, todos nos emocionamos de lo emocionados que estábamos.

En cuanto campaña evangelizadora, su éxito fue envidiable: pocas *empresas* son capaces de generar un consenso público (acrítico) tan amplio -que ha silenciado igualmente a los propios científicos sociales. Durante quince días, estuvimos inmersos en la, parafraseando a Galbraith (1992), *autocomplaciente cultura de la satisfacción* que generó el festejo y nos olvidamos de los problemas cotidianos. Pusimos de manifiesto que habíamos trabajado duro para batir todos los records y dar una buena imagen ante el mundo: las instalaciones eran inmejorables, la organización perfecta, la ceremonia indescriptible... Nunca en JJOO precedentes hubo tantos equipos

participantes, ni tantos deportistas, ni tantos deportes, ni tantos periodistas, ni tantas horas de retrasmisión, ni tantos telespectadores... En fin, de acuerdo con el eslogan *citius, altius, fortius*, (oportunamente traducido en *The Economist*, 25 de julio, como más rápido, más alto, más rico) aprendimos que el progreso no 'sólo es posible sino también interminable.

Entre tanto festejo, emoción y medallas -en cuya promoción estado y capital coordinaron esfuerzos, iniciativas y beneficios- ¿cuáles fueron las condiciones de posibilidad de lenguajes alternativos?, ¿en qué situación quedaron las personas cuyo marco cultural y significados relevantes no tenía nada que ver con el estilo deportivo?, ¿qué atención se prestó al modo en que otras formas de ser y otras experiencias cotidianas eran reducidas a su mínima expresión, borrándolas del mapa o deportivizándolas?, ¿por qué naturalizamos la legitimidad de unas opciones y la desviación o falta de propiedad de otras?.

Para ilustrar dicho contraste, y con el fin de poner de manifiesto el

mitad del siglo XIX. Con ellos, los autores expresan su fe en la nueva cultura corporal y su voluntad de difundirla. Por ejemplo, como botón de muestra, en la página 1 del número I de *La Educación Física* (Revista. Mensual Ilustrada), que aparece en 1919, bajo el epígrafe NUESTRO PRIMER SALUDO se dice: *Al aparecer en la pública palestra de las publicaciones, nuestra más grata y primera atención es dirigir un cordial saludo a la Prensa española en general, y muy particularmente a la deportiva, que nos ha precedido en el ejercicio del apostolado en pro de la cultura corporal, en la que con el presente número hacemos profesión de fe.* (Dado que el texto viene sin firma, en la bibliografía Sc lo atribuyo a Condo, 1919, director fundador de la publicación).

carácter impositivo y normalizador del dispositivo de lo deportivo, véanse estos fragmentos de una entrevista mantenida con una mujer de unos sesenta años, ama de casa,

con estudios a lo sumo primarios, de origen rural, emigrante a una ciudad interior en los años del desarrollismo económico, grabada precisamente en 1992:

I (Las prácticas deportivas son muy recientes.)

- *¿No has hecho deporte nunca?*
- *Yo no. Cuando iba a la escuela no había deporte.*
- *¿Nada?*
- *Nada. Gimnasia no hacíamos nunca.*
- *Fútbol y eso ¿no se jugaba nada?, y los chicos, ¿tampoco?*
- *No.*
- *Balones, ¿había...?*
- *Alguna pelota... A lo que jugaban los hombres era a la pelota, en el frontón.*

II (El significado del chándal)

- *¿Te has puesto alguna vez un chándal?*
- *Me lo voy a comprar para ir a Fuentes Blancas (parque a las afueras de la ciudad), a misa los domingos a la Cartuja ¿me lo voy a comprar!.*
- *¿Para ir andando hasta la Cartuja?, ¿vais andando hasta la Cartuja?*
- *Y venimos ¡claro!. ¡Tiene (su marido) que andar! Empieza a hacer bueno...*

III (Proximidad y lejanía del gimnasio)

- *¿Has entrado alguna vez en algún gimnasio?, donde va tu marido, por ejemplo.*
- *No.*
- *¿¡Nunca has entrado!?, ¿has visto alguna vez algún gimnasio por dentro?*
- *Sí, ¡hombre!... en ... ése... de la Caja de Ahorros.*
- *¿Cuándo has ido?*
- *Una vez que hicieron..., no sé qué hicieron. A hacer gimnasia no he ido.*
- *Pero ¿qué era?, ¿teatro o algo así?*
- *No, no era teatro... vinieron unos chinos o no se qué, hace muchos años, estuve con mi marido.*
- *¿Era algo así como un circo?*
- *Hacían eso para verlo, para que les viéramos.*
- *¿Algo como de judo...?*

Sí.

O sea, que a un gimnasio... no has ido nunca nada más que para ver a unos que...

- *Pasábamos por allí, y... había gente y entramos...*

- *Así es que nunca has estado en un gimnasio haciendo nada.*

- *A hacer gimnasia, no.*

- *Y ¿por qué?*

- *No he hecho gimnasia yo.*

- *Pero ¿por qué?, ¿no hacen gimnasia otras señoras?*

- *Claro, otras señoras sí que hacen. Donde va mi marido... (ríe) casi todas son mujeres.*

- *¿Son mujeres como tú o son mujeres distintas?*

Más viejas y más jóvenes. Las de éste de aquí son jóvenes, son mujeres que van para adelgazar o para estar en forma, como la Conchi, ésa de aquí... Pero allá abajo, en el Carmen, son mayores.

Pero mayores como tú, o ¿son mujeres más ricas?

No, no, son como mi marido... ¡más viejas!, de 70 años.

Ya ti ¿no te apetece?

¡Cómo voy a andar yo allí!

Y las mujeres éstas..., en los vestuarios, ¿se cambian.? ¿se duchan?

Van cambiadas ya de casa.

- *¿Y no se duchan ni nada?*

- *No hay duchas.*

- *¡Ah!, ¿no hay?*

- *En el de la Caja de Ahorros, yo creo que sí había duchas, pero ahí... es de pago, pagan una cuota. En el gratis no creo que haya duchas.*

- *Pero eso, ¿es lo mismo que hacer deporte o no?*

- *Hacen gimnasia, corren, y... hacen bicicleta, los brazos, la cabeza, es gimnasia lo que hacen, tienen una monitora.*

IV (El baño en el río —limpio—)

- *Y ¿bañarse? ¿no se bañaba la gente?*

- *En el río.*

- *Pero, ¿mucho o casi nada?*

- *En el tiempo bueno, sí se bañaba la gente, claro. Pero no creas que estaba el río como ahora. ¡Mira cómo estaba el río antes!*

- *Tenía más agua, además, ¿no?*

¡Hombre! y clarita, clarita...

- *Y las chicas, se bañaban también, ¿no?*

- *Sí, poco, no te creas que como ahora.*

- *¿Apartadas de los chicos?*

- *Yo no creo que me bañaba. No teníamos bañadores.*

- *¿Qué usabais?*

- Nada, yo no me bañaba en el río.
 - Pero ¿tú o ninguna?
 - Ninguna. Sólo nos morábamos los pies; otra cosa, no.
 - Los pies, ¿vestidas?
 - ¡Claro! Los chicos se metían sin bañador sin nada, con el calzoncillo.
 - ¿Cómo lo sabíais? ¿Ibais allí o que?
 Hombre, ¡claro!, por eso lo sabíamos. Nos lo pasábamos bien, no creas que no.
 ¿Ibais en pandas?
 ¡Claro! Yo tenía mi cuadrilla de 6 ó 7. Y la de mi marido, lo mismo.
 ¿De qué años me estas hablando?
 De cuando teníamos ya 13 ó 14.

Este breve relato de las vivencias de esta mujer se recogió en 1992, en el mismo momento en que millones de personas de todo el mundo seguían por la televisión los éxitos y fracasos de los representantes de su tribu particular en el multiforme anfiteatro olímpico. En ese contexto, las predisposiciones y significados que se evocan en la narración de esta mujer parecen remitirnos a una galaxia diferente y, sin embargo, estoy seguro que, en comparación con los JJOO, eran mucho más relevantes y representativos de la experiencia vital de una gran parte de la población española (y castellano-leonesa, en particular) de edad superior a 50 años.

Paralelamente, en los últimos 30 años, el conjunto de leyes democráticas con las que hemos organizado nuestra convivencia tras la muerte del dictador, desde la propia Constitución a las numerosas *leyes del deporte* estatal y autonómicas, tienden (de un modo tácito o explícito) a definirlo a partir de estas dos premisas (interrelacionadas): por un lado, el deporte es un excelente medio educativo o socializador y, por otro, es un ingrediente esencial del estilo saludable al que, por nuestro propio interés y bienestar, hemos de procurar ajustar nuestras vidas.⁸

La misma línea argumental subyace en el contenido de la larga lista de

⁸ Por ejemplo, la Constitución Española (1978) se refiere en dos ocasiones al deporte. Una, dentro del *Título I: De los derechos y deberes fundamentales*, en su *Capítulo Tercero: De los principios rectores de la política social y económica*, donde en el artículo 43.3, dice: *Los poderes públicos fomentarán la educación sanitaria, la educación física y el deporte. Asimismo facilitarán la adecuada utilización del ocio*. Otra dentro del *Título VIII: De la organización territorial del Estado*, en su *Capítulo Tercero: De las Comunidades Autónomas*, el artículo 148.19. dice que podrán asumir las competencias para la *Promoción del deporte y la adecuada utilización del ocio*. A este respecto, obsérvese el universo de significados subyacentes: en primer lugar, el carácter normalizador de la vida social (derechos y deberes, principios rectores de la política); en segundo término, la asociación educación-deporte-ocio. En otras palabras, el deporte es un instrumento y/o indicador básico de la forma de vida que se intenta

Manifiestos y Proclamas de instituciones globales⁹, en los documentos oficiales generados por la Unión Europea en torno al *Año Europeo de la Educación a través del Deporte-2004* y, en fin, en el propio *Tratado por el que se establece una Constitución para Europa* en fase de refrendo por los distintos estados¹⁰.

En síntesis, en no más de 150-200 años, el deporte ha cristalizado en una institución incuestionable dentro del complejo Estado de las sociedades avanzadas y como tal, extiende su acción y tentáculos por innumerables y crecientes parcelas de la vida pública y privada estableciendo derechos y deberes, difundiendo una cultura muy peculiar, y regulando la propiedad o ilegitimidad de los usos y cuidados del cuerpo. Para ello, se apoya en una filosofía política que ensalza sus cualidades dentro de un estilo de vida saludable y productivo (el presente) y que glorifica sus bondades en la socialización de las tiernas generaciones (el futuro).

Como colofón, para ilustrar dicha incuestionable hegemonía del deporte, remito a un artículo reciente (2005) de Javier Marías_ El título del texto refleja la prevención, si no el miedo, del autor; *El artículo más impopular*. Dicho título parece una especie de cura en salud o de petición de disculpas ante lo que viene después. Y es que para postularse en contra de los pretendidos JJOO de Madrid se requiere cierta osadía:

(Primer párrafo)

Si hay algo en lo que milagrosa e incomprensiblemente está todo el inundo de acuerdo es en desearle a Madrid lo peor que podría sucederle en los próximos años, a saber: ser nombrada sede de los Juegos Olímpicos de 2012. Se lo desean este partido, el otro y el de más allá, el Gobierno y toda la oposición; este periódico, su rival y su bestia negra; los cantantes, los arquitectos, los escritores, los

promover. En el caso de Castilla y León, la Ley 9/1990, de Educación Física y Deportes de nuestra Comunidad Autónoma, en su exposición de motivos desarrolla dichos enunciados (que son muy similares a los de otras leyes del deporte del conjunto del Estado): *El deporte se ha convertido en una de las actividades sociales con mayor arraigo y capacidad de convocatoria. Los aspectos de salud, recreativos, superación y competencia que el deporte lleva implícitos, ayudan al perfeccionamiento personal del individuo y al desarrollo de la igualdad entre los ciudadanos. Todo esto hace que forme parte como uno de los elementos determinantes de la calidad de vida y de la utilización activa del tiempo de ocio en la sociedad contemporánea.*

⁹ Por ejemplo, el Manifiesto sobre el Deporte (Consejo Internacional de Educación Física y Deportes -CIEPS- y la UNESCO), el Manifiesto Mundial sobre la Educación Física (Federación Internacional de Educación Física -FIEP- 1971), la Carta Europea del Deporte para Todos (CEE, 1975), la Carta Internacional de la Educación Física y el Deporte (UNESCO, 21-11-1978), etc.

¹⁰ En la compleja organización de este complejo Tratado, el deporte se ubica en la Parte III (De las políticas y funcionamiento de la Unión), Capítulo V (Ámbitos en los que la Unión puede decidir realizar una acción de apoyo, coordinación o complemento), Sección 5' (Educación, juventud, deportes y formación profesional). En este marco, se incide en la dimensión europea, el voluntariado, su función social y educativa, y la integridad física y moral de los deportistas, especialmente de los jóvenes.

cineastas y los grafistas; y, por supuesto, la inconsciente o masoquista masa de ciudadanos. Se lo desea todo cristo sin pararse a pensar, yo creo, en que los beneficios de tal designación serían sólo para unos pocos -sobre todo los constructores y las insaciables empresas de obras públicas, los políticos y los especuladores, los propietarios de viviendas y de suelo- y el perjuicio para la gran mayoría y durante un mínimo de siete años, los que transcurrirían entre el anhelado nombramiento, en 2005, y la celebración de dichos Juegos.

(Último párrafo)

La gente no parece pararse a pensar en esto: todo será mucho más caro de lo que ya es aquí, empezando por la prohibitiva vivienda y acabando por la cesta de la compra; con el pretexto <{es por las Olimpiadas}>, la ciudad no sería tan invivible como Sarajevo o Beirut, sino como Dresde tras los bombardeos aliados de la Segunda Guerra Mundial. Y aquí, donde somos tan imitativos, nadie ha prestado atención al hecho de que otra de las candidatas, Nueva York, esta a punto de retirarse por la falta de apoyo de la población, que sensatamente ve en la posible designación

muchos mas inconvenientes y calamidades que beneficios y ventajas. Da la impresión de que nuestro país en pleno, con orgullo pueril y meramente jaranero, sólo ansia verse «elegido», aunque sea para comerse el marrón más indigesto de los próximos siete años. Pues nada, suerte y a devolver.

Y es que el deporte se ha convertido también en uno de los más importantes sectores económicos del presente. En dicho marco, la retórica de sus bondades y la presunta necesidad/demanda del estilo de vida deportivo enmascara en no pocas ocasiones la canalización de recursos y energías públicas y privarlos hacia un determinado tipo de bienes y servicios que, por lo general, son caros, de utilización necesariamente limitada, que no aportan gran cosa al bien común y que, en el proceso, proporcionan pingües beneficios a unos pocos. Todo ello sea, repito, en nombre de la salud y de la calidad de vida.

EL DEPORTE SE CRUZA CON LOS DISCURSOS DEL CUERPO EN EL MUNDO POSTMODERNO

En este apartado me sirvo de otros dos fotogramas deportivos (las modelos recogepelotas de un torneo reciente de tenis y el icono David Beckham) a fin de incitar a la reflexión en torno a las imbricaciones del deporte y los discursos hegemónicos en nuestra sociedad que transforman el cuerpo-bello-joven-y-moldeado en un

capital que condiciona las posibilidades vitales de las personas.

EL TENIS Y LAS MODELOS

Durante la última semana de octubre de 2004, se celebró en el Rockódromo de Madrid el torneo Masters Series de Tenis que, entre otras cosas, estuvo sazonado por la presencia de unas 25 jóvenes modelos¹¹ desempeñando el papel de recogepelotas. Aunque la utilización de jóvenes y esbeltas mujeres para los desempeños más variopintos no constituye ninguna novedad en el ámbito deportivo, los espectáculos tenísticos no se habían servido, hasta ahora, de esta obvia y simple estrategia para llamar la atención.

La sustitución de los tradicionales niños y niñas recogepelotas por las mencionadas jóvenes modelos que lucían la publicidad de una firma de moda fue criticada, con buen sentido, por Soledad Murillo, Secretaria de Estado de Políticas de Igualdad. Su argumentación se centró en el sesgo sexista de la iniciativa, es decir, en la imagen de *mujer florero* o *mujer objeto* que recreaba.

La respuesta a dichos comentarios no se hizo esperar y se generó un cierto debate público en el que, por un lado, pudimos oír o leer dispares y razonables interpretaciones en las tertulias y escritos de los distintos medios y, por otro, pudimos

comprobar la sutil (no siempre) y tramposa conversión ocasional del asunto en vulgar carnaza para ocupar el tiempo. Además, dicho sea de paso, la polémica contribuyó también a incrementar la llamada de atención sobre el propio evento deportivo y sobre la marca comercial que lucían las señoritas.

Los puntos nodales sobre los que giró el debate fueron de los más variados: ¿Por qué mujeres modelo y no hombres modelo?, ¿trabajo remunerado versus trabajo de voluntarios?, ¿capacidad y formación para el desempeño de la tarea?, ¿distracción de jugadores y espectadores?, ¿montaje de marketing?, ¿menosprecio de los niños recogepelotas a los que se priva de una oportunidad de aprendizaje en su formación tenística?, ¿excesiva importancia de un hecho normal?, ¿libertad de mercado?, ¿por qué han de ser modelos y no personas normales?, ¿lío fomentado por las feministas?, ¿repercusión negativa en la candidatura olímpica de Madrid?, etc.

En este maremagnum, el asunto original, el posible sesgo sexista de la iniciativa, se diluía a menudo como un azucarillo en una piscina de modo que, al final, no se sabía muy bien de qué se estaba hablando. A este respecto, por citar un ejemplo de las muchas cosas oídas y leídas, ¿a cuento de qué venía la explicación de que varias de las modelos recogepelotas hablaban tres o cuatro idiomas?

¹¹ Pido disculpas por la redundancia: en términos de cultura corporal, hoy es imposible ser modelo sin ser o parecer joven (o más joven).

En este marco, pasada la calentura del debate, -y sin menospreciar el sesgo sexista de una obvia acción de marketing- voy a intentar poner sobre el tapete una cuestión que, en mi opinión, se ha soslayado y que está íntimamente ligada con el objeto del presente escrito. Me refiero al decisivo papel de la imagen corporal como condicionante de las posibilidades vitales de las personas que, en el caso concreto del Masters Series de Madrid, ha operado como el criterio básico de selección para el trabajo temporal de recoger pelotas.

Planteo, pues, un problema distinto, el de la discriminación por el aspecto físico, sobre el que ya circulan distintas denominaciones (*fachismo* y *aspectismo*, son quizás las más frecuentes) y que se hubiese producido igualmente si, como sugirieron algunos, se hubiese escogido a modelos varones ya que, una vez más, nos hubiésemos encontrado con que el verdadero *capital*, el decisivo en el proceso de selección, no es otro que la posesión de una figura acorde con los peculiares cánones estéticos imperantes.

CAPITAL CORPORAL Y VIDA COTIDIANA

Las posibilidades vitales de las personas han estado siempre condicionadas por sus recursos, por el capital que poseen. El más claro de éstos es el económico, la propiedad privada de los medios de producción dijo Marx, en fin, la pasta y las posesiones. Otro capital de amplio espectro que abre o cierra muchas

puertas es el cultural: No es lo mismo ser analfabeto que letrado, contar con unos estudios medios de formación profesional que con un postgrado en Harvard, tener amigos de pupitre de origen humilde que hacendados. A los desposeídos de todo sólo les quedaba su capital físico-corporal, su fuerza de trabajo, que se apoya en su salud.

Sin embargo, en estos tiempos y cultura *post-todo* en que vivimos en las sociedades avanzadas -donde la satisfacción de las necesidades más perentorias parece asegurada y donde, según se dice, el ocio es más importante que el trabajo-, la (re)representación externa del cuerpo ha pasado a primer plano, convirtiéndose en uno de los factores más determinantes de los sabores y sinsabores cotidianos, tanto públicos como privados.

Ello trae consigo un incremento de la toma de conciencia por parte de todas las personas respecto al poder de dicho capital corporal, definido como figura, esto es, como la proximidad o lejanía respecto a unos modelos que son transmitidos y recreados por múltiples agencias: la publicidad, la moda, los juguetes, las farmacias, el cine, la televisión, el deporte, las industrias del *autobuilding* (cosmética, dietética, ejercitación, medicinas especializadas), las publicaciones periódicas, muchos bestsellers, los medios virtuales de autoayuda y un largo etcétera,

Una de las características básicas de este *capital-corporal-apariencia-externa* es que, en sí mismo, no tiene

como propósito hacer ni saber hacer nada. Frente a otras formas de capital corporal que se expresan por su funcionalidad (por ejemplo, la persona que es un *manitas* y repara cualquier cosa; o el jugador de fútbol procedente de las favelas que, gracias a sus manejos con el pie ha llegado a ganar un salario diario superior al sueldo anual de un profesor universitario), esta nueva forma de capital corporal se define por todo lo contrario, por su mera presencia, por no tener que hacer nada salvo cuidarse a sí mismo. Es más, incita a evitar la realización de cualquier tarea ya que puede ser dañina para la propia imagen.

La literatura especializada en estos asuntos lleva décadas llamando la atención sobre el poder (real y simbólico) que ejerce esta nueva forma de capital corporal y sus efectos en la vida cotidiana de todas las personas. Estos mensajes aparecen a menudo en los medios de comunicación en forma de grandes titulares que, en el cúmulo de noticias y exceso de información en que vivimos, se quedan en eso, en titulares que reflejan una cierta realidad que cuesta relacionar con otras parcelas de la misma realidad. Por ejemplo, recién concluido el mencionado torneo de tenis, distintos telediarios se hacían

eco de las conclusiones de un estudio en el que se indicaba que la inmensa mayoría de las mujeres españolas expresaba distintos grados de insatisfacción en relación con su propio cuerpo. ¿Cómo no van estar insatisfechas con su cuerpo si hasta para trabajar de recoge-pelotas han de tener un figura joven y esbelta?

LA CONQUISTA: LA INSATISFACCIÓN CORPORAL COMO PAUTA DE LA VIDA DE TODOS

No son pocas las investigadoras que lo han expresado de forma rotunda: *La insatisfacción con el propio cuerpo se ha convertido en una norma de la sociedad occidental* (i.e., Bordo, 1993) Una norma, una pauta de vida que no se genera y reproduce por arte de magia ni de birlibirloque, sino que se refuerza día a día gracias a la *democrática acción pedagógica* que ejercen múltiples agentes, desde la cada día más delgada muñeca Barbie a las revistas para adolescentes del quiosco de la esquina, desde la industria del gimnasio en casa al pan Silueta o los cereales Fitness, desde los escaparates de las farmacias a las estrellas de la moda, el cine o el deporte, desde el grupo de iguales a los telediarios postnavideños de enero¹² y, en fin, desde la omni-

¹² En este enero recién concluido, he oído y visto que en diversos telediarios (recuerdo por ejemplo a Matías Prats en Antena 3) se hablaba de una doble *cuesta de enero*, la de las pelotas y la de *perder los kilos* acumulados en las comilonas navideñas. Este asunto de la necesidad de eliminar la grasa en épocas concretas del año (después de Navidades, antes del verano playero, etc.) se ha convertido en una necesidad y/u obligación en el marco de esta cultura del cuerpo esbelto. Este asunto es, por un lado, un ingrediente básico de la publicidad de las distintas tecnologías e industrias antigrasa y, por otro, una preocupación que han interiorizado muchas personas (por ejemplo, en estudios que realizamos hace una década con adolescentes, alumnos de IE5 en Palencia, prácticamente todas las chicas indicaban la conciencia del post-atracción navideño y de la semidesnudez del buen tiempo).

presente asociación entre el éxito y la imagen corporal joven y esbelta.

En sus orígenes, dicha insatisfacción con el propio cuerpo se circunscribía al espacio de las mujeres de clases medias urbanas pero, con el tiempo, gracias a la democrática acción pedagógica de múltiples agentes con capacidad para influir en nuestra global sociedad *massmediatizada*, se ha extendido por doquier, casi sin distinción de género, edad o contexto socioeconómico. En este sentido, resulta cuanto menos llamativo que los niños y niñas de ocho años muestren ya una cierta preocupación por su figura.

En lo que a los varones concierne, estamos siendo los protagonistas de una gran *conquista*. Así, como *conquista*, calificaba en un reportaje televisivo reciente (noviembre-04) un joven adulto, pleno de júbilo, el enorme incremento que se ha producido en los últimos años del consumo, por parte de los hombres, de productos destinados al cuidado del cuerpo. Y concluía con un ejercicio de prospectiva: pero todavía queda mucho camino por recorrer, los hombres nos preocuparnos cada vez más de nuestro aspecto externo y el mercado continuará creciendo.

Como los tiempos *post-todo* en que vivimos se caracterizan, entre otras cosas, por la inestabilidad de las

relaciones entre significativo y significado, somos muy proclives a mutaciones semánticas como la aludida, donde el proceso de *sometimiento* de los varones a la vigilancia permanente y minuciosa de las proporciones de grasa o envejecimiento se transforma en *conquista*.

Uno de los indicadores más llamativos de dicha *conquista*, que se apoya también en una asombrosa mutación semántica, y que pone de manifiesto la *democrática acción pedagógica* con que se difunde e implanta el mensaje del cuidado del cuerpo entre la población masculina, lo encontramos en la publicidad de una prestigiosa y boyante empresa de esta industria del modelado corporal que acostumbra a insertarse a toda página en la prensa diaria. Su titular hace unos años decía: DECLARACIÓN DE LOS DERECHOS DEL HOMBRE. Y el listado de derechos sintetiza el programa de obligaciones a que debemos someternos si queremos mantener o acrecentar los poderes del nuevo capital cuerpo: ¡Ojo al cabello, la grasa, el vello, el acné, las varices, las arrugas, la papada, el torso, las piernas, la nariz, las orejas, el abdomen...!

La página web de esta empresa médica describe (y proclama) el programa político de la *conquista* y el *sometimiento* que nos aguarda. Ciñéndome a los hombres, se dicen cosas como éstas¹³:

¹³ La publicidad dirigida a hombres de la Corporación Dermoestética la encuentro casi todos los días en los periódicos. Para la dirección de la página web referida a los hombres, de la que se han copiado los extractos que se citan a continuación, véase en la bibliografía C.D., 2005.

En primer lugar, el cuidado de la imagen obedece a la afortunada ruptura de prejuicios en el marco de la igualdad entre hombres y mujeres.

Los hombres del siglo XXI cuidan su estética: Actualmente se observa un acercamiento en los roles de hombres y mujeres en todos los ámbitos de la vida. Y el de la estética y la belleza no se ha quedado al margen de esta tendencia. Al igual que hace apenas unos años era bastante infrecuente ver a un hombre hacer la compra en el supermercado o cambiar los pañales de un bebé, también era inusual verlo aplicándose un cosmético. Sin embargo, afortunadamente los tiempos cambian, y hoy el hombre moderno rompe viejos prejuicios y descubre el poder de la imagen y la importancia de cuidar su estética. Proyectar un físico agradable ante nosotros mismos y ante los demás no es ahora una cuestión diferencial entre sexos.

Segundo, éste es un proceso inevitable en el que los países que van por delante de nosotros nos marcan el camino que indudablemente seguiremos. De este modo, la estadística no sólo describe el pasado, sino que establece también el programa del futuro.

Una tendencia creciente. En España no ha hecho más que empezar, pero en otros países europeos o en Estados Unidos, ya es un hecho consumado. Los

hombres han descubierto el mundo de la estética y se han dejado seducir por las múltiples posibilidades que ofrecen las nuevas técnicas para mejorar la estética y paliar los efectos del paso del tiempo. Las cifras lo confirman, hasta hace sólo unos años, más del 90% de los pacientes que se sometían a un tratamiento de estética eran del sexo femenino. Sin embargo, en los últimos cinco años se ha experimentado un notable aumento del interés de tratamientos por parte de los hombres. En la actualidad, y siempre dependiendo de la intervención estética de la que hablemos, el tanto por ciento de pacientes masculinos se ha incrementado hasta alcanzar aproximadamente entre un 20 e incluso un 30% en algunos casos. Y parece que la tendencia de esta

Tercero, la transformación de la apariencia física en capital a medida que una sociedad se aleja de la pobreza se presenta como un proceso lógico. Así, el aforismo clásico (y clasista), *primum vivere deinde philosophare* se convierte en primero comer, después mirarse al espejo.

cifra es que siga aumentando.

El valor de una buena imagen: La explicación parece lógica, la sociedad española ha sufrido un importante crecimiento de su nivel de vida y una vez cubiertas sus necesidades básicas presenta otras inquietudes, como es el interés cada vez mayor por

poseer una presencia física atractiva.

Cuarto, los varones estamos interiorizando rápidamente la importancia de este nuevo capital corporal. En particular, los maduros profesionales de clase media alta tienen muy claro el problema.

Por otra parte, los varones son conscientes del valor que tiene en el mundo laboral una apariencia saludable, joven y dinámica. Por eso, el perfil del hombre que acude a Corporación Dermoestética es el de un varón maduro que ronda los cuarenta años, con una vida profesional muy activa y un poder adquisitivo medio-alto, que tiene muy claro el problema estético que desea solucionar

Y, quinto, el programa disciplinar de la anatomía selectiva: ¡Ay Dios, que mi tripa se hace grande!, ¿formaré parte yo del privilegiado 5% a los que su barriga no les provoca quebraderos de cabeza?

Intervenciones más solicitadas. (...) En este sentido destaca la llamada curva de la felicidad, presente en el 95% de la población masculina, circunstancia que la convierte en el principal quebradero de cabeza de este sector de la sociedad; una barriga opulenta que antaño era aceptada como un símbolo de abundancia, es ahora considerada como algo poco atractivo y saludable.

En fin, no creo que sea necesario explicar que el énfasis que estos mensajes ponen en la población masculina se sustenta en una doble premisa: por un lado, la asunción de que el espacio femenino ya está conquistado puesto que, como afirmó Chapkis (1986) hace dos décadas, las mujeres llevan ya bastante tiempo sometidas a la acción opresora de una *máquina cultural global* que glorifica el capital del cuerpo esbelto; por otro, el convencimiento de que las posibilidades de ampliar el mercado se encuentran en los varones heterosexuales.

DE METROSEXUALES Y NARCISOS: A LA SOMBRA DE DAVID BECKHAM

Este nuevo estilo de vida masculino y varonil, atento y cuidadoso de su imagen corporal, ha traído consigo la invención de ciertos términos. El más conocido de todos ellos es *metrosexual*.

Una rápida búsqueda en el Google, indicando dicha palabreja y el nombre de la persona a la que se atribuye su invención en 1994 (Mark Simpson), ofrece al curioso unas 8.560 posibles referencias o entradas. El típico metrosexual es:

... un joven con dinero para gastar que vive en una metrópolis -donde están las mejores tiendas, clubes, gimnasios y peluquerías-. Puede ser oficialmente gay, hetero o bisexual, pero esto no tiene ninguna importancia ante el hecho de que se toma a sí mismo como objeto

de su propio amor y placer... Son profesionales que trabajan en los medios de comunicación, en la música pop y, hoy en día, el deporte también parece atraerles aunque, la verdad sea dicha,..., están en todas partes. (Simpson, 2002)

Por otra parte, según explica el propio Simpson, la primera vez que utilizó el vocablo *metrosexualidad* lo hizo un poco en plan satírico, criticando los efectos de la cultura de consumo sobre la masculinidad tradicional. Lo curioso, continúa, es el modo en que dicha cultura de consumo se ha ido apropiando de la sátira y, dándole la vuelta, se está sirviendo de ella para ensalzar el proceso que se pretendía criticar¹⁴.

En este marco, el programa de conquista de la población masculina a los cánones del nuevo capital del cuerpo bello y moldeado plagia expresiones y mensajes en boga, aunque sea desvirtuando su contenido. De este modo, se afirma que los metrosexuales tienen que *salir del armario*. En otras palabras, que si un varón no se somete a las demandas de la polivalente industria del cuidado corporal es porque tiene miedo (no

desarrolla todo su potencial, no busca el éxito y la felicidad, no se ajusta a los cambios de roles entre hombres y mujeres...).

Desde esta óptica, podríamos analizar el papel social de algunos campeones de ciertos deporte (Brohm, 1982), cuya sombra, como la del ciprés, es muy alargada. En relación con el tema que nos ocupa, emerge en primer lugar David Beckham, paradigma de varón metrosexual, buen jugador de fútbol pero, ante todo, el hombre de los mil peinados que posa en revistas gays, protagonista de la publicidad de varias multinacionales, que cuenta con más de 52.000 páginas web dedicadas a él, que hace suspirar a niños, niñas, adolescentes y mujeres, especialmente, según dicen, a las de Extremo Oriente, y que fue fichado muy barato por Florentino Pérez como pieza clave de su plan para convertir al Real Madrid en un referente cultural (económico) planetario¹⁵.

David Beckham y su esposa Victoria, Posh y Becks, forman parte de la *nueva realeza* del momento y en consecuencia, alternan con autoridades mundiales (la reina de Inglaterra, Mandela, Clinton, Kofi Annan, etc).

¹⁴*Truth is, I was not being 'entirely' serious when I first wrote about metrosexuality back in 1994, shortly after the publication of my book about contemporary masculine identity, 'Male Impersonators Men Performing Masculinity'. That's to say, when I wrote about how male metrosexuality was coming out of the closet and taking over the world, I was being slightly satirical about the effect of consumerism and media proliferation, particularly glossy men's magazines, on traditional masculinity. But then, this wouldn't be the first time a satire on consumerism was appropriated by consumerism to hasten the process it sought to critique'.*

¹⁵ Como este escrito en su conjunto no se centra en David Beckham, no quiero ser pesado llenando el texto de referencias y fuentes de información. Vengo siguiendo desde hace tiempo todas las noticias de prensa referidas a él. Además pueden consultarse múltiples webs. Entre los libros puede verse, entre otros, Morton (2003), Beckham y Watt (2003), Greene (2004) y Burns Marañón (2005). Respecto al precio (barato) pagado por Beckham, remito a Carlin (2004).

Gracias a Beckham, la población estadounidense, la asiática y la de otros muchos lugares ha tenido la oportunidad de ubicar en el mapa a un país llamado España y a una ciudad llamada Madrid. Gracias a Beckham (junto a otros), es posible que el canal de televisión 24 horas del Real Madrid dirigido a todo el planeta, que ha empezado a funcionar el 1 de febrero-05, consiga captar una audiencia de 1.000 millones de personas.

En fin, David Beckham (de la mano de Victoria, según dicen) se ha convertido en el paradigma de los iconos de estos tiempos *post-todo* en que vivimos y, como tal, glorifica el ideal metrosexual narcisista. El narcisismo glorifica el cuerpo joven y moldeado que se pregona por doquier y refleja, según Lasch (1999), la crisis de valores de la sociedad de nuestros días. La personalidad narcisista carece de anclajes con un mínimo de trascendencia y no puede evitar centrar su atención en sí misma, de ahí su incapacidad para entender y aceptar el proceso de envejecimiento y las huellas que la vida va grabando en el cuerpo.

Como el narcisista cuenta con tan pocos recursos internos, mira hacia los lazos para validar su propia noción del lb. Necesita ser admirado por su belleza, su encanto, su celebridad o su poderío: atributos que habitualmente se desvanecen con el tiempo. Incapaz de alcanzar alguna sublimación satisfactoria en el amor o en el trabajo, cuando la juventud lo deja de lado descubre que cuenta con muy poco para sostenerse. (Lasch, 1999: 255)

Por ello, si estos son los referentes presentes de nuestras tiernas generaciones, conviene cuestionar la tan ensalzada función socializadora del deporte.

EPÍLOGO: NUESTROS RADICALES SENADORES

Durante varios meses de 1999, una Comisión de nuestra segunda cámara estuvo trabajando en torno al tema de los condicionantes extrasanitarios de algunas enfermedades generadas en nuestro contexto cultural¹⁶. Al concluir, elaboró un informe que,

¹⁶ Nos referimos a la *Ponencia sobre condicionantes extrasanitarios de la anorexia y bulimia*. Esta Ponencia se constituyó en el Senado, dentro de la Comisión de Educación y Cultura, como culminación de diversas iniciativas parlamentarias, el 24-4-99. Integrada por nueve senadores de los distintos grupos parlamentarios, coordinados por Da Lucía Delgado García (PP), llevó a cabo 14 sesiones de trabajo. Doce de estas sesiones se ocuparon con la *comparecencia de 88 representantes de los sectores de relevancia social implicados*. Entre ellos encontramos a médicos, psiquiatras, sociólogos, asociaciones de afectados, revistas femeninas, maniqués profesionales, organizaciones de consumidores, diseñadores, directores de pasarelas, presentadoras de televisión, agentes publicitarios, empresas confeccionistas, organizadores de certámenes de belleza, fabricantes de juguetes, responsables de diversos programas de radio y televisión, personas del mundo de la gimnasia rítmica, el ballet, cargos públicos relacionados con la salud, miembros del Consejo de la Juventud, representantes de APAs, tres docentes de Primaria y Secundaria, etc. Ningún representante del área de EF. El informe final de esta Ponencia se publica el 25-11-99. (PONENCIA, 1999)

sumariamente, recoge las opiniones de los distintos comparecientes y finaliza con dos apartados, uno dedicado a *Conclusiones*, en el que se sintetizan los argumentos subyacentes en el conjunto de opiniones emitidas por los interlocutores de la Comisión; y otro centrado en *Recomendaciones*, en el que se formulan un ramillete de sugerencias y propuestas de actuación.

Aunque el trabajo de esta comisión senatorial se centró ante todo en la anorexia y la bulimia, el conjunto de opiniones recogidas, las conclusiones y las recomendaciones pueden ser extensibles a toda una problemática más amplia relativa a las distintas obsesiones dismorfóbicas presentes y venideras, a las ortorexias, vigorexias, tanorexias, etc. que se extienden por doquier debido a la importancia que se otorga en nuestra cultura al capital cuerpo bello, joven y moldeado.

Para no alargarme, a partir de las 10 Conclusiones del informe senatorial se puede construir el siguiente enunciado: el contexto sociocultural predispone, precipita y perpetúa estas enfermedades; la cultura de masas y el consumismo han trastocado los valores que rigen nuestras vidas situando en primer lugar la búsqueda del éxito (que se identifica con la felicidad); dicha cultura exalta el culto al cuerpo delgado, vincula la belleza con el éxito, recrea una imagen de mujer andrógina y diviniza lo joven; esta cultura se define, legitima y propaga gracias a la acción de la floreciente y poderosa industria de la belleza, la moda, los cosméticos,

las dietas, la cirugía estética, los gimnasios e, incluso, de algunos juguetes, en colaboración con los medios de comunicación; aunque esta cultura corporal se extiende por todo el tejido social desbordando posibles límites de clase, edad o género, la población de mayor riesgo se concentra en torno a dos sujetos colectivos, la adolescencia y la mujer: se difunde un prototipo erróneo de mujer, se rechaza en el mundo laboral a las personas que no se ajustan a ciertas medidas, y se ejerce en la juventud una fuerte presión para adelgazar.

Como he dicho, el informe termina con diez Recomendaciones o propuestas de acción. En primer lugar, reclama la puesta en marcha de un Pacto Social, coordinado por el MEC, en colaboración con las CCAA, con la participación de los Ministerios de Sanidad, Trabajo, Asuntos Sociales, Economía, Hacienda y Fomento, y de los sectores implicados, a fin de alcanzar compromisos firmes para que los condicionantes socioculturales dejen de ser una amenaza para la salud de los jóvenes. A continuación se indican diversos asuntos que debieran ser objeto de dicho pacto social: las tiendas, tallas y etiquetas; el despido laboral y las posibilidades de trabajo en función del peso; las imágenes publicitarias de la mujer, el control de las dietas en publicaciones, los programas destinados a menores de 18 años, la publicidad engañosa, la creación de un Observatorio, la promoción de Campañas, etc. Se pide que se realicen cuanto antes tres tipos de estudios: a) de los hábitos ali-

menticios de los españoles; b) sobre la incidencia de la anorexia y la bulimia; y c) de las medidas antropométricas de la población para la normalización y estandarización del tallaje de las prendas de vestir.

Al ámbito educativo se refieren las Recomendaciones 5, 6, 7 y 9. De ellas, destaco la importancia de la función tutorial, de la orientación, del interés general de la Comunidad Educativa por estos temas, del seguimiento de la alimentación servida en los centros escolares y de la formación (permanente) del profesorado. Sobre este último asunto se dice:

La Educación para la Salud debe ser una prioridad en los Planes Anuales de Formación permanente del profesorado. Asimismo, se considera fundamental incentivar los proyectos de investigación educativa y promover otros nuevos que profundicen en el conocimiento y la mejora de los hábitos socio-culturales de la juventud. (R. 5)

Finalmente, en relación con algunos espacios de riesgo (prácticas específicas, deportes de alto nivel, etc.) se recomienda

reglamentar el funcionamiento de los gimnasios y escuelas de danza privadas... y ... el control de la venta de ciertos productos dietéticos. Establecer una legislación específica para los grupos de alto riesgo del inundo deportivo, gimnasia rítmica o danza... (R. 10)

Por tanto, en relación con el tema que nos ocupa, podemos concluir dos cosas:

a) No creo que nadie tache a nuestros senadores de extremistas radicales proclives a realizar propuestas políticamente incorrectas.

b) Sin embargo, su mensaje es claro y rotundo: la cultura corporal imperante en nuestra sociedad constituye una amenaza para la salud de los jóvenes.

En consecuencia, teniendo en cuenta que el deporte es un agente transmisor de cultura corporal, no estaría de más que las personas que trabajamos en este amplio y polifacético espacio de la Educación Física, la Actividad Física Recreativa y el Deporte, cualquiera que sea nuestra función (docente, entrenador, monitor, gerente, coordinador o responsable político), tuviésemos presente los modelos e ideales que contribuimos a reproducir. Tampoco estaría de más, siguiendo las recomendaciones de nuestros senadores, que los planes de formación (inicial y permanente) de esta variada gama de profesionales contemplase el estudio de esta problemática. Finalmente, en el marco de la tan en boga educación en valores, me sorprende el olvido de aquellos asuntos que, en nuestro campo, debieran ser los merecedores de la mayor atención, esto es, el modo en que se expresan los valores del cuerpo.

BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, José Ignacio. *Deporte-cultura-cuerpo. El deporte como configurados de cultura física*. EN: Educación y sociedad, 9, (1990) 169-178.

- BARBERO, José Ignacio *En torno a la concepción idealista del deporte educativo*. EN: Revista interuniversitaria de formación del profesorado, (monográfico de Educación Física), 15, (1992). 43-54.
- BARBERO, José Ignacio. *Cultura corporal: ¿tenemos algo que decir desde la Educación Física?* EN *Ágora para la EF y el Deporte*, 1, (2001) . 18-36.
- BECKHAM, David y WATT, Tom. David Beckham: mi vida, RBA, Barcelona, 2003.
- BERNSTEIN, Basil. Poder, educación y conciencia. Sociología de la transmisión cultural, El Roure, Barcelona, 1990
- BORDO, Susan *Unbearable weight: feminist, Western culture and the body*, University of California Press, Berkeley. 1993.
- BROHM, Jean Marie *El papel social de los campeones*. Capítulo VIII de Sociología política del deporte, FCE, México, 1982, 282-301.
- BOURDIEU, Pierre *Sport and social class*. EN: *Social science information sur les sciences sociales*, Sage Pub., vol. 17, n° 6, 1978. 819-840.
- BURNS MARAÑÓN, Jimmy Cuando Beckham llegó a España: El poder, la galaxia y el Real Madrid, Pearson Education, Madrid. 2005
- BRAILSFORD, Dennis *Sport and society: Elizabeth to Anne*, RKP, Landon. 1969
- CARLIN, John *How Beckham was bought for peanuts*. EN: Times online (The Sunday Times). (Un extracto de *White Angels: Beckham, Real Madrid and the New Football*, Bloomsbury Pub.) . 12-9-04. 2004
- CONDO, Augusto *Nuestro primer saludo*. EN: *La Educación Física (Revista Mensual Ilustrada)*, 1, 1919. pag. 1. Constitución Española, 1978. C.D. (2005) Corporaciondermoestetica.com/web/esp/salud/hombres.php
- CHAPKIS, Wendy *Beauty secrets*, The Women's Press, Londres. 1986
- GALBRAITIT, John Kenneth. *La cultura de la satisfacción*, Ariel, Barcelona. 1992.
- GREENE, Ed *La historia de David Beckham (no autorizada y no oficial)*, Everest, León. 2004
- GUTTMANN, Allen *Sport spectator*, Columbia University Press, New York. 1986.
- HOLE, Christina. *English sport and pastimes*, Batsford, London. 1949.
- LASCH Christopher. *La cultura del narcisismo*, Editorial Andrés Bello, Santiago de Chile. 1999.
- MALCOLMSON, Robert W *Popular recreations in English society, 1700-1850*, Cambridge University Press, Cambridge. 1979.
- MARÍAS, Javier. *El artículo más impopular* EN: *El País semanal*, 1.476, 9-1-05, 2005. 102.
- MORTON, Andrew. *Beckham & Victoria (Biografía no autorizada)*, La esfera de los libros, Madrid. 2003.
- PONENCIA Informe de la Ponencia sobre los condicionantes extrasanitarios de la anorexia y la bulimia. Boletín Oficial de las Cortes Generales, VI legislatura, de 25-noviembre-1999.
- RENSON, Roland. *El retorno de los deportes y juegos tradicionales*. Perspectivas de la actividad física y el deporte, 8, 1991 2-5.
- SIMPSON, Mark. *Meet the metrosexual*. En marksimpson.com (también en salon.com, 22-7-02). 2002.
- TRATADO: por el que se establece una Constitución para Europa, Ministerio Asuntos Exteriores y Cooperación, Interior y Presidencia, 2004.
- WALVIN, James *The people's game. A social history of British football*, Allen Lane, Bristol. 1975.
- YOUNG, Percy M. *A history of British football*, Stanley Paul, London. 1968.