

La cultura de consumo, el cuerpo y la educación física

José Ignacio Barbero González*

9

Concibiendo la educación física como parte activa de la cultura física-corporal-somática en un contexto dado, este texto reflexiona sobre sus significados y funciones en las postindustriales sociedades occidentales, y cuestiona la autonomía y la capacidad de este campo para generar y transmitir una cultura corporal que no sea mera reproducción de ciertas demandas ajenas a él y que tal vez no contribuyen al bienestar de las personas ni a su consciencia democrática.

Taking physical education as an active part in the physical-corporal-somatic culture in a given context, we reflect on the significance and functions of that education in the post-industrial western societies. We also question the autonomy and capacity of such education to generate and transmit a corporal culture that is not a mere reproduction of certain improper demands, which maybe, do not contribute to people's well-being, nor do they contribute to their democratic awareness.

Sea cual sea la sociedad o época histórica en que pensemos, el cuerpo de las personas aparece siempre sujeto por un conjunto de prácticas, saberes y normas que le dan forma y, al hacerlo, recrean y glorifican unas determinadas creencias y valores. De hecho, y aunque a veces no se les presta la atención debida, los procesos y técnicas de moldeamiento y formación corporal constituyen una parte muy importante del conjunto de dispositivos que toda sociedad instituye para dotar de la identidad que considera apropiada a los individuos que la integran. En este sentido, los cuidados más o menos explícitos y detallados del cuerpo no son sólo una consecuencia secundaria inevitable de la socialización, son también una causa eficiente,

un medio activo que, dirigiéndose o aplicándose aparentemente sólo sobre la parte más externa y física de los sujetos, modifica y construye cualidades internas.

Las sociedades, como sabemos, no son producto de la mera yuxtaposición de elementos uniformes. En principio, se asemejan más a un organismo vivo, sujeto a cambios en función de su dinámica interna y sus relaciones con el exterior, que a la materia inerte. Por tanto, experimentan transformaciones, su estabilidad no es absoluta, su densidad, división de funciones, movilidad, instituciones y agentes imperantes, sistema productivo, relaciones de poder, etcétera, varían a lo largo del tiempo. En todo caso, los individuos que las componen han de ser *integrados*, han de ser constituidos como

*Profesor investigador del departamento de didáctica de la expresión musical, plástica y corporal, de la Facultad de educación, de la Universidad de Valladolid.

miembros mediante el conocimiento e interiorización de las reglas de juego. En este contexto, los modelos y usos corporales que uno se encuentra en un momento dado no son neutrales, constituyen una parte significativa de dichas reglas, recrean las características de la sociedad. Si a primera vista nos parecen todos similares e intercambiables, es porque reflejan la homogeneización que toda cultura presupone; si a su vez existen rasgos diferentes perfectamente observables es porque el cuerpo es también un indicador inevitable de la identidad individual, del grupo de origen, de la función social encomendada, de las desigualdades existentes y, en fin, del tipo de relación que, en un contexto dado, se mantiene con el mundo.

El cuerpo se presenta, pues, como un foco, *locus* u objeto imprescindible de intervención en la construcción de identidades. No hay iniciativa o discurso activados por un agente, grupo o instancia social con una mínima capacidad de influencia que no tenga una repercusión y/o vertiente corporal.

Todo parece indicar que las prácticas y saberes que desde antiguamente se han dedicado con mayor intención y asiduidad a esta tarea de regular el cuerpo y definir la propiedad de sus usos han sido los relacionados con los mundos, no siempre separados, de la religión y de la medicina. La creciente secularización de las sociedades industrializadas ha limitado muchísimo la influencia y control que sobre amplias esferas de la vida terrenal venían ejerciendo los cuidadores de almas. Sin embargo, en el caso de la medicina y de otras

disciplinas asociadas, investidas como están de carácter científico, el proceso ha sido el contrario, han reforzado su condición de propietarias exclusivas (o al menos esa es su pretensión) de la capacidad de legitimar todo lo que sobre el cuerpo pueda decirse.

Desde esta óptica, parece pertinente recordar que un alto porcentaje de las justificaciones científicas que dan sentido a los enunciados posibles en la educación física lo hemos tomado de los expertos en la salud. Como es sabido, los primeros tratados de *gimnástica* aparecidos en el siglo XVI fueron escritos por *galenos* que concebían dicha materia como parte de la medicina, la autoría de muchos de los textos programáticos y catequéticos que se publicaron en el XIX con el fin de implantar la educación física entre las poblaciones (a través, por ejemplo, del sistema escolar en ciernes) correspondió también a médicos y, finalmente, ciertas áreas como la fisiología y la anatomía se siguen considerando hoy decisivas en la formación de profesionales de nuestra materia.

La educación física imperante hasta hoy se ha dedicado a fabricar cuerpos (e identidades) apoyándose sobre todo en los saberes aludidos que, como es obvio, partían de unas premisas, se encuadraban dentro de un *episteme* (preguntas, indagaciones, enfoques, etcétera, posibles o imposibles en un momento dado) que los autores de los textos constitutivos del campo, aparecidos en el siglo pasado y principios de éste, hicieron bastantes explícitas y que, paradójicamente, hemos ido progresivamente ignorando o dando por supuestas. La premisa,

quizás, más decisiva y totalizadora que ha venido guiando nuestra práctica de moldeadores de la *res extensa* ha sido la de concebir (inconscientemente, insisto) el cuerpo como una *máquina* compuesta por distintos sistemas en los que, a su vez, se pueden efectuar sucesivas divisiones y subdivisiones de componentes en función de su complejidad.

En el modelo del *cuerpo máquina* se combinan los supuestos científicos del positivismo, la *racionalidad instrumental* que impregna la organización y comportamiento de las sociedades modernas y la cuota de *docilidad-productividad* de las poblaciones que requiere e impone el sistema productivo. Desde esta óptica, el cuerpo se concibe como algo objetivable, desguazable, susceptible de ser analizado por partes, compuesto por sistemas, órganos y elementos con funciones y cualidades específicas que pueden ser trabajadas separadamente de acuerdo con planteamientos y planes científicos destinados a potenciar su rendimiento. De ahí que los primeros programas de educación física destinados al



conjunto de las poblaciones, preocupados por la salud física y moral de las *masas*, insistan en el análisis de los gestos, en las posiciones inicial y final de los ejercicios, en el recorrido de los movimientos, en la ocupación apropiada del espacio, en las alineaciones de los grupos, en las funciones o finalidades específicas de cada parte individualizada del cuerpo, en las estadísticas antropométricas y, en fin, en las demostraciones científicas de la anatomía y fisiología. De

ahí también que, al hablar de los contenidos y fines de nuestra práctica docente, nos sea muy difícil pensar en otra cosa que no sea aumentar la resistencia, la fuerza, la velocidad, la flexibilidad, etcétera, cualidades para las cuales existen múltiples instrumentos *objetivos* de medida y sistemas para su desarrollo y/o entrenamiento.

La educación física se muestra de este modo como un *arte del cuerpo* muy peculiar, nada neutral, acorde con los discursos hegemónicos que provocaron su emergencia en un determinado contexto social. Teóricamente al menos, las prácticas y saberes imperantes podrían ser otros y, de hecho, en el siglo y medio de historia de la educación física han aparecido modelos divergentes e incluso alternativos. No parece que estos últimos hayan contado con el apoyo suficiente como para modificar substancialmente las claves constitutivas del campo.

Concebida la educación física como una parte activa de la cultura *física-corporal-somá-*

tica en un contexto dado, el presente artículo tiene por objeto plantear una reflexión sobre sus significados y funciones en las *postindustriales sociedades occidentales* en que vivimos. La cuestión básica que habría que responder es la de la autonomía y capacidad de nuestro campo para generar y transmitir una cultura corporal que no sea mera reproducción de ciertas demandas nacidas y recreadas en otros ámbitos y que tal vez no contribuyan al bienestar y consciencia democrática de las personas.

Cultura de consumo

La civilización del bienestar consumista ha sido la gran enterradora histórica de la ideología gloriosa del deber. En el curso de la segunda mitad del siglo, la lógica del consumo de masas ha disuelto el universo de la homilía moralizadora, ha erradicado los imperativos rigoristas y engendrado una cultura en la que la felicidad predomina sobre el mandato moral, los placeres sobre la prohibición, la seducción sobre la obligación. (...) Se ha edificado una nueva civilización que ya no se dedica a vencer el deseo sino a exacerbarlo y desculpabilizarlo: los goces del presente, el templo del yo, del cuerpo y de la comodidad se han convertido en la nueva Jerusalén de los tiempos postmoralistas.

(Lipovetsky, *El crepúsculo del deber*)

Al decir *cultura de consumo* pienso, parafraseando la clásica definición de Tylor¹,

en el conjunto de creencias, valores, normas, formas de ser, etcétera, imperantes en las zonas privilegiadas de esta *aldea* o, más bien, *mercado global* de complejas e inestables interdependencias en que se ha convertido el mundo de nuestros días gracias, sobre todo, a las tecnologías de la comunicación y a las necesidades de las grandes corporaciones transnacionales financiero/industriales. En cierto modo, las personas que habitamos las áreas en las que impera el bienestar, nos encontramos inmersas en una especie de *gran superficie* llena de anuncios y mensajes que nos invitan a comprar o vender.

En cuanto escenario, nuestro espacio vital está decorado por un collage de imágenes-espejo mutantes y efímeras, diseñadas para deslumbrar a los espectadores-actores a la vez que les hace partícipes de la idea de que, si lo desean, tienen múltiples opciones, cada cual mejor, todas ellas al alcance de la mano. Es éste un espacio en el que no hay tiempo para las reflexiones profundas, donde los valores son muy volátiles y heterogéneos y donde, definitivamente, una imagen vale mucho más que cientos de palabras.

La cultura de consumo emerge en el contexto de las sociedades postindustriales-postmodernas, caracterizadas, parece ser, por el fin del empleo², el ocio creciente del tercio de la población satisfecha con su estilo de vida³, el fin de las ideologías y de la historia⁴, el inevitable

¹ E.B. Tylor. *Primitive culture*, Murray, Londres, 1871.

² G. Vattino. "El fin del empleo". *El País*, 4-5-96, p. 12.

³ J.K. Galbraith. *La cultura de la satisfacción*. Ariel, Barcelona, 1992.

⁴ F. Fukuyama. ¿El fin de la historia? *Claves de razón práctica*, 1, 1990, p.85-96.

deterioro del estado del bienestar y el advenimiento de un nuevo orden mundial cuyos efectos se transfieren a la vida cotidiana con una inmediatez sin precedentes.

La cultura de consumo se sustenta sobre el privilegio de la abundancia, la distancia de la necesidad y su reverso no mencionado: las bolsas de pobreza locales o globales donde se amontonan los que, de acuerdo con los autocomplacientes y satisfechos enunciados del tercio de la población inmune a la crisis, *no hacen sus deberes*, no se esfuerzan lo suficiente para cambiar su condición de pobres, mendigos, enfermos, desempleados o marginados y, por tanto, no merecen siquiera ser atendidos por el estado de bienestar, de cuyas dificultades económicas son responsables. La cultura de consumo recrea, pues, una realidad llena de colorido e ignora las zonas de penumbras a pesar de que, tal como han explicado algunos pensadores, son imprescindibles para el buen funcionamiento del sistema. [...] son necesarios los pobres en nuestra economía para hacer los trabajos que los más afortunados no hacen y

que les resultarían manifiestamente desagradables e incluso dolorosos. Y es siempre necesario que haya un suministro y una reposición constante de esos trabajadores⁵.

La cultura de consumo conlleva la proliferación de imágenes. La rapidez con que éstas se renuevan y el atractivo o necesidad de jugar con las relaciones entre significantes y significados, contribuyen a diluir las fronteras entre lo verdadero y la ficción, entre lo real y lo virtual. En este contexto, las apariencias glorificadas por la imaginaria pasan a ocupar el lugar de las esencias; se configura una nueva escala de valores que condiciona y moldea la percepción de los sujetos, las posibilidades y formas de conocer, sentir y actuar. Los valores más cotizados se expresan en términos de belleza, sexualidad, sensualidad, hedonismo, ocio, último modelo, juventud. Aquellos objetos (y personas) que mejor combinan estas cualidades son los más apreciados y a los que se atribuye mayores probabilidades de éxito. Finalmente, y así se cierra el círculo, la publicidad procura asociar dichos valores con cualquier cosa que

⁵ J.K. Galbraith. Op. cit. p. 43. Al revisar estas líneas, no puedo dejar de añadir una breve referencia a algunos hechos de actualidad que ponen de manifiesto las contradicciones internas de los conceptos de aldea global y cultura de consumo. Me refiero a los desplazamientos de masas de gente, a los campos de refugiados en la zona de los grandes lagos africanos donde cientos de miles de personas corren el riesgo de morir de hambre mientras los postmodernos países postindustriales meditan su intervención, y a la conferencia de la Fao (Onu para agricultura y alimentos) que se está desarrollando en Roma. En este contexto, el secretario general de la Fao, el senegalés J. Diouf, realizó las siguientes comparaciones: El presupuesto de la Fao es inferior al gasto en alimentos para perros y gatos en sólo seis días en nueve países desarrollados y representa menos del 5% de lo que gastan anualmente los habitantes de un solo país desarrollado en productos para adelgazar. (*El País*, 14-11-96, p.29). El presupuesto de Fao para el bienio 95-96 es de 650 millones de dólares (84.500 millones de pesetas). La cifra oficial de las personas que pasan hambre es de 840 millones y el programa de la Fao pretende reducir esta cifra a la mitad en 20 años. Haro Tecglen comenta y amplía el concepto y número de hambrientos en estos términos: La cifra de la Fao... de 840.000.000 de personas con hambre es baja. El cálculo es tres cuartas partes de la población mundial bajo mínimos: más de tres mil millones de personas. No sólo el hambre seca y mortal; el *hambre oculta* (las enfermedades por escasez), la vida miserable (agresión del clima, falta de higiene; carencia de medicinas y de médicos), la incapacidad de salir del estado de indefensión (educación nula, desconocimiento de las técnicas) y religiones perniciosas... Además, nuestra agresión, la de la cuarta parte de la humanidad que sólo pasa hambre por moda, la sociedad del despilfarro y las armas. (Haro Tecglen, 1996, 61).

se le encargue promocionar aunque, para ello, tenga que recurrir a las artimañas o montajes más peregrinos que uno pueda imaginar.

La imaginería no es sólo informativa, constituye en sí misma un espectáculo que explota el mensaje ligero, superficial, breve. La inmediatez, rapidez y limitaciones temporales con que se produce la enorme oferta de imágenes deja poco espacio para la comunicación racional y la articulación de explicaciones más profundas y reflexivas. Incluso éstas deben recurrir al titular, a la primera impresión más que al texto. El mensaje ligero, la fluctuación de las relaciones significante-significado, la confusión e inestabilidad de los puntos de referencia trascendentes contribuyen a la sacralización de ciertas mercancías y símbolos, productos materiales y culturales que se convierten en fetiches orientadores de nuestros apetitos, motivaciones, valores y comportamientos. El fetiche funciona como un documento que glorifica su cultura de referencia. Tomemos el ejemplo de la hamburguesa: el señor Kroc, máximo responsable de McDonald, afirmó que su producto encarna “la representación de los auténticos valores americanos”. “Una hamburguesa americana actúa como signo de un sistema cultural y cada local opera como un centro de propaganda incomparablemente más eficaz que las instituciones oficiales”⁶.

La saturación de imágenes y la alta densidad de mensajes desnatados provocan, por un lado, que las fidelidades sean cada vez más transitorias

y efímeras. Hay, sin embargo, casos en los que puede ocurrir lo contrario. La permanente crisis económica-cultural-ecológica de la aldea-mercado global se traduce, entre otras cosas, en la escasa capacidad de las nuevas organizaciones supranacionales para generar entusiasmo colectivo en torno a proyectos a largo plazo. La superación o destierro de los puntos de referencia trascendentes del pasado y la relatividad o inexistencia de otros nuevos que los sustituyan, favorecen la configuración y proliferación de consciencias colectivas de distinta índole y tamaño que, articuladas igualmente en torno a ingredientes fetichistas e irracionales, mantienen la fidelidad de sus miembros durante más tiempo.

La cultura de consumo, como se ha dicho, dota la realidad de un sesgo espectacular, inunda el espacio social de un creciente número de grandes superficies en las que las personas se ven obligadas a asumir la doble condición de actor y espectador, de mirar y ser vistas. Los espacios públicos y privado están cada vez más condicionados por esta eliminación de las barreras (arquitectónicas y simbólicas) entre escenario y patio de butacas. El teatro del mundo de las imágenes, el consumo y la comunicación es, en este sentido, aparentemente más democrático: todos somos actores y podemos merecer en cualquier momento la atención del público.

Se nos mire o no, nos presten atención o nos ignoren, el tiempo que transcurrimos en escena es mucho mayor y, además, no siempre contro-

⁶ V. Verdú. *El planeta americano*, Anagrama, Barcelona, 1996.

lamos el guión que establece los momentos de entrada y salida. Esto conlleva riesgos y exigencias. Entre los primeros, el principal es que nos pueden pillar desprevenidos, indispuestos, con la guardia baja, relajados... y ofrezcamos una imagen que, en un instante, nos prive del capital y poder almacenando tras prolongados esfuerzos. Para evitarlo, ésta es la exigencia, no queda más remedio que mantener siempre un cierto grado de vigilancia que nos asegure un mínimo de desenvoltura, naturalidad aprendida y corrección política ante inevitables e imprevistas entradas en escena.

De este modo, se transforma y perpetúa el poder panóptico ideado por Bentham el siglo pasado. Este jurista utilitarista británico imaginó una estructura carcelaria en la que, para economizar y simplificar la vigilancia, existía un punto central desde el que se podía ver a los internos en sus celdas, pero éstos no sabían si en un determinado momento estaban siendo observados. Este ideal impregnó de algún modo muchas de las variadas iniciativas de *jardinería de masas*⁷ activadas por las clases dirigentes durante el siglo XVIII (anteriores a Bentham), el pasado y el presente.

En el contexto de la cultura de consumo, el poder de la representación

y de la escena⁸ diluye el centralismo del ojo del poder, diversifica los puntos de emisión, multiplica la pluralidad y versatilidad de las imágenes-espejo, traslada la vigilancia al espectador-actor individual que se convierte así en sujeto observador y objeto observado, y generaliza el autoexamen de la apariencia.

De hecho, la cultura del bienestar no se concibe sin todo un arsenal de normas, de informaciones técnicas y científicas que estimulen un trabajo permanente de autocontrol y vigilancia de sí: tras el imperativo categórico, el *imperativo narcisista* glorificado sin cesar por la cultura higiénica y deportiva, estética y dietética⁹.

Concebida la imagen personal como un activo que condiciona el éxito o fracaso en la vida, su cuidado y control emerge como algo necesario. Surge así un nuevo tipo de aprendizajes, cada vez más institucionalizados, relativos al comporta-

tamiento en público, a la actuación y pose pertinente en una u otra situación y, en fin, a la gestión de emociones, sentimientos e impulsos. La creciente relevancia de una serie de profesiones cuyo objeto es las relaciones públicas refleja las demandas y establecimiento de una nueva *economía afectiva*¹⁰.

La cultura de consumo, ya se ha dicho, emerge en la abundancia de las socie-



⁷ F. Alvarez Uria. La ilustración y su sombra. Dominación cultural y pedagogía social en la España del siglo de las luces. En Varela/Alvarez Uria, *arqueología de la escuela*. La Piqueta, Madrid, 1991, 85-128.

⁸ G. Balandier. *El poder de la escena*. De la representación del poder al poder de la representación. Paidós, Barcelona, 1994.

⁹ G. Lipovetsky. *El crepúsculo del deber*. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos. Anagrama, Barcelona, 1994.

¹⁰ J. Varela. "De las reglas de urbanidad a la ritualización y domesticación de las pulsiones". En Sabater, F. (Ed): *Filosofía y sexualidad*. Anagrama, Barcelona, 1988, 73-92.

dades postindustriales-postmodernas donde el ocio, se afirma, acabará siendo más importante que el trabajo. No sé quiénes han sido los héroes infantiles, juveniles y populares de otras épocas. En todo caso, entre las estrellas del presente existe una sobrerrepresentación de gentes del mundo del ocio cuyos méritos no siempre pueden ser explicados en términos de aportaciones enriquecedoras del acervo material, cultural o asistencial de la sociedad. La supuesta preeminencia del valor ocio choca frontalmente con valores tradicionales tales como la autorrealización mediante el trabajo¹¹. Además, como explica Vattino, uno de los problemas que habrán de afrontar las sociedades postindustriales afectadas por el *fin del empleo* es la carencia de ese factor central de identificación que es precisamente el trabajo: "Lo que confiere al trabajo esta extraordinaria función educativa es el hecho de poner al sujeto en una relación concreta de conflicto, pero también de diálogo, con un material externo al que da forma fatigosamente a la vez que se modela a sí mismo"¹².

La propia imagen de la persona que se hace a sí misma a lo largo de una vida de privaciones y esfuerzos contradice el enfoque hedonista y colorista de la imaginación actual. Esta incita más bien a la búsqueda del éxito rápido, presenta un mundo fácil, confortable, al alcance de todos, sin problemas que un jasp (joven aunque suficientemente preparado) –de clase media, por

supuesto– no pueda solventar. Por otra parte, la extensión del ocio ha pillado a la gente tan desprevenida e ignorante que no sabe cómo sacarle el máximo provecho. Por ello, ha aparecido también una variada gama de profesiones que, preocupadas por organizar el tiempo libre de las personas de acuerdo con los cánones de un estilo de vida hedonista-sano-y-bello, han inventado e institucionalizado la educación para el ocio.

Finalmente, la cultura de consumo ha dotado al cuerpo de una preponderancia inusitada. Tal vez nunca fueron las sociedades en su conjunto tan conscientes de la presencia de los cuerpos como lo son ahora.

El cuerpo

La vida y la estructura de las cosas

(...)

a) *Proporción*

(...)

Si abrimos las piernas hasta disminuir la altura en un cuarto, y extendemos los brazos, levantándolos de tal modo que los dedos medios estén al nivel de la parte superior de la cabeza, debemos saber que el ombligo será el centro de un círculo del que los miembros extendidos tocan su circunferencia. Así mismo, el espacio entre las piernas formará un triángulo equilátero. El espacio existente entre los brazos extendidos de un hombre es igual a la altura.

¹¹ Como ilustración de la importancia social del ocio, un dato: "... los americanos gastan desde 1980 dos veces más en asuntos de entretenimiento que en enseñanza primaria y secundaria juntas. Sólo en 1983 se invirtieron más de 240.000 millones de dólares (30 billones de pesetas) en parques temáticos, cines, palacios de deportes, centros de juego interactivo". (Verdú, 1996, p.115).

¹² G. Vattino. "El fin del empleo". *El País*, 4-5-96, p. 12.

La distancia que hay desde las raíces del cabello hasta la barbilla es la décima parte de la altura de un hombre; la que hay desde... (L. da Vinci, Cuaderno de notas).

Al empezar este nuevo apartado quiero hacer explícitas unas dudas sobre el enfoque que debo adoptar. El primer dilema tiene que ver con la cuestión del género. Si en algún ámbito continúan siendo abismales las diferencias entre hombres y mujeres, ése es el de lo corporal. Obviamente, no me refiero a las diferencias biológicas, sino al desigual tratamiento cualitativo y cuantitativo por parte de los múltiples dispositivos sociales que intervienen en este tema. Finalmente, he optado por hablar más bien en general de procesos que afectan a todos, a hombres y mujeres. Esta decisión suaviza un relato que desde una perspectiva feminista sería, con razón, mucho más crítico.

La segunda duda emana de la complejidad del cuerpo como tema sobre el que escribir: la elección de los elementos con los que construir el relato. En este sentido, en este apartado pretendo simplemente resaltar el papel central del cuerpo en la cultura de consumo. Para la confección del guión me voy a servir de algunos datos obtenidos en un estudio que, sobre estas cuestiones, venimos realizando desde hace algún tiempo entre el alumnado de secundaria de Castilla-León. El hecho de que la población adolescente se sienta afectada por determinadas prácticas prueba de algún modo la difusión y hegemonía de los patrones culturales que incitan a ellas.

¹³ V. Verdú. Vuelve la belleza. El País, 12-8-96b, pág. 18.

La cultura de consumo, narcisista, mediática, *light*, de lo efímero, de la satisfacción del ocio –por indicar sólo algunas de las expresiones con las que se denominan distintos aspectos de un mismo fenómeno– ha transformado el significado y valores del cuerpo dotándolo de poderes que antes no tenía y convirtiéndolo en foco de nuevos conflictos. En la aldea-global-gran-superficie en que vivimos las personas privilegiadas, el cuerpo es y funciona como un agente comercial/relacional de primera magnitud. Todos somos cada vez más conscientes de que cuestiones tan importantes de la vida real como puedan ser los lazos de amistad, las posibilidades de encontrar trabajo, el acceso a puestos de responsabilidad y poder o la propia autoestima, están íntimamente relacionadas con el *capital físico* que disponemos y el modo en que lo gestionamos. En una reciente columna de prensa, V. Verdú destacaba algunas de las ventajas asociadas a la belleza: "Los guapos o las guapas no sólo obtienen mayor provecho activo y pasivo en las relaciones románticas, ganan más dinero, persuaden con mayor facilidad, logran mejores calificaciones y ascensos, ganan ocasiones de felicidad. (En relación con la simetría)... un rostro bien centrado hace adelantar hasta cuatro años las ocasiones de relación sexual y, según prueba realizada con 86 parejas, en 1995, para las mujeres era dos veces más fácil experimentar un orgasmo con un hombre de morfología simétrica que con cualquier otro"¹³.

En una entrevista que tenía lugar en un gimnasio de lo que parecía un lujoso centro, una mujer madura explicaba el concepto de capital físico

desde una óptica mucho más personal: "Las mujeres tendemos a pensar que somos nuestro cuerpo. Mi poder proviene de lo que parezco. Una buena figura asegura más poder. Por eso invertimos en..."¹⁴

El alumnado de secundaria muestra igualmente que la consciencia del papel que el capital físico desempeña como pasaporte hacia todo lo bueno de la vida se extiende por doquier. Si se les pregunta: *¿crees que la apariencia externa afecta a las posibilidades de éxito de las personas en la vida?, ¿de qué modo?*, sus respuestas indican que más del 75% de los adolescentes es consciente de que el *aspecto físico, la fachada, el tipo, la figura, el atractivo,...* condicionan las *posibilidades* de cosas tan diversas como *encontrar trabajo o echarse novio*.

Estos enunciados sugieren también cuáles son los nuevos indicadores del capital físico. Este ha dejado de medirse, pues, en términos de una salud y un vigor que emanan del interior, resultantes del buen funcionamiento y armonía de órganos y sistemas y que se manifiesta a través de cualidades como la fuerza, resistencia, agilidad, velocidad, flexibilidad, etcétera. Por el contrario, tiene más que ver con la apariencia externa; esto significa que el valor (físico y moral) de una persona dependen de la lejanía o proximidad de los modelos perfectos que, ocultando su irrealidad y sus procesos de producción, glorifican los *mass-media*.

La universalización de los cánones de belleza (corporal) constituye uno de los éxitos y/o subproductos más obvios de la imaginaria consumista. Antes, la diversidad era mayor: las fórmulas que regían la combinación de sustancia y forma tenían un carácter más localista. La llegada del cine abrió la puerta para la difusión del lenguaje universal. De acuerdo con Featherstone, Hollywood empezó a lanzar estrellas para el consumo en los años veinte. Desde entonces, aunque con altibajos, no ha parado de instruirnos en los estándares de representación corporal propios de cada momento. En una primera etapa, el impacto más fuerte correspondió a las mujeres. A partir de los años sesenta y setenta, los varones comenzamos a ser también objeto de este tipo de discursos masivos¹⁵. La acción de los distintos *medios* ha dado lugar a una homogeneización *in crescendo* y parece ser, como explica Verdú (1996b), que Internet, una red de comunicación global, contiene un tipo 10 –universal, se entiende– al que se puede acceder tecleando una cadena de letras.

Las características de este modelo transnacional nos las resumen igualmente los adolescentes castellano-leoneses. Cuando se les pregunta, por ejemplo, *¿cómo describirías la figura corporal que más valoras o que más te atrae? a) de tu propio sexo; b) del otro sexo, o si podrían describir el tipo de figura corporal que les parece que está más valorada socialmente,*

¹⁴ Channel-4 TV. *Without Walls. Bad Ideas of the 20th Century: Bodium*. 1993.

¹⁵ M. Featherstone. *The Body in Consumer Culture*. En Featherstone/Hepworth/Turner (ed). *The Body. Social Process and Cultural Theory*. Sage. London, 1991, 170-196.

insisten en las proporciones, medidas, delgadez y altura. El ideal se recrea en torno a los siguientes términos: *buen tipo, 90-60-90, la de cualquier modelo, Julia Roberts, Claudia Shiffer, presentadoras de TV* (por ejemplo), *170 cm. y 52 kg., figura esbelta, piernas con buenas formas, etcétera.* A los chicos se les representa más altos, *han de medir 180-185, tener peso adecuado, complexión un poco musculosa y bien proporcionada.* Los dos rasgos que se mencionan como específicamente masculinos son la mayor estatura y los músculos.

Como queríamos constatar el origen y aprendizaje de estos cánones estéticos, les preguntamos también *de dónde veían los modelos corporales a los cuáles les gustaría parecerse y si podían indicar algunos de dichos modelos.* Sus respuestas refuerzan las explicaciones ya dadas: la televisión es el medio más citado, casi siempre, pero se nombran también revistas, modelos, cine y estrellas de la pasarela femeninas y masculinas —ésta en mucho menor grado—. Algunos comentarios inciden en el modo en que estos patrones culturales impregnan todo el tejido social: *están en todos los medios publicitarios, en todos los lados, en la calle, las amigas...*

El programa de *Channel-4 TV* anteriormente mencionado, relaciona esta universalización de los modelos estéticos con una enfermedad, el *bodyism*, que afecta especialmente a las mujeres debido a que han de someterse constantemente a la comparación con *el ideal*: mientras las imágenes muestran a mujeres de la Alemania nazi que, en fila, van pasando de una

en una por una tarima, comparando su figura con una silueta recortada en un molde, la narradora explica que hoy ellas sufren un *facismo del cuerpo* consistente en la obligación de ajustarse permanentemente al modelo de belleza imperante. En esta línea, continúa la comentarista, las pasarelas de la moda funcionan como las tropas de asalto del *bodyism*.

Esta enfermedad del cuerpo está relacionada con las exigencias de ajuste y comparación con los modelos ideales. En el mencionado programa televisivo, se recoge una escena de una telenovela en la que la protagonista, culpabilizada, dice a su pareja: *realmente lo intento muy fuerte, trato de responder a esa imagen, quiero ser ésa que tú quieres que sea.* Posteriormente, en una entrevista con la actriz, ésta explica cómo, para tener trabajo, se ve obligada a ser pequeña y delgada, a controlar su cuerpo para poderse poner los vestidos que la hacen llevar, a parecer otra persona muy distinta de quien realmente es. De hecho la *hexis corporal* de la mujer entrevistada difiere completamente de la que actúa en el culebrón.

En esta misma línea, los adolescentes —en mayor medida las chicas— también afirman sentirse presionados para vigilar, cuidar (y transformar) su apariencia. Las circunstancias y las personas que activan dicha presión son variadas. Unas de carácter general: *la televisión y los modelos, las chicas que ves por la calle, el entorno...* Otras más concretas y cercanas: *la familia, los hermanos, las amigas, yo misma...* Cuando se interiorizan los ideales, los agentes externos coactivos o pedagógicos sobran: por la única

que me presiono es por mí misma. No me gustaría ser gorda. (Respuesta de una adolescente).

Los discursos en torno al cuerpo tratan la anatomía del ser humano de una forma peculiar e, igualmente, con diferencias significativas entre hombres y mujeres. La atención se dirige hacia unas zonas muy concretas que parecen constituir la prueba de la posesión de las cualidades (físicas y morales) en boga. Otra de las preguntas que hemos hecho trataba de indagar *las zonas del cuerpo a las que prestan mayor atención, vigilan o cuidan más*. Casi todos hacen referencia a la cintura-barriga-tripa-abdomen-caderas; en segundo lugar, en torno al 40% de los casos, aparecen las piernas y la cara. Son muy pocos los que manifiestan no estar preocupados al respecto.

En realidad, los jóvenes no hacen sino reproducir la cultura corporal imperante en el escenario social. Sus preocupaciones reflejan sus esfuerzos por adaptarse a las exigencias que se les imponen. Algunos, especialmente las chicas, son tan perfeccionistas que acaban enfermando. Emerge de este modo la anorexia nerviosa, una epidemia de nuestro tiempo que el doctor Gordon se encontró por primera vez en 1971, cuando todavía no había terminado su formación y respecto a la cual su supervisor le comentó que *era muy afortunado al tener la oportunidad de observar una paciente semejante, pues la anorexia nerviosa era una afección muy rara y*

*que probablemente iba a encontrar muy pocas pacientes de esas en toda una vida de práctica clínica (?)*¹⁶. Esta *extraña* enfermedad se ha convertido en las últimas décadas, en el contexto de la cultura de consumo, en la *metáfora de nuestro tiempo*: “La preocupación por la comida está relacionada con la fetichización de la figura humana. Las mujeres desean adquirir ese cuerpo bello, elusivo, eternamente joven. El cuerpo de la mujer se convierte en objeto de escrutinio, el receptor de una enorme atención, y el vehículo para la expresión de una amplia gama de enunciados. (...) Las mujeres aceptan –en alguna medida– la importancia de la apariencia personal y, de este modo, la obsesión por el cuerpo es para ellas una forma permitida de autoexpresión y compromiso personal. Pero esta actividad privada públicamente sancionada esconde la profunda angustia que tantas mujeres sufren en relación con sus cuerpos... La anorexia nerviosa es quizás la consecuencia más dramática de la obsesión cultural por regular el tamaño del cuerpo”¹⁷.

Nuestros adolescentes confirman la opinión de esta terapeuta. En general, aunque con mayor fuerza en las chicas, el miedo a engordar, que aparece en más del 50% de los casos, es más frecuente que el miedo a adelgazar; son muy pocos los jóvenes que por motivos serios o frívolos no se han puesto alguna vez a dieta; asumiendo que la estatura es inalterable, la relación talla-peso que consideran ideal casi siempre implica reducción de kilos; al menos

¹⁶ R.A. Gordon. *Anorexia y bulimia. Anatomía de una epidemia social*. Ariel, Barcelona, 1974, p. 17.

¹⁷ S. Orbach. *Hunger Strike*, Penguin, Harmondsworth. 1993, p.3.

la mitad de las personas afirma verse más bien gordos; y, en fin, a una inmensa mayoría les disgusta más engordar que adelgazar. En este sentido, muchos escritos de pensadoras y terapeutas han tenido que defender el derecho a la grasa y a ser gorda¹⁸.

Las demandas incitan, pues, a la búsqueda del cuerpo delgado y/o esbelto. En este contexto, voy a reseñar brevemente tres aspectos de la lectura que de ese cuerpo/texto efectúa S. Bordo¹⁹. En primer lugar, esta autora presenta el culto a la esbeltez como una ansiedad contemporánea que se manifiesta en otros ámbitos como, por ejemplo, en el cine de terror más reciente donde, a diferencia del de hace unos años, los monstruos suelen ser producto de transformaciones corporales que van de dentro hacia afuera, resultantes de erupciones de la carne, es decir, de la incapacidad de la dermis para contener las vísceras. Este tipo de escenas y criaturas son una metáfora de la profunda ansiedad psico-social en torno al control del interior del cuerpo y ponen de manifiesto el valor de la firmeza y tersura tan pregonada y prometida por distintos tipos de tecnologías a las que me referiré más adelante.

En esta línea, Bordo narra lo acaecido en un programa televisivo en el que se mostraron a un grupo de niños unas fotos de modelos de pasarela muy delgadas pero que mostraban pequeños abultamientos en la zona de las

caderas. Los muchachos reaccionaron apuntando a la cintura y afirmando con disgusto que estaban gordas. Esta anécdota sugiere que estar delgado no basta, hay que tener el tono suficiente que asegure un perfil contenido, firme, terso.

Otro aspecto puesto de relieve por esta pensadora es la relación entre la esbeltez y el estado del alma y/o la condición moral. Esta es una de las cuestiones más abordadas por la literatura sobre estos temas. Ser gordo o delgado, tener una buena tripa o carecer de ella, no han significado siempre lo mismo. En el siglo XIX, por ejemplo, los estómagos grandes de los varones eran un símbolo de éxito burgués, la ocupación del espacio reflejaba el valor acumulado. Hoy, la grasa y la obesidad tienen connotaciones negativas, se las asocia con la enfermedad, el abandono y dejadez de uno mismo, la infelicidad, el estilo de vida equivocado, los malos hábitos, la falta de autocontrol, etcétera.

Como ilustración en este sentido, conservo todavía una cuartilla de publicidad de un centro de belleza y control dietético que me encontré el año pasado en el limpiabrisas de mi coche en la ciudad de Palencia. Su titular me preguntaba: *¿gordo e infeliz?* Igualmente, aunque sea un relato de ficción, la novela de Mallet-Joris, *Divina*²⁰, describe bastante bien la condición de enferma a la que es reducida la obesa protago-

¹⁸ Véase por ejemplo S. Orbach. *Fat is a Feminist Issue*. Arrow, London, 1986, 1993.

¹⁹ S. Bordo. *Reading the Slender Body*. En Jacobus, M./Fox Keller, E./Shuttleworth, S. (eds): *Body/Politics. Women and the Discourse of Science*. Routledge, Londres, 83-112, 1990.

²⁰ F. Mallet-Joris. Op. cit., 1992.

nista, una profesora que vive en el piso 31 de un bloque al que un día se le rompe el ascensor. Cuando la noticia le llega a una amiga y compañera de trabajo, le telefonea y organiza la vida del siguiente modo:

“¡Es una estupidez, querida! con el peso que tienes... El corazón... Con todo lo que fumas no tienes el fuelle que... (para bajar andando las escaleras) ¡Y, además, nunca haces ejercicio! Si vinieses conmigo a hacer un poco de gimnasia suave... O sea, te lo pido por favor: ¡no lo intentes! Voy a avisar a Elisabeth, lo comprenderá; y Jean Marie no tiene nada a primera hora, seguro que se hace cargo de tu clase sin problemas. (...) Sí, y a mediodía, en el caso de que no hayan terminado la reparación, te mando a un alumno con un tentempie...”²¹

La tercera idea de Bordo que deseo destacar es la asociación que establece entre esbeltez, autocontrol y normalización. En la cultura de consumo, ya se ha comentado, la vigilancia y el examen del propio cuerpo se individualizan y la comparación con las imágenes-espejo, unida al esfuerzo de ajustarse a ellas, tiene un efecto homogeneizador. Lo curioso es la paradoja entre los propios términos *consumo* y *autocontrol*, el antagonismo entre unos mensajes que exigen capitular al deseo y al impulso y otros que piden regulación y moderación. En este contexto de contradicciones culturales, el cuerpo esbelto, dice Bordo, simboliza la gestión exitosa de uno mismo.

Finalmente, todo proceso normalizador requiere unas tecnologías disciplinarias que aseguren la

producción de cuerpos dóciles que se auto-vigilan. La finalidad de estas tecnologías es fabricar cuerpos. Se parte, del supuesto de que los sujetos somos todos *bodybuilders* que actuamos sobre una materia, nuestros cuerpos, que es plástica y moldeable.

Volviendo a nuestros adolescentes, ellos también comparten la idea de que el cuerpo es fabricable. Cuando se les pregunta *si creen que la figura corporal, peso, gordura, etcétera puede modificarse si una persona se cuida convenientemente*, la respuesta masiva es positiva. En el mismo sentido, pero más en el campo de la educación física, su opinión general es que por medio del ejercicio (los más nombrados son los abdominales y el *yogin*, aunque también se citan los deportes más diversos) se puede transformar la apariencia externa.

Por otra parte, en relación con las tecnologías disciplinarias predominantes, *los recursos o procedimientos que les resultan más familiares* son, en primer lugar, los referidos tanto al *ejercicio-deporte-correr-gimnasio-flexiones-abdominales...* como la *dieta-alimentación-horas de comida-calorías-beber mucha agua-evitar dulces...* En mucha menor medida aparecen los sistemas de belleza, mascarillas, exfoliantes, medicamentos o cirugía. En todo caso, es asombrosa la amplitud de sus conocimientos sobre algunas de estas cuestiones y el grado de certeza/verdad que les atribuyen.

²¹ F. Mallet-Joris. *Divina*. Alfaguara-Santillana, Madrid, 1992. p.15.

Una vez más, los jóvenes no hacen sino reproducir las creencias hegemónicas transmitidas por los *media*. Muy brevemente, voy a tratar de resumir los discursos de estas tecnologías disciplinarias a fin de ver cuáles son sus propósitos y qué programas proponen para conseguirlos. Esta síntesis se ha hecho a partir de la recolección de cientos de mensajes publicitarios emitidos por los medios de comunicación gráficos y audio-visuales de todo tipo: populares, serios, sensacionalistas, del corazón, diarios, revistas, a altas horas de la madrugada, distribuidos por buzones o en la calle, solicitados en tiendas de alimentación alternativa, farmacias, boutiques, etcétera.

A la hora de clasificar estas tecnologías, he tenido en cuenta tres aspectos: el ámbito de origen, el tipo de práctica que promueven y los objetos que comercializan. Sin embargo, no es fácil hacer divisiones puesto que los distintos campos están cada vez más entremezclados. Hoy se puede acudir a un gimnasio para cosas tan dispares como sudar un rato con las pesas, darse un masaje circulatorio, aplicarse una sesión de acupuntura contra el lumbago o el insomnio, hacerse un tratamiento anticelulítico, tomar rayos uva o, como dice el folleto del que extraigo estos ejemplos, recuperar la alegría de vivir mediante distintos sistemas de gimnasia suave. En fin, la clasificación resultante ha sido, por orden alfabético, la siguiente:

Aparatos, normalmente gimnásticos, aunque no necesariamente, por ejemplo, bicicletas, de remo, vibro-masaje, escaleras, lámparas, rayos uva, plantillas, etcétera.

Cirugía plástica, dirigida normalmente a zonas de acumulación de grasa, senos, flaccidez, piel de naranja, celulitis, etcétera o, en el caso de los hombres, al tamaño del pene.

Cosmética, incluyendo sobre todo cremas y geles, destinada a atacar la grasa y el envejecimiento (piel, color, tersura, etcétera).

Dieta, referida a productos alimenticios diversos, agua y cápsulas. Su tema central es no engordar.

Ejercicios, variados aunque hay que destacar el predominio de todo lo relacionado con el *aerobic* (videos, propaganda de modelos, etcétera) y las tablas de ejercicios para modelar el cuerpo (abdominales, glúteo, etcétera).

Gimnasio, o centros de ejercicio de lo más diverso con cuya publicidad se llenan los buzones en los principios de cada trimestre.

Ropas, prendas de vestir o de otros usos, para dotarse de un aire deportivo, para darse calor o masaje y atacar la grasa.

Tiendas de material más o menos deportivo donde, tal como dicen, se puede comprar la salud y la forma física.

Si nos detenemos un poco en el lenguaje y analizamos el vocabulario que más se repite en los mensajes emitidos desde estos ámbitos para llegar y convencer a las personas, podemos detectar las repeticiones, los aspectos del capital físico que se consideran más significativos. Algunos de tales énfasis, casi por orden alfabético, son los siguientes:

Anticelulítico, antienvjecimiento, abdomen, abdominales, aerobic, arrugas, adelgazar, activo, aparatos, artes marciales, belleza, bronceado, beneficios, body, bailes, condición física, cómodo, circulación sanguínea, calorías, consulta gratuita, cuerpo, caderas, constancia, combate, dieta, disminución, estética, estar en forma, económico, ejercicio, ejercicio sin ejercicio, estiliza, estrés (antiestrés), elevación, estrías, elasticidad (de la piel), efecto (fulminante), edad, estrellas, (sin) esfuerzo, figura, (de venta en) farmacias, flaccidez, financiación, fatiga, firmeza, (en) forma, grasa, gimnasia (de mantenimiento), hambre, (en el) hogar, imagen, juventud, lipoescultura, ludoteca, músculos, musculación, modelar, mantenerse (en forma), medicina, masaje, obesidad, ojeras, peso, perfección, pistoleras, piernas, pechos, piel, reafirmante, reductor, sistema muscular, sistema nervioso, sistema cardiovascular, (... lo que) sobra, sufrimiento, sexy, sauna, salud, textura, tonificar, tamaño, tono...

El mensaje unívoco que se repite insistentemente mediante combinaciones diversas de estos vocablos tiene una doble vertiente. La primera es muy explícita: *cuida, modela tu cuerpo, manténlo en forma. Vigila tu tripa, pecho, caderas, culo y piel, no permitas que den muestras de envejecimiento. En esta tarea, los productos XXX son los mejores, científicamente (medicamente) probados, se venden en farmacias y, además, los más baratos y cómodos de aplicar.* La segunda y más sutil, se mantiene bastante oculta y, en cierto modo, contradice a la anterior: *cuidarte es responsa-*

bilidad tuya. De ti depende el éxito o fracaso. Puedes hacerlo. No bajas la guardia ni un momento. Así pues, la importancia del capital físico en la cultura de consumo —definido, como se ha dicho, en términos de apariencia— conlleva el despliegue de unas tecnologías y un mercado de control del cuerpo cuyo poder no se ejerce abiertamente desde un punto definido del exterior sino, por el contrario, diluyendo la coacción, generando el consenso, el convencimiento y la necesidad de autovigilancia.

Un último punto a comentar, a veces ignorado, es la magnitud económica de este mercado. Carezco de información precisa al respecto y la literatura tiende a ofrecer datos aislados. Como indicadores de su enorme tamaño, valgan unos botones de muestra: en el programa de *Channel-4 TV* se dice que la industria de la dieta mueve en Estados Unidos la nada despreciable cantidad de 33 billones de dólares anuales. En el campo de las publicaciones, la diversidad de revistas especializadas en los asuntos del ejercicio, la alimentación saludable y el adelgazamiento es enorme y, sobre todo, creciente. De acuerdo con Featherstone²², en diciembre de 1981, cuatro de los diez libros más vendidos en Estados Unidos eran de la variedad de *cómo perder peso*. Muchas de las empresas más importantes de este sector son verdaderos conglomerados multinacionales que fabrican y comercializan los más variados productos. Así, por ejemplo, la marca californiana *Weider* vende cosas tan dispares como videos, películas, libros, programas de ordenador, aparatos

²² M. Featherstone. 1991, p.184.

gimnásticos, pastillas adelgazantes, suplementos nutritivos, camisetas, rodilleras o adornos corporales. Las facturas de su filial española, *Weiner Spain*, alcanzaron en 1992 la cifra de 1.000 millones de pesetas²³. Otra multinacional americana, *Slender You*, cuenta con más de 2.500 salones repartidos por todo el mundo²⁴. En fin, la importancia económica de este mercado nos debe ayudar a comprender otra vertiente más oculta de la cultura de consumo.

Educación física

• *Nuestro primer saludo*

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... (La educación física. Revista pedagógica ilustrada, 1919, año 1, No. 1, p.1, primer párrafo).

En la línea indicada al principio, el objetivo principal de estas reflexiones de carácter socio-cultural es resaltar unas perspectivas y líneas de análisis que, siendo a menudo ignoradas, poseen un gran potencial creativo. Se trata,

pues, de activar otros modos de imaginar, comprender y concebir la educación física, de ampliar o modificar el marco teórico a fin de dar cabida a interrogantes nuevos que, entre otras cosas, nos permitan entender mejor algunos de los cambios que están teniendo lugar en nuestro campo. La cuestión de fondo sería, quizás, la siguiente: entendida la educación física como un *arte del cuerpo*, ¿en qué medida refuerza o debilita las apreciaciones, usos y valores hegemónicos en un contexto y momento dados?; en cuanto profesionales de un campo, ¿fomentamos más la aceptación o la reflexión crítica de los modelos imperantes?; y, en fin, ¿cuál es y dónde reside la autonomía y capacidad de la educación física para pensar, decir y recordar su propio objeto de estudio?

Como he mostrado en otro lugar²⁵, la educación física emergió y fue inventada con el fin de ser un agente activo en la difusión de la cultura física-corporal-somática que sus *padres fundadores*, representantes de las clases dirigentes, consideraron apropiada, quizás no tanto para ellos mismos como para los demás²⁶. Desde esta óptica, como agente socializador, la función principal de la educación física es reproducir la parte que le corresponde del orden social existente, con sus desigualdades e injusticias. Sin embargo, no podemos obviar el

²³ *El País*, 25-4-93. pág. 12 - Negocios.

²⁴ *El País*, 1-10-95. pág. 14 - Negocios.

²⁵ J.I. Barbero. *Las redes de la cultura física. Aproximación genealógica al saber médico en educación física*. En Barbero (coord.): *Investigación alternativa en educación física*. Unisport, Málaga, pp. 7-30. 1993a.

²⁶ La aparición de la educación física no puede entenderse disociada de la emergencia de otras disciplinas e instituciones contemporáneas. Las finalidades de todas ellas se solapan y complementan. Entre las más próximas a nosotros se encuentran el deporte y la escuela. (Una explicación de la construcción social de las prácticas deportivas puede verse en Barbero, 1993b. La literatura sobre la génesis de la institución escolar es enorme. Para un breve resumen, véase, por ejemplo, Barbero, 1993c).

hecho de que el profesorado y el conjunto de profesio-nales del campo en sus distintos ámbitos son sujetos activos, con capacidad reflexiva y crítica, que toman a menudo decisiones y que gozan de una relativa y variable autonomía.

Esta capacidad lleva pareja una responsabilidad o, si se quiere, un criterio de evaluación de nuestras prácticas: tanto si trabajamos como docentes, como si lo hacemos en alguno de los distintos espacios recreativos, podemos valorar la orientación de nuestros mensajes, nuestra contribución a la reproducción o problematización de la cultura corporal imperante. En este sentido, sorprende comprobar la *naturalidad* con la que estamos integrando en nuestra materia las distintas modalidades de gimnasias de la forma, de *sexercicio* o *ejersex*²⁷ hoy en boga, el modo en que desde los gimnasios y desde la educación física se avergüenza (consciente o inconscientemente) a las personas obesas o que no se ajustan al morfotipo deseado, la forma en que damos por bueno y participamos con entusiasmo en iniciativas culturales de instituciones públicas y privadas que, buscando el éxito de participación, se sirven y refuerzan esta moda y/o mercado del cuerpo.

El escaso debate que acompaña a estos cambios y la normalidad con que se aceptan tienen que ver con el hecho de que nuestro campo haya carecido tradicionalmente de lo que Wright Mills denominó *imaginación sociológica*²⁸, una

cualidad intelectual que, al estimular la curiosidad en torno a las conexiones entre las vidas de los ciudadanos (biografías), los cambios a lo largo del tiempo (historia) y el contexto social presente, nos aporta *otras* comprensiones de los problemas personales y colectivos. Las explicaciones del cuerpo que han imperado en la educación física han sido las proporcionadas por las hegemónicas ciencias biomédicas. Estas han tendido a reducirlo a pura materia física, organizada de un modo tal que posibilita la vida del sistema. Este modelo del cuerpo-máquina ha determinado la jerarquía de los interrogantes pertinentes, ha concentrado toda la atención en el doble objetivo de entender la estructura y disposición estática de los distintos elementos, así como su funcionamiento y engranaje dinámico.

Sin embargo, el cuerpo, además de *res externa*, es una construcción social y, por tanto, las explicaciones proporcionadas por las ciencias biomédicas resultan, por un lado, insuficientes y, por otro, en la medida en que les conferimos un carácter absoluto, distorsionadoras de la percepción de nuestro objeto de estudio e intervención. Parece pues inevitable no sólo el esfuerzo por ampliar el ángulo de visión, sino quizás también por modificar el lugar desde el que se mira, por introducir nuevas perspectivas o, como se dice ahora, paradigmas. En todo caso, no quiero caer en otro absoluto; conviene tener presente que la *imaginación sociológica* no equivale necesariamente a un incremento

²⁷ M. Featherstone. 1991, p.182.

²⁸ C. Wright Mills. *The Sociological Imagination*, Penguin, Harmondsworth (ed. castellana en FCE). 1983.

de la carga formativa en sociología. Como el propio Wright Mills explicó en respuesta a las sugerencias de sus amigos, su obra bien podía haberse titulado imaginación política, antropológica, etcétera; de hecho, no son pocos los trabajos sociológicos que, al diluir las relaciones de poder y dominación y las desigualdades económicas y culturales que condicionan los mensajes y posibilidades narrativas de los distintos agentes y grupos sociales, carecen de dicha cualidad intelectual²⁹.

El enunciado de que el cuerpo (y la educación física) es una construcción social ha empezado a circular en nuestro campo en los últimos diez o quince años. Sin embargo, tengo la impresión de que a menudo se le vacía de contenido, se emite ignorando su significado y consecuencias. Por el contrario, la aceptación *imaginativa* de dicha premisa no es nada neutral puesto que, como se ha sugerido, repercute en el enfoque, concepción global y funciones de nuestra materia, implica cambios cualitativos y cuantitativos en los *inputs* que constituyen la formación inicial y permanente y, finalmente, afecta todas las pautas de intervención dominantes en los distintos ámbitos de nuestro campo y, en particular, las prácticas docentes e investigadoras que prevalecen en la educación física.

Para terminar, me voy a detener brevemente en este último punto relativo a las prácticas

docentes e investigadoras hegemónicas en nuestra materia escolar. Como se ha demostrado (véase el texto con que se inicia este apartado), la educación física nació como un instrumento *evangelizador*, sus fundadores la concibieron con el propósito explícito de enseñar e imponer a las masas una determinada cultura física, de extender y normalizar unos usos y cuidados corporales más *racionales*. En esta tesitura, podemos preguntarnos por los valores que hoy transmitimos.

Esta reflexión incide directamente sobre todos los elementos del diseño curricular de nuestra asignatura, es decir, sobre los objetivos y contenidos que seleccionamos porque les atribuimos un papel relevante y sobre las estrategias metodológicas que consideramos más apropiadas para su distribución y evaluación.

Retomando algunos de los insistentes mensajes que, en el marco de la cultura de consumo, nos transmiten los medios de comunicación y la publicidad y que, como hemos visto, tienden a ser asumidos por la población adolescente, ¿podemos afirmar que al establecer los objetivos y contenidos prioritarios tenemos en mente la idea o intención de contrarrestar tales patrones culturales? Más en concreto, si analizásemos el currículum explícito y, sobre todo, el oculto que llevamos a cabo a lo largo de todo un curso escolar, ¿podríamos afirmar que, en un contexto

²⁹ "Un segundo punto, escribe Wright Mills: espero que mis colegas acepten el término imaginación sociológica. Científicos políticos que han leído mi manuscrito me han sugerido imaginación política; antropólogos, imaginación antropológica —y así otros—. La expresión es menos importante que la idea... Con ella no quiero sugerir únicamente la disciplina académica de sociología. Una parte importante de lo que dicho término significa para mí no es en absoluto expresada por los sociólogos..." (Ibid. p.26).

diferente, el programa (lo planificado y lo ocurrido) habría sido también diferente?

Me temo que no. Lo mismo se desprende del análisis de contenido de los textos de educación física que guían nuestras prácticas. En ellos prevalece la idea de que el cuerpo es ante todo algo físico-fisiológico que puede ser acondicionado de acuerdo con pautas científicas universales y cuya eficiencia depende de la adquisición de unas habilidades y destrezas que se presentan igualmente como naturales a pesar de ser totalmente arbitrarias.

Acondicionamiento físico, habilidades y destrezas constituyen el *abecedario* de nuestra materia y, como digo, a pesar de ser construcciones sociales, sus peculiares definiciones se presentan como universales y eternas, aplastando otras interpretaciones, privando de legitimidad a otras experiencias vitales. Veamos un ejemplo: pensemos en la idea de resistencia que aparece en los textos, que nos enseñaron como alumnos y que transmitimos como docentes. Tenemos el concepto claro, sabemos cómo desarrollar o entrenar dicha cualidad, estamos familiarizados con las pruebas deportivas que mejor la representan. Bien, de acuerdo con todo esto, yo debo ser más resistente que mi padre o mi madre y, sin embargo, se me ocurren múltiples ejemplos y situaciones que demuestran que, a pesar de que les ganaría en todas las pruebas que simbolizan dicha cualidad, ellos son más resistentes que yo.

Así pues, algo no encaja. Pero sigamos con el ejemplo: repaso mis prácticas como alumno

—reviso los libros de texto— y no recuerdo a ningún profesor (los míos fueron todos varones) que jamás me sugiriera la posibilidad de pensar en distintas manifestaciones de la resistencia. Nadie me planteó nunca que investigase otras representaciones, valores y lenguaje de dicha cualidad. Por el contrario, me enseñaron una definición y un modo de trabajo o entrenamiento universales que, entre otras cosas, me han dificultado la comprensión de las contradicciones de la educación física, han constituido un obstáculo para la *imaginación* de otras posibilidades. (Los ejemplos en este sentido son interminables. ¿Cuál es la razón suprema que determina que mi eficiencia corporal haya de medirse a través de destrezas tales como el puente, el toque de dedos de voleibol o la octava de caderas de yudo y que, en consecuencia, haya invertido tantas horas ejercitándolas?)

En esta misma línea, la educación física debiera aportar elementos para la comprensión de los problemas más profundos de la cultura corporal imperante en nuestros días, habría de estimular la reflexión en torno a la ambivalencia o inestabilidad de los significados de vocablos como salud, forma física, deporte, tipologías ideales, obesidad, belleza, trabajo, esfuerzo, etcétera. He visto muchas programaciones de nuestra materia que, al no recoger estas cuestiones, impiden al alumnado la posibilidad de detenerse a pensar sobre algo que tiene y tendrá una gran incidencia en sus vidas. Pero esto no es lo más grave. Existen muchos docentes y profesionales en el ámbito de la recreación que, amparándose en el supuesto poder motivador de la moda (y de su

comodidad), están incorporando sin más distintas modalidades de *ejersex* como contenido de la educación física. Al actuar así, estas personas se convierten en vendedores de la forma física, en agentes comerciales de *la figura super en siete días*, en propagandistas del patrón de belleza universal glorificado por los videos y dietarios de Jane Fonda, Victoria Principal, Raquel Welsh, Cindy Crawford, Claudia Shiffer, Rafaela Carrá o la muñeca Barbie.

Las personas que integramos el mundo de la educación física siempre hemos tenido, aunque no lo reconozcamos, algo de *body builders*, de fabricantes de cuerpos propios y ajenos. En el marco de la cultura de consumo, la creciente importancia de la apariencia externa invita

constantemente a todo el mundo a que se transforme en incipiente culturista, experto en calorías, suplementos dietéticos y cosméticos y en los cuatro ejercicios imprescindibles para mantener el tono y la firmeza mínimos de las zonas anatómicas de riesgo. Este contexto, caracterizado también, como se ha dicho, por la saturación de información y por la rápida circulación de mensajes descafeinados, fomenta, como se teme Forges³⁰, la proliferación de cyborgs compuestos por *Cuerpos Danone* y *Cerebros Petit Suisse*. Ante todo ello, los profesionales de la educación física podemos dejarnos arrastrar por la ola o podemos plantear la materia de tal modo que sus objetivos, contenidos, metodología y forma de evaluación constituyan una respuesta creativa a los problemas que nos ha tocado vivir.

Bibliografía

A. Hernández. *Imágenes de género en algunas revistas profesionales de educación física y deportes*. Perspectivas de la actividad física y el deporte, 14, 39-44. 1993.

AAVV. *Cyberspace, ciberbodies, cyberpunks*. Technological embodiment. Monográfico de *Body and society*, vol. 1, No. 3-4. 1995.

B.S. Turner. *El cuerpo y la sociedad*, FCE, México, 1989.

B.S. Turner. *Regulating bodies*, Routledge, London, 1992.

C. Lasch. *The Culture of Narcissism*. Norton, New York, 1980.

C. Shilling. *The body and social theory*, Sage, London, 1993.

D. Armstrong. *Political Anatomy of the Body. Medical Knowledge in Britain the 20th Century*, Cambridge University Press. 1983.

E. Haro Tecglen. "Los señores del hambre". *El País*, 14-11-96, p. 61.

G. Lipovetsky. *El imperio de lo efímero: La moda y su destino en las sociedades modernas*. Anagrama, Barcelona, 1991.

H. Lenskyj. *Out of Bounds. Women, Sport and Sexuality*. The Women's Press, Toronto, 1986.

J. Hargreaves. *Mirando a las imágenes. Deporte y cuerpo deportivo sexualizado*. Perspectivas de la actividad física y el deporte, 5, 2-5. 1990.

J. Varela. "Comentario". En Erasmo de Rotterdam, *De la urbanidad de*

³⁰ *El País*, 8-7-95, p.10.

las maneras de los niños (*De civilitate morum puerilium*), MEC, Madrid, 1985, 81-114.

J. Varela. "El cuerpo de la infancia. Elementos para una genealogía de la ortopedia pedagógica". En *Sociedad, cultura y educación*, AAVV, Universidad Complutense, Madrid, 1991, 229-248.

J. Varela. *Modos de educación en la España de la Contrarreforma*, La Piqueta, Madrid, 1983.

J. Weide. *Joe Weide's Body Building System*, editado por el propio autor. 1990.

J.I. Barbero. Cultura profesional y currículum oculto en educación física. Reflexiones sobre las (im)posibilidades del cambio. En *prensa, Revista de educación*. 1992

J.I. Barbero. Génesis y evolución histórica de la escuela. En García de León et al. (eds): *Sociología de la educación*. Barcanova, Barcelona, pp. 73-88, 1993c.

J.I. Barbero. Introducción. En Barbero (de): *Materiales de sociología del deporte*, La Piqueta, Madrid, pp. 9-38, 1993b.

J.I. Barbero. La educación física en España. Una aproximación genealógica. En *Unisport: el deporte hacia el siglo XXI, Instituto andaluz del deporte*. Málaga, pp. 29-42, 1995.

J.M. López Piñero. *Medicina, historia y sociedad*, Ariel, Barcelona, 1973.

L. da Vinci. *Cuaderno de notas*, Planeta-Agostini, Barcelona, 1995.

M. Foucault. *Historia de la sexualidad 1. La voluntad del saber*. Siglo XXI, Madrid, 1980

M. Foucault. *Historia de la sexualidad 2. El uso de los placeres*. Siglo XXI, Madrid, 1986.

M. Foucault. La gubernamentalidad. En Foucault et al.: *Espacios de poder*. La Piqueta, Madrid, 1981, p.9-26.

M. Foucault. *Microfísica del poder*. La Piqueta, Madrid, 1979.

M. Foucault. *Vigilar y castigar*. Siglo XXI, Madrid, 1978.

N. Elías. *El proceso de la civilización*. FCE, Madrid, 1988.

N. Wolf. *The beauty myth*, Vintage, London, 1991.

P. Atkinson. The feminist physique: PE and the medicalization of women's education. En Mangan/Park (ED), *From Fair Sex to Feminism. Sport and the Socialization of Women in the Industrial and Post-industrial Eras*. Frank Cass, London, 1987, 38-57.

P. Bourdieu. Deporte y clase social. En Barbero (ed) *Materiales de sociología del deporte*. La Piqueta, Madrid, 1993, 183-194.

P. Bourdieu. *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Taurus, Madrid, 1988.

P. Bourdieu. Notas provisionales sobre la percepción social del cuerpo. En Alvarez Uria/Varela (eds), *Materiales de sociología crítica*. La Piqueta, Madrid, 1986, 183-194.

R. Jones. Las prácticas educativas y el saber científico. Reinterpretación genealógica del surgimiento de la fisiología en la Francia postrevolucionaria. En Ball, S.J.: *Foucault y la educación. Disciplinas y saber*. Morata, Madrid, 1993, 81-106.

R. Masso Tarruella. *El éxito de la cultura light*. Ronsel, Barcelona, 1993.

R. Tinning. *Ideology and PE. Opening Pandora's Box*, Deakin University, Australia, 1990

S. Faludi. *Backlash: The War against Women*, London, 1992

S. Sarduy. *Pájaros de la playa*, Tusquets, Barcelona, 1993. ◇