

XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires, 2009.

# Cuerpo y sujeto: entre pesas y espejos.

Diego Fernando Álvarez Campos.

Cita:

Diego Fernando Álvarez Campos (2009). *Cuerpo y sujeto: entre pesas y espejos*. XXVII Congreso de la Asociación Latinoamericana de Sociología. VIII Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires. Asociación Latinoamericana de Sociología, Buenos Aires.

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/000-062/2172>

*Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.*

# Cuerpo y sujeto: entre pesas y espejos

**Diego Fernando Álvarez Campos**  
*Maestría en Estudios Culturales,  
Universidad Nacional de Colombia  
alvarezdiegofer@yahoo.com*

El gimnasio es una de las fuerzas que están configurando física y simbólicamente los cuerpos en el mundo contemporáneo. Es un espacio en el que se articulan discursos y prácticas en torno al cuerpo. Es fundamentalmente un mercado de servicios que ofrece a sus afiliados salud, bienestar, una mejor condición física y calidad de vida. No obstante, afiliarse al gimnasio no es suficiente para acceder a sus servicios.

Este trabajo es una exploración de un gimnasio de Bogotá, que intenta acercarse a los procesos de subjetivación que se están presentando en este mercado de modelamiento corporal: las prácticas corporales que allí se realizan, los discursos que promueven y legitiman estas prácticas (entrevistas con instructores físicos y análisis de la revista Bodytech Magazine), y las formas como los usuarios se apropian del gimnasio como lugar y de los servicios que este ofrece.

El cuerpo es un campo de batalla en el que se disputan diferentes significaciones sociales y políticas que lo constituyen como un componente fundamental en las formas de integración social y de construcción de la subjetividad. Son múltiples los discursos, las prácticas y las representaciones que intentan darle una forma determinada (tanto física como simbólica) al cuerpo. Es decir, el cuerpo es un escenario político, en el que se juegan las relaciones de poder: su transformación y permanencia.

Considero la construcción de subjetividades como un proceso en el que se interrelacionan las presiones provenientes de la vida social y la relación que el yo establece consigo mismo (en este caso con su propio cuerpo). Según González y del Socorro (2003), el sujeto se construye como actor social, transformando sus experiencias en producción de sí mismo. En él se unifican los estímulos que se producen en el mundo social. El sujeto “se encuentra en medio de relaciones de producción, significación y poder” (Foucault, 1998:5). En este sentido el sujeto es considerado como la condensación de la relación consigo mismo y de la relación con su entorno, teniendo en cuenta que ambas se condicionan mutuamente.

## **El Ingreso**

El gimnasio ofrece a sus usuarios tonificar el cuerpo, aumentar la masa muscular o adelgazar. Estos objetivos varían en cada persona de acuerdo al tipo de cuerpo que tenga y a sus necesidades específicas. Ectomórfico (delgado), endomórfico (gordo) y mesomórfico (atlético) son las tres categorías con las que se clasifican los cuerpos en el gimnasio. La inclusión en una de estas categorías es el punto de partida para definir la rutina de ejercicios.

Una vez hecha esta clasificación, se procede a una valoración física a cargo del o la fisioterapeuta, en donde se mide el índice de masa corporal (IMC) de la persona y se define si se encuentra en infrapeso, peso normal o sobrepeso. Este índice se saca de la operación de dividir el peso del cuerpo en kilogramos sobre su estatura en centímetros. El IMC es clave en la definición del objetivo (tonificar, adelgazar, ganar masa muscular) y los medios con que se alcanzará. Luego de esta valoración, el fisioterapeuta entrega al usuario una tabla con la rutina de ejercicios y los instructores físicos explican y apoyan al usuario en la manera de hacerlos.

Los ejercicios se basan en la repetición. Una rutina, dependiendo de la persona tiene entre seis y ocho ejercicios: cardiovasculares (caminadoras, escaladoras), abdominales, sentadillas, pesas. Cada ejercicio debe repetirse alrededor de 15 veces (mientras el cuerpo se acondiciona al ejercicio, luego se repite más veces y con mayor peso) uno detrás de otro en circuito. Al terminarlos todos hay un momento de hidratación y se reinicia el circuito otras tres o cuatro veces.

La repetición de estos ejercicios puede pensarse como la *metáfora encarnada* de la construcción de los cuerpos: “De modo tal que el ‘sexo’ es un ideal regulatorio cuya materialización se impone y se

logra (o no) mediante ciertas prácticas sumamente reguladas [...] y obligatoriamente a través del tiempo[...] Que esta reiteración sea necesaria es una señal de que la materialización nunca es completa, de que los cuerpos nunca acatan enteramente las normas mediante las cuales se impone su materialización” (Butler, 2002: 18). Los ejercicios son repetitivos, pues en eso radica su efectividad en el modelado corporal. No se trata de rutinas para mejorar la resistencia física o la respiración por ejemplo. Se trata de ejercicios que se realizan de esa forma específica para adelgazar, tonificar o ganar masa muscular. Los cuerpos, como las subjetividades, siempre están en formación y transformación, y solo la repetición disciplinada de ciertas normas y prácticas (en este caso ejercicios) mantienen la débil estabilidad y forma de los cuerpos hegemónicos.

## **Las Prácticas**

Yo diría que al entrar al gimnasio hay dos comportamientos performativos fundamentales estrechamente relacionados con el género:

Uno tiene que ver con la tendencia entre los hombres a no mostrar debilidad: Entre ellos hay una aparente indiferencia. Sin embargo, en las máquinas, especialmente las de ejercicio cardiovascular (caminadoras, escaladoras) noto cierta competencia. Poco a poco van aumentando la velocidad o el grado de dificultad del ejercicio manteniendo una actitud de total tranquilidad, aunque vayan corriendo muy rápido y se les note el esfuerzo.

El agón (la competencia), según Caillois “[...] se trata de una rivalidad en torno de a una sola cualidad (rapidez, resistencia, vigor, memoria, agilidad, ingenio, etc.), que se ejerce dentro de límites definidos y sin ninguna ayuda exterior, de tal suerte que el ganador aparezca como el mejor en cierta categoría de proezas” (Caillois, 1986: 43). El gimnasio es fundamentalmente un lugar de ejercicio individual organizado a partir de las necesidades y deseos de cada persona. El progreso en los ejercicios, en apariencia solo se mide en el cuerpo de cada cual (con instrumentos de medida, espejos, etc.). Sin embargo probablemente sin el estímulo de la competencia sería difícil mantener la disciplina requerida para modelar el cuerpo, y en el caso particular de los hombres, estaría funcionando como una oportunidad de reafirmación de la masculinidad.

Donde más se nota cierto tipo de competencia entre las mujeres, es en las clases grupales. Allí el baile y el movimiento corporal es lo fundamental. Quienes mejor se mueven y siguen la orientación del profesor (no hay ninguna profesora ni instructora física en el gimnasio) se ubican más cerca de él y sirven de guía para el resto de participantes. Pensado de otra manera, esto quiere decir que las mejores bailarinas son también las más observadas (y por qué no, las más deseadas).

“El imperativo de belleza, que es imperativo de APROVECHAR el cuerpo mediante el subterfugio de la inversión narcisista, implica el erotismo como aprovechamiento sexual [...] Hemos de distinguir el cuerpo erótico, soporte de los signos intercambiados de deseo, del cuerpo sede de la imagen y habitáculo del deseo” (Baudrillard, 1974: 191).

Es muy fuerte el componente erótico del gimnasio. La ropa ajustada y pequeña, los movimientos corporales, las posiciones de algunos ejercicios y el olor de los cuerpos tienen mucha fuerza en el lugar. Mirar y ser mirado en el gimnasio implica, con más o menos intensidad, una mirada del deseo.

Atraer las miradas implica sentir el potencial de beneficios del cuerpo. El deseo es siempre motivación para adquirir algo. Cuando se desea algo, se trabaja por ello. Quien se siente deseado(a) sabe que quienes desean se disponen a dar algo de sí. Sentirse observado(a)-deseado(a) es saberse capitalizado, es hacerse consciente del poder que se tiene para adquirir determinados objetivos. El deseo operaría como potencial de intercambio y las miradas como el indicador de ese potencial.

El gimnasio sería un lugar ideal para medirse en tanto capital, pues permite y promueve el mirar y ser mirado a través de la distribución de espejos (frente a las máquinas) y la ubicación de grandes ventanas (que permiten a los transeúntes una amplia mirada).

## **Los Discursos**

Bodytech Magazine es una revista publicada por la empresa Bodytech. Una multinacional de gimnasios con presencia en todo el hemisferio. La revista es distribuida de forma gratuita entre los afiliados a los gimnasios de la empresa y se puede ver de forma gratuita en la página Web de la misma. Sale un número cada tres meses y en este momento lleva 34 números impresos. La revista se divide en cuatro grandes secciones: crónicas, portada, fitness, y bienestar& ocio.

En Crónicas hay entrevistas y testimonios de personas que hacen ejercicio físico. Aparecen deportistas, ejecutivos, madres de familia, actores y cantantes. En casi todos la estructura de las entrevistas y artículos se divide en un antes y un después de empezar a hacer ejercicio. En Fitness, se trata básicamente de artículos que enseñan a ejecutar diferentes rutinas de ejercicios que se pueden hacer en soledad, además de un artículo sobre preguntas a un médico. Finalmente, en Bienestar y Ocio hay artículos sobre nutrición, sexualidad, hábitos saludables, eventos sociales, horóscopo y música o cine.

Al hacer una lectura transversal de la revista, y a pesar de la división en las secciones descritas, todos los artículos son muy parecidos en su estructura e incluso llegan a repetirse temas entre secciones. Los que más se repiten son: medicina, alimentación, deportes y ejercicio. Estas cuatro categorías están presentes en alguno o todos los artículos de la revista y coinciden muy de cerca con los adjetivos que dan los instructores entrevistados y a veces la misma revista al hablar de “bienestar”.

Casi todos los artículos están escritos a partir de preguntas o mini secciones del siguiente tipo: “¿Qué es?” “Cómo identificar”, “Qué hacer”, “¿Por qué?”, “¿Es conveniente?”, “¿Es cierto qué?”, “cómo actuar frente a”, etc. Lo que esto sugiere, es que los artículos están escritos con cierta intención “pedagógica”, en los que todo el tiempo se está invitando al lector o a la lectora a tomar decisiones prácticas, a actuar sobre su cuerpo a partir de lo que está escrito.

No se invita solo a usar los servicios de Bodytech, se intenta generar hábitos alimenticios, sexuales y de consumo. Según Zigmunt Bauman, el mercado está colonizando todos los espacios de la vida: la sociedad de consumidores “[...] se caracteriza por refundar las relaciones interhumanas a imagen y semejanza de las relaciones que se establecen entre consumidores y objetos de consumo.” (Bauman, 2007: 24). En otras palabras, se intenta llegar a muchos de los espacios en que los sujetos se desenvuelven potenciando el cuerpo como llave de acceso privilegiada al mundo social. De ahí que este se convierta en una de las vías más fructíferas de control.

Cada número de la revista tiene por lo menos cinco entrevistas y/o testimonios de diferentes personas. En todas hay referencias a un antes y un después de que la persona en cuestión empezó a hacer ejercicio en el gimnasio. Lo que privilegian estas entrevistas es el punto de giro donde la vida de la persona entrevistada supuestamente cambia en favor de su “bienestar”. Por ejemplo: “Doña Alicia se encontraba aturdida por su estado [un grave problema cardíaco] y comenzó a somatizar su enfermedad al punto de caer en apnea severa de sueño, un estado que la condujo a desmayos permanentes que le produjeron toda serie de lesiones en su cuerpo. En ese momento decidió que quería cambiar su vida, que habían muchas cosas hermosas por que luchar y recuperarse y que la forma más saludable de hacerlo era a través del ejercicio dirigido [...] hoy está mejor que nunca y sus amigos no la reconocen gracias a su saludable y nueva apariencia” (Bodytech Fitness Magazine, No. 30, Julio de 2008: 16).

Esta idea de un antes y un después del ingreso al gimnasio se complejiza aun más al hablar con los instructores, pues se refieren al “antes” de muchas personas, como enfermo o muy cercano a la enfermedad (obesidad, estrés, anorexia, bulimia, depresión, etc.). Esto sugiere la presencia de un discurso opaco que está basado y fomenta la exclusión a partir de la imagen y las prácticas corporales de las personas.

Hay que pensar este “antes y después” con relación al discurso de la autoestima que tienen los instructores (“ayudamos a las personas a mejorar su autoestima, la seguridad en sí mismos, su salud”), pues en él se evidencia una adaptación y ampliación del discurso hegemónico del deporte como espacio ideal para el uso del tiempo libre de los jóvenes, que supuestamente evita el uso de drogas y “otros vicios”. El tiempo dedicado al gimnasio curaría de las enfermedades producidas por el mal uso del cuerpo y la alimentación, y sería el centro de una transformación total de la vida sedentaria y enfermiza a una “vida sana y exitosa”.

Probablemente la idea de fondo en estos discursos es que todos los sufrimientos corporales serían causa de la irresponsabilidad con la propia salud y demás prácticas corporales “tradicionales” o que no han sido planeadas por la persona. Para eliminar estos sufrimientos, habría que hacer ejercicio dirigido, previa valoración de las autoridades médicas y físico-corporales de estos mercados (o las indicaciones de la revista), como efectivamente se hace al ingresar al gimnasio.

Igualmente, los discurso del bienestar y el autocuidado toman fuerza en los medios. Canales de televisión, programas o secciones de noticieros dedican bastante tiempo al autocuidado: cómo cuidar la piel y la alimentación, como detectar enfermedades y tratarlas, etc. Son tratados de tal forma que tienden a autonomizar a las personas con respecto a las indicaciones dadas directamente por médicos y especialistas en estos temas.

En este punto cabe preguntarse: ¿en donde radica la fuerza de estos discursos y su supuesta credibilidad? Esta revista no es ni del todo científica, ni médica ni de auto superación; ni de farándula o mera publicidad. Es todas estas cosas a la vez. Es lo que podríamos llamar una revista liminal. Dice Ileana Dieguez: “Me interesa insistir en la liminalidad como antiestructura que pone en crisis los estatus y jerarquías, asociada a situaciones intersticiales o de marginalidad, siempre en los bordes sociales y nunca haciendo comunidad con las instituciones, de allí la necesidad de remarcar la condición independiente, no institucional, y el carácter político de las prácticas liminales” (Dieguez, 2007: 18). Dieguez se refiere a situaciones con un carácter político distinto al aquí planteado, donde lo liminal es fuerza para la resistencia y ruptura del poder.

La pregunta sería, siguiendo el razonamiento de Ileana Dieguez, ¿qué poder y qué instituciones está cuestionando? En este caso la liminalidad del discurso apunta más a la construcción de los cuerpos hegemónicos contemporáneos que a la ruptura de esta hegemonía. Es un discurso encaminado a la colonización de otros espacios de la vida por la lógica del mercado del bienestar (esta mezcla de autosuperación, medicina, ejercicio y publicidad) y del autocuidado.

El siguiente es un ejemplo de un artículo llamado: “50 minutos para poner en forma su día”. El artículo está escrito en primera persona, en una sección que le llama Mujer, y en las fotos aparece una joven haciendo ejercicios. Dice así: “Busco una técnica para deshacerme de mi sobrecarga de calorías, y debo decir que nada mejor que el Indoor Cycling o ciclismo bajo techo, una práctica que puede hacerme perder más de 500 calorías en una sola clase.” Más adelante: “Entre los beneficios más importantes del Indoor Cycling están: el mejoramiento de la capacidad muscular, el trabajo aeróbico moderado y continuado para el fortalecimiento del corazón y la reducción de los niveles de estrés. Esta técnica es sin lugar a dudas la campeona de las prácticas para quemar calorías, reduciendo los niveles de impacto articular y beneficiando la tonificación ayudándome a obtener una piernas maravillosas y un corazón sano.” (Bodytech Fitness Magazine, No. 30, Julio de 2008: 36). Hay que decir que en la misma revista hay un artículo sobre el Evolution Cycling, una técnica con la misma finalidad y que se practica con las mismas máquinas en los gimnasios Bodytech.

Quien habla lo hace como una usuaria del gimnasio (“ayudándome a obtener una piernas maravillosas y un corazón sano”) y también como una experta en el tema: (“Entre los beneficios más importantes del Indoor Cycling están: el mejoramiento de la capacidad muscular, el trabajo aeróbico moderado y continuado para el fortalecimiento del corazón y la reducción de los niveles de estrés.”). Si además aceptamos el carácter publicitario del artículo en relación con el otro artículo sobre el Evolution Cycling, tenemos un discurso totalmente liminal, donde se mezclan lo médico, lo deportivo, lo casual (la voz de la usuaria) y lo publicitario.

## **En Resumen**

El gimnasio (mercado de modelamiento corporal) es una de las fuerzas que están constituyendo las subjetividades contemporáneas, a través de prácticas y discursos sobre los cuerpos. La medición y clasificación en tipos de cuerpos de los usuarios, dan la pauta a rutinas de ejercicios basadas en la repetición, que disciplinan y dan forma a los cuerpos, orientadas por las concepciones hegemónicas de género, belleza y deseo contemporáneas.



La distribución de espejos, ventanas, salas y máquinas, junto al vestuario y movimientos de los usuarios en el gimnasio, promueven un voyerismo y un exhibicionismo disimulados, donde la mirada y el ser mirado(a) están orientados a indicar el capital que el cuerpo representa, en tanto potencial de intercambio (sexual, laboral,, etc.) y ganancia.

Los discursos que promueven y legitiman estas prácticas, tiene dos componentes fundamentales: la liminalidad, es decir, que articulan discursos de diversas esferas (la medicina, la publicidad, el deporte, la auto superación) para construir los cuerpos en pro del significado hegemónico que desde el mercado y el poder se les está asignando. Y un carácter pedagógico, que intenta llegar mucho más allá del espacio del gimnasio y colonizar prácticamente todos los ámbitos de la vida de los sujetos: la alimentación, la sexualidad, las relaciones interpersonales, etc.

El gimnasio y sus mercados asociados estarían construyendo subjetividades que invierten en su propio cuerpo (dinero, tiempo, esfuerzo), para producirse como sujetos/objetos de deseo/consumo y hacer de sí mismos un capital, ya no basado en su fuerza de trabajo, sino en su estética corporal.

## Bibilografía

- **Bauman, Zigmunt.** Vida de consumo. Fondo de Cultura Económica, Argentina. 2007.
- **Baudrillard, Jean.** La Sociedad de Consumo. Plaza & Janes, España. 1974.
- **Butler, Judith.** Cuerpos que importan. Sobre los límites materiales y discursivos del sexo. Paidós, Argentina. 2002.
- **Caillois, Roger.** Los Juegos y los Hombres. Fondo de Cultura Económica, México. 1986.
- **Dieguez, Ileana.** Escenarios Liminales. Atuel, Argentina. 2007.
- **González, Julián y del Socorro Gómez, Rocío.** Design: Designar, Diseñar el Cuerpo Joven y Urbano. Universidad del Valle, Conciencias, Cali. 2003.
- **Pedraza, Zandra.** En Cuerpo y Alma: Visiones del Progreso y la Felicidad. Universidad de los Andes, Bogotá. 1996.