

# Deporte y estilos de vida. El *running* en Argentina\*

Gastón Julián Gil\*\*

CONICET, Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina

Doi: <https://dx.doi.org/10.7440/antipoda30.2018.03>

**Cómo citar este artículo:** Gil, Gastón Julián. 2018. "Deporte y estilos de vida. El *running* en Argentina". *Antipoda. Revista de Antropología y Arqueología* 30: 43-63. Doi: <https://dx.doi.org/10.7440/antipoda30.2018.03>

Artículo recibido: 29 de mayo de 2017; aceptado: 10 de octubre de 2017; modificado: 2 de noviembre de 2017

**Resumen:** El *running* se ha transformado en uno de los fenómenos, a escala planetaria, de mayor visibilidad y crecimiento en nuestra contemporaneidad. En el caso argentino, aunque en el marco de las tendencias globales, se expresa como un estilo de vida relativamente novedoso que da cuenta de singulares y diferenciales apropiaciones (género, clase social, edad, entre otros), pero también de tendencias generales. En efecto, el *running* envuelve un conjunto de prácticas y concepciones programáticas sobre la vida que son altamente estilizadas por parte de sus adherentes, quienes suelen narrar y exponer sus experiencias (entrenamientos, carreras) movilizándolo un conjunto importante de preceptos éticos y estéticos. Por consiguiente, se propone analizar el *running* como un estilo de vida, a partir de una aproximación etnográfica sistemática que también contempla recursos autoetnográficos. De esta manera, se busca fundamentar la relevancia de esta categoría analítica para abordar comprensivamente el *running*, entendiéndolo además como una poderosa tecnología de autogobierno que puede ser apropiada creativamente por quienes adoptan este estilo de vida.

**Palabras clave:** Thesaurus: deporte; moral; bienestar; estilo de vida; Argentina.

\* El presente artículo está enmarcado en el proyecto "El *running* como estilo de vida en el mundo contemporáneo" que el autor desarrolla en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas (CONICET) de la Argentina.

\*\* Doctor en Antropología Social por la Universidad Nacional de Misiones, Argentina. Investigador Independiente del CONICET. Profesor adjunto de Antropología, Facultad de Ciencias de la Salud, Universidad Nacional de Mar del Plata. Director del grupo de investigación Estudios histórico-antropológicos, en la misma universidad. Entre sus últimas publicaciones están: "Politics and Academy in the Argentinian Social Sciences of the 1960s: Shadows of Imperialism and Sociological Espionage". *History of the Human Sciences* 29: 63-90, 2016. "Las influencias de Ernesto de Martino en la antropología argentina. El caso de la etnología tautegórica de Marcelo Bórmida". *Archivo Antropológico Mediterraneo* 18 (1): 129-144, 2016. ✉[gasgil@mdp.edu.ar](mailto:gasgil@mdp.edu.ar)

## Sports and Lifestyles. Running in Argentina

**Abstract:** Running has become one of the most visible and fast-growing phenomena on a world level in contemporary life. Even though Argentina fits into a global trend in that respect, it is a relatively new way of life in the country, with unique and distinctive features which have to do with gender, social class and age, among other aspects. In fact, running involves a set of practices and programmatic concepts of life that are highly stylized by its adherents, who often speak of their experiences (of training and races, for example) in terms of an important set of ethical and aesthetic precepts. Therefore, our study aims to analyze running as a lifestyle, based on a systematic fieldwork and the use of auto-ethnographic resources, and thus justify the relevance of an analytical and comprehensive approach to running, understanding it to be a powerful tool for self-governance that can be creatively appropriated by those who adopt this lifestyle.

**Keywords:** Thesaurus: sport; morality; well-being; lifestyle; Argentina.

## Esporte e estilos de vida. O *running* na Argentina

44 ■  
**Resumo:** o *running* tem se transformado em um dos fenômenos de maior visibilidade e crescimento em nossa contemporaneidade. No caso argentino, embora no âmbito das tendências globais, expressa-se como um estilo de vida relativamente novo que evidencia singulares e diferenciais apropriações (gênero, classe social, idade, entre outras), mas também de tendências gerais. De fato, o *running* envolve um conjunto de práticas e concepções programáticas sobre a vida que são altamente estilizadas por parte de seus adeptos, que costumam narrar e expor suas experiências (treinamentos, corridas) e mobilizam um conjunto importante de preceitos éticos e estéticos. Por consequência, propõe-se analisar o *running* como um estilo de vida, a partir de uma aproximação etnográfica sistemática que também abrange recursos autoetnográficos. Dessa maneira, procura-se fundamentar a relevância dessa categoria analítica para abordar compreensivamente esse esporte, entendendo-o, além disso, como uma poderosa tecnologia de autogoverno que pode ser apropriada com criatividade por quem adota esse estilo de vida.

**Palavras-chave:** Thesaurus: Argentina; bem-estar; esporte; estilo de vida; moral.

“Nos dicen que somos una secta”. En el marco de una conversación grupal, una *runner* y editora de una publicación especializada en competencias atléticas exponía ante el etnógrafo su molestia ante uno de los tantos estigmas que suelen recibir los corredores por parte de los no iniciados en Argentina. En esa línea, suelen ser identificados desde el sentido común como una “tribu urbana” cerrada, con códigos restringidos y un comportamiento obsesivo que involucra al entrenamiento, la comida, los tópicos de conversación, los criterios de consumo y hasta la sociabilidad cotidiana. No son las únicas identificaciones estigmatizantes que reciben los *runners*, también descriptos como *caretas*<sup>1</sup> o esnobs, por sus hábitos, posturas (o alegadas imposturas), y por la apelación al término en inglés que sustituye al vocablo en castellano para *corredor*. De todos modos, se trata de una práctica cada vez más legitimada, con mayor presencia en los medios de comunicación, y que enrola personalidades famosas (artistas, personajes de la farándula, periodistas, políticos, deportistas profesionales retirados) que no dudan en promocionar (o ser parte de las promociones de competencias diversas o de marcas deportivas) su nueva afición. Incluso, la figura del esforzado *runner* ha sido usada en publicidades como ejemplo virtuoso de dedicación y autosuperación.

En este artículo se define al *running* como un estilo de vida. Por ende, se intenta mostrar la operatividad de esta categoría analítica para analizar este fenómeno atravesado sistemáticamente por preceptos éticos y estéticos. De esta manera, se pretende comprender las subjetividades envueltas en estas prácticas para poder pensarlas en torno a la emergencia de múltiples escenarios de sociabilidad en los que los actores construyen identidades personales y colectivas más o menos durables. Como estilo de vida, el *running* es presentado como una tecnología de autogobierno (Crossley 2005) que conlleva un conjunto de posiciones reflexivas sobre sus propias circunstancias y factores contextuales favoreciendo la concepción de proyectos individuales con diversa capacidad de éxito. Este artículo está sostenido en una etnografía multisituada (Marcus 1995), que implica un campo, en cuanto construcción espacio-temporal, que en ocasiones es fijo, en otras está en movimiento y hasta en algunas oportunidades adquiere carácter virtual. Así, se comparten entrenamientos con *runners* comprometidos, como también –a partir de las relaciones de afinidad construidas en el terreno– otros espacios de sociabilidad, como cenas y demás encuentros sociales, algunos de ellos producidos luego de los entrenamientos. Aunque el foco de indagación está colocado en el colectivo *runner* en la ciudad de Mar del Plata<sup>2</sup>, y en particular en dos *running teams*<sup>3</sup> de la ciudad, se expande a otros espacios

- 1 Categoría nativa aplicada en Argentina a aquellas imposturas orientadas a fingir comportamientos y adhesión a valores legitimados socialmente.
- 2 Mar del Plata, además de ser el principal destino turístico de verano en Argentina, mantiene una población estable de más de 600 mil habitantes, según datos del censo de 2010.
- 3 Los *running teams*, en cuanto grupos de corredores, presentan algunas analogías con los gimnasios de boxeo tal cual los caracterizó Wacquant (2006). Más allá de sus notables diferencias (formas de recluta-

geográficos, a partir de las carreras que se celebran en distintos lugares del país y de las relaciones establecidas en esas oportunidades con corredores de diferentes procedencias, con quienes luego se mantienen contactos virtuales constantes hasta que se producen los reencuentros en otras competencias.

La estrategia metodológica incluye además una intensa etnografía virtual o asituada (Hine 2000). Ello se justifica en la importancia de las densas actividades en las redes sociales que protagonizan los *runners*, que no sólo ofrecen ricos datos etnográficos sino que una parte sustancial de las cuidadas estilizaciones de sus identidades se concretan en Facebook o Instagram. Como se mencionaba antes, las relaciones establecidas en las carreras permiten aumentar de manera significativa el número de contactos que narran detalladamente en las redes las experiencias de sus entrenamientos y carreras y reproducen imágenes y textos. Además, se siguen manteniendo relaciones con ellos, intercambiando historias, sugiriendo carreras o actividades futuras en común cuando los proyectos coinciden. Los actores sociales que se involucran en este estilo de vida administran esas adscripciones identitarias de un modo peculiar. Y es aquí en donde las redes sociales permiten –y sobre todo estimulan– una marca escenificación. En esa presentación de la persona en la vida cotidiana (Goffman 2001), los actores elaboran detalladas estilizaciones que, en clave ética y estética, se pueblan de imágenes, refranes, aforismos y mensajes que se comparten. Estas redes sociales, en conjunto con los medios de comunicación más tradicionales, también cumplen un papel fundamental en cristalizar la relevancia de las competencias. Por ello, también se lleva a cabo una aproximación etnográfica a lo escrito (Archetti 1994), que incluye las revistas especializadas (en soporte de papel o virtual) y la literatura producida, gran parte de ella libros apologéticos que exponen con convicción las bondades de este estilo de vida, presentándose en algunas casos como reservorios de los secretos del “buen vivir”.

La realización de esta etnografía “en casa”, desarrollada en el contexto social en el cual se produce, tal cual lo definió Marilyn Strathern (1987), permite al investigador (que en algún sentido también es un nativo) moverse rápidamente como un experto en el campo. En el mejor de los casos, ello le permite al etnógrafo disponer de mayores controles para no ser deliberadamente engañado o manipulado en el terreno, pero también para no conformarse con datos triviales sobre los colectivos que estudia. Sin embargo, la supuesta condición de nativo es siempre relativa, como lo es también la clásica antinomia nativo-extranjero. Dado que “todos somos, investigadores y sujetos, productos de nuestra historia y cultura” (Motzafi-Haller 1997, 217), tenemos la capacidad de volvernos más “nativos” en un contexto previamente definido como exótico, como encontrar alteridades más o menos radicales en situaciones de continuidad geográfica y cultural. Pero también el “campo” puede generar

---

miento, tipo de entrenamiento, perfiles socioculturales, entre otros), ambos pueden entenderse como una verdadera “*escuela de moralidad* en el sentido de Durkheim, es decir, una máquina de fabricar el espíritu de la disciplina, la vinculación al grupo, el respeto tanto por los demás como por uno mismo y la autonomía de la voluntad” (Wacquant 2006, 30).

amistades, que perduran ante la continuidad geográfica que experimenta el investigador “nativo”. De ese modo, el trabajo etnográfico puede transformarse, sobre todo cuando además se apela a recursos autoetnográficos, en “un trabajo de campo retrospectivo” (Okely 1996) en el que el campo está simultáneamente “en cualquier lugar y en ningún lugar” (Pink 2000, 99), en una permanente reclasificación de las interacciones y las relaciones personales.

### **Correr, competir y compartir**

La relevancia social que ha adquirido el *running* aún no ha generado su correlato en el campo académico. De todos modos se puede acceder a diversos estudios que desde disciplinas y referentes empíricos variados se han ocupado del *running* de modo más o menos sistemático, cubriendo diferentes dimensiones analíticas. En algunos casos, incluso los investigadores también son corredores y desarrollan su aproximación desde la reflexividad y la autoetnografía (Allen-Collinson 2008; Allen-Collinson y Hockey 2011; Anderson y Austin 2012), ocasionalmente enriquecidas por la perspectiva de género, por ejemplo, proponiendo una “autofenomenografía” de la experiencia femenina del *running* en el espacio público (Allen-Collinson 2013). Otras investigaciones han priorizado el análisis de las *performances* atendiendo a la problemática del cuerpo y su relación de coproducción con la naturaleza (Howe y Morris 2009) o al correr como experiencia estética integral y transformadora (Maivorsdotter y Quennerstedt 2012). También pueden encontrarse aproximaciones comparativas del contexto europeo en cuanto al crecimiento del *running* y su relevancia en el mercado deportivo (Scheerder, Breedveld y Borgers 2015). Otras aproximaciones se posicionan en la organización de eventos masivos del *running* desde una perspectiva urbanística (Herrick 2015), además de que se pueden destacar otros estudios etnográficos que se han concentrado en las búsquedas del bienestar físico y mental y una mejor calidad de vida por parte de corredores de largas distancias (Shipway y Holloway 2010; 2016), sin por ello dejar de resaltar los conflictos y paradojas envueltos en esas exploraciones (depresión ante malos resultados, lesiones de relevancia, “adicción” al entrenamiento, etcétera). En Argentina se cuenta con estudios de diversos conjuntos de prácticas que también podrían encuadrarse como estilos de vida, tales como el *fitness* (Landa 2014), *hacer fierros* (Rodríguez 2016), o el universo juvenil de los *skaters* (Saraví, Chaves y Machemehl 2012).

Más allá de la valoración social del *running*, se trata de un fenómeno cuyo crecimiento no parece tener techo en Argentina, tal cual lo evidencian, por ejemplo, las estadísticas de las carreras, sobre todo los maratones (con su tradicional recorrido de 42.195 metros) y las de 10 y 21 kilómetros (medio maratón)<sup>4</sup> que se organizan en

4 En términos estrictamente estadísticos, las cifras del crecimiento del fenómeno del *running* son contundentes. Aunque esta clase de datos no son demasiado completos en Argentina, presentan algunas singularidades de relieve y tendencias reveladoras. Las cifras de inscriptos en las carreras constituyen un indicador relevante, sobre todo en aquellas competencias que han mostrado una marcada continuidad en el tiempo, como la maratón de la ciudad de Buenos Aires, que se organiza desde 1984, sólo con una

los más diversos puntos del país. Además, cualquier ciudad de Argentina ofrece un panorama de paseos costeros, ramblas, parques, plazas o cualquier otro lugar característico, superpoblados de sujetos corriendo. En su gran mayoría, no son atletas de competición, algunos tal vez lo hacen como complemento aeróbico para la práctica de otros deportes, pero la mayor parte de ellos son *runners*, y un porcentaje significativo lo hacen acompañados de otros miembros de sus *running teams*. La visibilidad de estos *running teams* es cada vez más notoria, y ya es todo un lugar común que a cualquier corredor se le pregunte “en dónde entrenás”. Incluso, los formularios de inscripción de las carreras suelen contener un espacio para referir a la membresía de un *running team*, y los resultados oficiales luego reflejan esa información. De hecho, algunas competencias contemplan los resultados por equipo, que los triunfadores promocionan orgullosamente en las redes sociales.<sup>5</sup> Sin embargo, estos *running teams* muestran aristas diferenciales y una marcada heterogeneidad, con sus propios rasgos estilísticos. Algunos de ellos, muy populares y tradicionales en Mar del Plata, también se especializan en el ámbito competitivo del atletismo de pista. De cualquier manera, la gran mayoría no están vinculados formalmente con competencias de atletismo oficiales. En la ciudad de Mar del Plata no se conoce ningún registro formal de *running teams*, pero alrededor de cincuenta de estas agrupaciones suelen ser representadas por sus corredores en las diversas competencias organizadas en la ciudad.

48

■ Esa imagen reiterada de corredores identificados con un colectivo concreto, que se desplazan grupalmente, es toda una postal globalizada, como lo son también las carreras que se organizan en las grandes ciudades como Buenos Aires. En la capital de Argentina es difícil no encontrar alguna competencia callejera durante los fines de semana en el período abril-noviembre, a tal punto que en la actualidad, estos eventos llegan a casi ochenta por año y reúnen a cerca de ochocientos mil corredores inscriptos provenientes de diversos puntos del país y del exterior, según las estimaciones realizadas en la Subsecretaría de Deportes del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Incluso, la media maratón de la ciudad, que se organiza en el mes de septiembre y ha sido presentada como la competencia atlética de mayor masividad de América Latina, contó en su edición de 2016 con casi 23 mil inscriptos. Tendencias similares se advierten en Brasil para las carreras de calle, caracterizadas en las últimas décadas por una serie de cambios, tales como una mayor presencia de corredores *amateurs*, un crecimiento porcentual en la participación femenina y una

---

interrupción en 2002. Ya en 2014 la media maratón de Buenos Aires superó por primera vez los 20 mil inscriptos, frente a los 17.700 de 2013, los 14.589 de 2012 y los 13.500 de 2011.

5 Como ha sido destacado para el caso brasileño, las *assessorias esportivas* presentan rasgos homólogos a los de los *running teams* argentinos, principalmente su explosión en materia de participantes, visibilidad y vinculación con las lógicas del mercado. En Brasil, algunos estudios (Dos Santos y Silva Sousa 2013) y referencias periodísticas también destacan un mayor grado de profesionalización multidisciplinar, que incluye la disponibilidad de especialistas de diversas áreas más allá de la educación física (nutrición, psicólogos, kinesiólogos, ortopedistas, etcétera), sobre todo aquellos que están orientados a la competición, más que a la recreación o el logro de metas personales, tales como adelgazar, mejorar la estética o reducir el estrés cotidiano.

franja etaria más elevada (predominan los mayores de cuarenta años), además de un fuerte componente de clase media y media alta (Oliveira 2010).

Muchos eventos del *running* se organizan en el marco de paisajes naturales en ocasiones imponentes, y gran parte de ellos en zonas de montaña de gran afluencia turística (Bariloche, San Martín de los Andes, Villa La Angostura), en lo que constituye todo un género de carrera específica en el universo *running*, el *trail*. En el marco de esas carreras del circuito de *trail* se producen las experiencias de campo de mayor intensidad, ya que se comparten campamentos y largos viajes de más de 1.500 kilómetros en automóvil y, en el mejor de los casos, en colectivos especialmente contratados que permiten entre cuatro y cinco días de convivencia con los corredores<sup>6</sup>.

Esta etnografía es llevada adelante por un nativo marginal en el universo del *running*. Un enfoque esencialista de la identidad encuadraría al etnógrafo como un perfecto nativo. Habitual participante en este tipo de carreras (no menos de cuatro al año, lo cual es un número bajo, en comparación con cultores más identificados), comparte ciertos rasgos estilísticos con esta comunidad. La vestimenta, los valores vinculados con el entrenamiento, la adhesión fervorosa al circuito de *trail running*, la continua fijación de objetivos deportivos (mejorar tiempos, inscribirse en carreras más exigentes), sumarían para que un *primordialista*<sup>7</sup> lo definiera como un típico *runner*. Pero no solamente se trata de cuestiones de autoadscripción sino de una distancia marcada que el etnógrafo experimenta, y en parte sobreactúa, frente a las rutinas cotidianas de los *runners* que se expanden mucho más allá de los entrenamientos y las carreras. Esta condición de nativo marginal, que es planteada por el propio investigador para definirse a sí mismo, surge en primera instancia como una negativa tajante –desde sus propias categorías de autoadscripción– a identificarse con ese colectivo *runner*, más allá de participar en una parte significativa de las cadenas de interacción ritual (Collins 2002; 2004) que cargan de energía emocional a los *runners*, en concreto, las carreras. Es decir, el investigador no se define a sí mismo como un *runner*, sino como alguien que “sale a correr”, que no forma parte de ningún *running team* y que no adhiere (o al menos no de la misma manera) a los principales preceptos éticos y estéticos que caracterizan al colectivo *runner*. Ello configura una estrategia particular de exotización de lo cotidiano que no siempre tiene su correlato con interlocutores que, más allá de lo que consideran una actitud poco disciplinada (por la frecuencia e intensidad de los entrenamientos, los hábitos alimenticios poco “saludables”, la resistencia a sumarse a un *running team*), no renuncian a terminar

6 En el caso brasileño, Gomes e Isayama (2009) definen como *elitistas* a las carreras “de aventura”, ya que sostienen que son protagonizadas en gran parte por sectores profesionales con capacidad para emprender entrenamientos rigurosos y con medios económicos para pagar inscripciones costosas y solventar la compleja logística de los viajes.

7 Este enfoque asume que existen caracteres primordiales, como expresiones definitorias e internas de un grupo, que son determinantes en la conformación de la identidad. Aunque ha sido descartado por la teoría antropológica desde hace más de cuatro décadas, el *primordialismo* no sólo sigue dominando el sentido común, sino que también deja sus huellas discursivas en una amplia diversidad de estudios en las ciencias sociales contemporáneas.

cooptando al etnógrafo. Las recurrentes invitaciones a entrenar formalmente en sus *running teams* o los consejos de vida más saludable remiten a un proceso continuo de seducción etnográfica (Robben 1995), en el cual los sujetos de estudio desarrollan estrategias de persuasión y complicidad con el etnógrafo.

### **Hacia una definición de estilo de vida**

Los estilos de vida han sido definidos por Anthony Giddens (1995) como un “conjunto de prácticas más o menos integrado que un individuo adopta no sólo porque satisfacen sus necesidades utilitarias, sino también porque dan forma material a una crónica concreta de la identidad del yo” (Giddens 1995, 106). Las sociedades contemporáneas posibilitan cada vez más este tipo de repertorios potenciales, que suelen ir acompañados de una marcada estilización de la vida, que puede traducirse en experiencias de consumo suntuarias, en la adopción de “modas” estéticas, experiencias vitales, y muchas otras posibilidades mediadas, de alguna manera, por el mercado. Se trata de “decisiones referentes no sólo a cómo actuar, sino a quién ser” (Giddens 1995, 106), en un constante fluir de estilos de vida accesibles en torno a los cuales los sujetos pueden identificarse, escaparse, regresar y transitarlos de forma combinada y discontinua. Los estilos de vida emergen de las prácticas de apropiación, relocalización y resignificación que realizan determinados actores en escenarios particulares. Y de la interacción entre expertos y aprendices (con sus respectivas variantes y denominaciones) se construyen y reproducen nuevos universos de sentido que van delineando los estilos de vida. Esa estilización de la vida cotidiana conlleva la búsqueda de nuevas sensaciones, de encuentros personales, con los demás y eventualmente con la naturaleza, y en los que tienen un papel relevante las nuevas tecnologías de la comunicación (Sibilia 2008).

De esta manera, la propuesta de entender los estilos de vida como “patrones de acción que diferencian a las personas” (Chaney 1996, 16) los coloca como instancias claves para la comprensión de la vida cotidiana a partir del establecimiento de fronteras identitarias que cargan de sentido las elecciones personales acerca de lo que somos y lo que hacemos. Es decir, el concepto *estilo de vida* remite a las sensibilidades que operan los sujetos cuando eligen determinados bienes y patrones de consumo, y de esa forma articulan esos recursos culturales como modos de expresión personal (Chaney 1996). Los estilos de vida pueden ser vivenciados y narrados por los sujetos como un marco de comportamientos personales que eligen con completa libertad, dado que les proporcionan una historia acerca del modo en que eligen, por ejemplo, cómo vestirse y alimentarse, lo que se consume o cómo se utiliza el tiempo libre.

En las últimas décadas, el estudio de los estilos de vida –con el surgimiento de definiciones más sistemáticas– se ha concentrado en el análisis de los diversos conjuntos de prácticas que, con mayor o menor integración, adoptan los individuos en nuestra contemporaneidad, destacándose sus dimensiones éticas y estéticas (Chaney 1996). Y, en la misma línea, se ha destacado la importancia que poseen las formas en que las personas se diseñan a sí mismas, es decir, cómo formulan vocabularios

específicos de la vida social que expresan diferentes tipos de autoridad e identidad (Chaney 1996). Uno de los primeros autores en concentrarse en estas nuevas formas de sociabilidad es Mike Featherstone (2000), quien desde la década de 1980 investigó sobre lo que denomina “culturas de consumo”. En el marco de su enfoque posmoderno, propone:

[...] elaborar una perspectiva que vaya más allá de la idea de que los estilos de vida y el consumo son productos enteramente manipulados de una sociedad de masas, y de la posición opuesta, que procura preservar el campo de esos estilos y ese consumo o, por lo menos, algún aspecto determinado de él (por ejemplo, el deporte) como espacio lúdico autónomo que está más allá de la determinación. (Featherstone 2000, 143)

En efecto, el consumo tiene la capacidad de trascender las lógicas de la distinción, ya que los objetos pueden utilizarse para enviar mensajes de variada complejidad e intensidad, expresar emociones, y, por supuesto, también pueden formar parte de densos circuitos de reciprocidad, como ha mostrado con claridad la teoría antropológica desde las primeras décadas del siglo XX. Porque si bien el consumo está muy influenciado por factores culturales y estructurales que operan en las decisiones estratégicas de los individuos que llevan adelante sus proyectos de consumo, dichas decisiones nunca están completamente dirigidas hacia sí mismos, sino que forman parte de tramas de relaciones interpersonales en contextos situados.

Lejos de negar la relevancia que tienen los patrones de consumo en los estilos de vida de nuestra contemporaneidad, se pretende matizar esa relación tan directa habitualmente planteada en sociología y estudios culturales por autores insoslayables (Chaney 1996; Featherstone 2000). En efecto, en las corrientes posmodernas se destaca la tendencia a concebir a los sujetos como consumidores inestables, expuestos a las imágenes de los medios masivos de comunicación y cuyas identidades no están mayormente construidas a partir de sus relaciones interpersonales. La línea seguida en esta investigación postula que las pautas de consumo –ligadas estrechamente a configuraciones estéticas– son una parte sustancial, pero no definitiva, de los estilos de vida, concebidos como proyectos durables y de cierta permanencia que de ninguna manera se agotan en el consumo. Como señala Friedman (1994), las lecturas marxistas han tendido a entender las prácticas de consumo desde la manipulación psicológica ejercida a través del mercado y sus diversos agentes (publicistas, formadores de opinión, etcétera). Así, el sistema requeriría crear necesidades falsas para sostener los mecanismos de producción y acumulación capitalistas. Sin resignar capacidad crítica acerca del funcionamiento del mercado y sus inequidades, se ha destacado la importancia de considerar la definición social de los bienes de consumo para “demostrar la relatividad cultural de la definición de los bienes” (Friedman 1994, 4-5). En consecuencia, en vez de considerar los actos de consumo como meras imitaciones, derroche injustificado, debilidad, aspiraciones desclasadas o hasta ilegitimidad, el camino sugerido apunta a comprender las estrategias de presentación

personal, las maneras en que nos diferenciamos de los otros y definimos subjetivamente nuestras identidades a partir de un conjunto de bienes de consumo (Friedman 1994). Todo ello se conjuga con la relevancia –dictada por las necesidades de la práctica etnográfica– de desentrañar cómo definen esos actores sus opciones de consumo. Más allá de que nuestros interlocutores formulen explicaciones sistemáticas, y de forma más o menos explícita, suelen encontrarse diversas racionalizaciones que, por ejemplo, pueden ser de naturaleza pragmática (“necesito esas zapatillas porque son las mejores”), estética (“es lo más lindo que se ha hecho”) o incluso moral (como apoyar una industria local o nacional).

Como destacan Douglas e Isherwood (1990), la condena moral al consumismo implica un obstáculo de relieve para comprender esta problemática en el mundo contemporáneo. Las diatribas “contra los excesos del consumo y su despliegue vulgar” (Douglas e Isherwood 1990, 17) se complementan a la perfección con las posiciones “correctas” en ciencias sociales que tanto cuestiona Becker (2009). Porque, en efecto, “el consumismo es un asunto más complicado que la gordura individual, y la indignación moral no basta para comprenderlo” (Douglas e Isherwood 1990, 17). Rendirse sin cuestionamiento a la interpretación extrema del consumo como un simple juego de exhibición, o como una irracional ceremonia de derroche que protagonizan los sectores más favorecidos de la sociedad, tampoco aporta demasiado, sin descartar por ello la relevancia que los juegos de estatus llevan asociada a cualquier tipo de consumo, en sintonía con los planteos de autores clásicos como Veblen, Malinowski y Mauss. Por ello, no es aconsejable descartar que el consumo pueda ser una arena de creatividad cultural, de realizaciones personales y hasta de estrategias contrahegemónicas (Miller 1994). Si, por el contrario, se admite la “libertad de elección” (Miller 1994) en actores que no se encuentran imbuidos de las mismas lógicas, la creatividad personal en los actos de consumo no debería descartarse. Así, la postulación de un centro de poder que manipula y predice las elecciones de los consumidores se desvanece, como también su opuesto polar: las utopías consumistas. De allí que sea relevante la manera en que los consumidores se singularizan (relativamente) en el proceso social a través del consumo, se trate o no de bienes suntuarios. Como plantea Appadurai, “tenemos que seguir las cosas en sí mismas, porque sus significados están inscritos en sus formas, sus usos, sus trayectorias. Es sólo mediante el análisis de estas trayectorias que podremos interpretar las transacciones humanas y los cálculos humanos que dan vida a las cosas” (Appadurai 2015, 23).

52

### ■ **Estilos de vida y apropiación diferencial**

Distintos autores (Muggleton 2000; Wheaton 2002) han mostrado que las experiencias en la adopción de estilos de vida deportivos distan de ser homogéneas y que se pueden advertir diversos modelos de membresía y, sobre todo, diferentes formas de concebir la identidad y la alteridad dentro de un universo común de prácticas. En efecto, se trata de un fluir de otredades que puede ir desde los miembros más comprometidos hasta actores marginales, o incluso periféricos. Tal es el caso de los

acompañantes, como las parejas de los *runners*, que tienen no pocas posibilidades de integrarse al universo del *running*, aunque no participen en las carreras, tal cual sucede en los viajes en ocasión de los eventos del calendario de *trail*. Además, como ya se ha ejemplificado con la posición del etnógrafo como un nativo marginal, no sólo se generan diversos modos de apropiación y de experiencia, sino también formas más legítimas, más “puras” y de mayor aprobación moral y estética, según los grupos. En determinados grupos, que cumplen con la ortodoxia *runner*, son muchas las marcas que definen a los que un columnista radial de *running* definió como “los que amamos correr de verdad”. En el marco de esa apropiación diferencial de un determinado estilo de vida, las experiencias se presentan tamizadas por sus determinaciones relativas, tales como la clase social, el género o la edad, que trascienden las eventuales tendencias hedonísticas y de culto al cuerpo que se le suele asignar de manera lineal a la sociedad contemporánea.

En ese sentido, los corredores manejan ciertas categorías y adhieren a una serie de prácticas concretas que definen la pertenencia al colectivo *runner* o sus diversos modos de identificación. Algunas de esas categorías, como las referidas al tipo de competencia en la que se inscriben, son algo difusas y cambiantes, ya que el campo está conformado por corredores que alternan sus participaciones en diversas distancias (desde una ultramaratón de *trail* hasta una carrera de 10 kilómetros en la calle). Por supuesto existen muchos casos que suelen especializarse en distancias y tipos de carreras o al menos manifiestan tendencia a elegir recorridos extremos (los ultramaratones) o relativamente cortos (entre 10 y 21 kilómetros). Ello no implica variaciones sustanciales dentro del estilo de vida *runner*, más allá del mayor prestigio o respeto que suele conllevar la participación en carreras exigentes. De hecho, hasta “animarse” a una ultramaratón, los corredores suelen cumplir con un conjunto amplio de experiencias previas y progresivas que les permitan cumplir un pasaje simbólico de relieve: superar la marca paradigmática de los 42 kilómetros. Por eso, asumir un rótulo acerca la especialidad elegida, tener un entrenador o seguir una dieta pueden crear fronteras identitarias dentro del colectivo *runner*. De allí el rechazo categórico (y, ocasionalmente, el intento de conversión) cuando se detecta algún corredor que no cumple con esas rutinas y carece de un método sistemático de entrenamiento y cuidado personal. Uno de los primeros interlocutores en una carrera de *trail* me insistía en que debía buscar un entrenador, un médico deportólogo y un nutricionista para mejorar mis resultados. Eduardo no perdió oportunidad para detallarme sus estrictas jornadas de entrenamiento, las rígidas reglas que como *runner* (bastante reciente en aquel momento) estaba cumpliendo y me quería inculcar. Pequeño empresario del gran Buenos Aires, cercano a los 50 años, casado y con dos hijos, me explicó su férrea disciplina semanal para el entrenamiento, que incluía *fondear* (correr distancias largas) los sábados. Además dejó asentada una serie de principios al parecer sumamente rígidos, como los vinculados a las sesiones de entrenamiento. Eduardo también me proporcionó toda una serie de *tips* para detectar “al que sabe”. Me explicaba que “cuando ves correr a alguien ya te das cuenta si sabe.

Los que salen a *fondear* sin ningún sistema de hidratación<sup>8</sup> no tienen idea. Ahí te das cuenta de que no saben”. Por supuesto, Eduardo también me transmitió las ventajas de pertenecer a un *running team*.

Las estrategias de distinción hacia dentro del colectivo *runner* son sumamente variadas. Algunos *runners* algo más radicales toman las elecciones de indumentaria como una señal inequívoca del *know-how* del corredor. Sobre todo en el circuito de *trail*, la utilización de zapatillas de una marca norteamericana muy famosa (Salomon) que auspicia algunas competencias importantes opera como huella distintiva –aunque no exclusiva– entre un *runner* experto (en definitiva, un *verdadero runner*) y un inexperto. Otro tanto ocurre con el polar (y, en particular, el micropolar), que, como suelen decir muchos *runners*, es la ropa típica del corredor de *trail*, por su capacidad de abrigo y ligereza. De cualquier manera, resulta por demás frecuente que aquellos que adoptan este estilo de vida lo vayan experimentando de manera cambiante, a medida que construyen su itinerario *runner*. Por ello es que muchos de quienes vienen con determinados ideales y objetivos (mejorar su condición física para la vida en general a partir del entrenamiento y la dieta, conocer gente, cambiar los usos del tiempo libre, combatir el estrés) pueden llegar a modificarlos radicalmente, debido a la manera en que se apasionan o adhieren superficialmente (entre muchas otras opciones) al *running*. En el transcurrir de esos itinerarios, un novato –como ya se han registrado muchos de estos casos– puede acercarse tímidamente a un *running team* como un pasatiempo que le permita mejorar su condición física y su apariencia externa sin exponerse a lesiones frecuentes como en otros deportes de contacto, para pasar luego a entregarse con plenitud a los imaginarios, preceptos morales y estéticos e interacciones rituales (Collins 2002; 2004) de los *runners* más fervorosos y expertos. En el marco de mis primeras experiencias de campo sistemáticas, Marcelo me advirtió: “vas a ver que acá todos corren por algo, seguro que por cosas diferentes, pero todos tienen una razón”.

Wheaton (2007) ha destacado que los estilos de vida deportivos tienden a enfatizar las expresiones creativas y estéticas de sus *performances*, a las que suelen calificar como “arte” o como experiencias espirituales distintivas. De ese modo, construyen sus compromisos cargando de sentido sus actividades y otorgándoles un tinte épico, en el que eventualmente pueden colocar a sus cuerpos cerca o más allá de sus límites, lo que incluso da forma a experiencias de trascendencia que pueden configurar verdaderos ritos de paso (Van Gennep 2008). En ese sentido, los *runners* suelen explicar sus *performances* (en particular, en el género *trail*) a partir de una comunión con la naturaleza y una intensa autoconciencia de cada momento vivido.

---

8 El sistema más común para hidratarse que utilizan los *runners* en los paisajes urbanos es el cinto de hidratación, que contiene una o más botellas que se utilizan en distintos momentos del entrenamiento o carrera. En las competencias de *trail*, las mochilas de tipo “camelbak” suelen ser obligatorias, ya que, además de permitir llevar elementos de primeros auxilios y guardar indumentaria y accesorios, están diseñadas para llevar una bolsa de hidratación (como mínimo de 1,5 litros de capacidad), que suele cargarse con una bebida isotónica que se consume mediante un tubo flexible.

Los complejos y variados ejercicios que se realizan en este tipo de carreras (escalar y descender montañas, atravesar caminos de dificultad y peligrosidad diversas) se van incorporando a una experiencia corporal (Ingold 2000) en la que los sentidos se perciben como un todo. De allí que se configuren discursos que giran en torno a la exploración de los límites mentales y corporales. Sin apelar necesariamente al discurso del riesgo (como ocurre en otros estilos de vida como el alpinismo), no por ello deja de tener expresión el planteo de ciertos peligros concretos. Junto con esa mencionada exploración de los límites físicos, el corredor se expone orgullosamente a una serie de experiencias novedosas –además del esfuerzo para completar los kilómetros de cada carrera–, tales como las caídas en los descensos abruptos en circuitos de montaña, las trepadas de cerros empinados o los bruscos cambios de temperatura (por ejemplo, el frío y el viento en las cumbres de los cerros y montes). Algunas variantes del *trail*, y en particular el *ultratrail* (distancias que en ocasiones llegan a 180 km), pero sobre todo los *orientatlón*<sup>9</sup>, son tal vez los casos más parecidos a los deportes extremos.

Esta idea de experiencia extrema del ocio de aventura opera en la racionalidad de no pocos corredores que se inscriben (sin que existan controles muy severos en las organizaciones de las carreras, más allá de un *apto médico* no siempre rigurosamente controlado) en distancias que no están en condiciones de transitar o que recorren a un ritmo inferior al mínimo permitido por los organizadores. Diversos conflictos se suscitan cuando no se les permite a esos corredores continuar luego de los puestos de asistencia, por haber sobrepasado el tiempo mínimo permitido. Ello parece ser un dato globalizado, dado que, por ejemplo, en una publicación digital especializada española, *Running.es*, en la nota titulada “Con la montaña no se juega”, se alerta respecto a que las “escenas dantescas vividas este verano en diferentes carreras de montaña nos tienen que hacer reflexionar”. El cronista identifica los peligros que conlleva la masividad de las carreras de *trail*, en donde se observa “gente que no corre y camina a lo largo de todo el recorrido. ¿Cómo acotar los tiempos de corte? si para el organizador es muy difícil evacuar a un grupo grande de corredores de la mitad de un recóndito valle...” (29 de agosto de 2016). Incluso en maratones de calle, uno de los problemas expuestos se relaciona con aquellas personas que realizan el trayecto caminando, provocando extensiones de tiempo no previstas. Ese y otros comportamientos considerados “irresponsables” fueron planteados en una nota del diario argentino *La Nación*, titulada “La falsa épica del maratón” (21 de octubre de 2016). Allí también se describe un panorama de “corredores mal entrenados, entrenadores que aceptan a atletas no aptos físicamente, comunicadores que ponderan la heroicidad por encima de un trabajo a largo plazo, organizadores que cuentan inscriptos como si fueran ganado; razones que explican cómo se le perdió el respeto a la madre de todas las carreras: los 42,195 km” (*La Nación*, 21 de octubre de 2016). El texto también detalla que desde la mitad de la

9 Las competencias del subgénero *orientatlón* son carreras de aventura y navegación terrestre en las cuales no existen caminos marcados con cintas como en las de *trail* sino que cada corredor debe ingeniárselas, con sus propios mapas y brújula, para llegar a su destino.

maratón “aparecen los abandonos, los calambres, las descompensaciones y todo tiempo de contratiempos producto de una mala aptitud física para esa prueba, sumada la falta de experiencia y mal asesoramiento profesional. Los datos son contundentes: 134 corredores arribaron antes de las 3 horas; 2842 entre las 3 y las 4 horas; 6619 pasadas las 4 horas. Y el último demoró 6h25m39s” (*La Nación*, 21 de octubre de 2016).

### **Estilización de la vida cotidiana**

Sin demasiada distinción de género y edad (como rasgos más evidentes frente a una mirada ingenua), las costaneras, los parques y las calles de cualquier ciudad, en particular los de grandes dimensiones, se encuentran ampliamente territorializados por estos *runners* que dotan a esos espacios de su particular estética. Lejos quedaron esas épocas en las que aquellos que decidían “salir a correr” con la primera indumentaria que tuvieran a mano podían ser el blanco de bromas diversas. En la actualidad, por el contrario, la amplia variedad de diseños y colores de la indumentaria y el equipamiento que utilizan los corredores forma parte de la normalidad urbana. En efecto, esa estética *runner* constituye una dimensión de relevancia dentro de este estilo de vida, por lo que puede advertirse con cierta facilidad un *look runner* que trasciende el momento del ejercicio físico o de los preparativos para una competencia. A partir de esos datos fragmentados no resulta extraño que fluyan lineales interpretaciones de sentido común que destaquen el carácter superfluo, protagonizado por personas frívolas más preocupadas por la apariencia y la *pilcha* (ropa) que por otro tipo de valores. Planteado de manera algo más sofisticada (o apenas con jerga académica), no pocas lecturas condenan en la misma línea las identidades y prácticas de sectores sociales que se asumen más favorecidos, como la clase media. En ese marco, el *running* sería una expresión más del individualismo y el consumismo, del culto al cuerpo perfecto, de una moralidad desconectada de los problemas sociales e identificada políticamente con los estratos sociales más elevados, además de repercusión lineal de un fenómeno global auspiciado por las multinacionales. Entonces, el *running* podría encuadrarse muy fácilmente como una moda, como una práctica que estimula el consumo desenfrenado no sólo de diversas mercancías que exceden la ropa que configura el *look runner*, sino de todo un conjunto de mercancías asociadas a una estética de clase media y media alta. Furor que encuadraría en el culto al individuo, preocupado por su éxito deportivo, el cuerpo perfecto y relaciones sociales superficiales. Incluso se puede llegar a representar al *runner* como un disciplinado trabajador ideal para la reproducción del sistema capitalista, como cultor del individualismo extremo que enrostra a los demás su superioridad moral y se posiciona ante la sociedad (y los “poderosos”) como un sujeto confiable (dócil) y esforzado.

En contraposición con este tipo de interpretaciones, aquí se postula que los estilos de vida pueden abordarse como potenciales tecnologías de autogobierno (Crossley 2005). Este concepto permite exponer los mecanismos a través de los cuales los individuos adquieren la capacidad de crearse, transformarse y entenderse a sí mismos, en términos reflexivos. Por supuesto, las exigentes rutinas de entrenamiento,

los rígidos compromisos horarios y las dietas ejercen un evidente disciplinamiento, pero a la vez proporcionan un amplio margen para negociar identidades, modos de involucrarse, definir objetivos a partir de las posibilidades físicas o esfuerzos (de entrenamiento, dietarios, monetarios) que los sujetos están dispuestos a realizar. Ese carácter reflexivo remite a la capacidad que desarrollan los sujetos para colocarse a sí mismos en vinculación con su contexto social en el marco de sus propias (y, por supuesto, falibles) descripciones (Archer 2007).

Autores como Markula (2003) se han planteado, en clave foucaultiana, el dilema interpretativo que fluctúa entre considerar este tipo de aficiones, y su impacto en el modo de vida de los sujetos, como tecnologías de dominación o como tecnologías del yo. Por supuesto, una sencilla interpretación sería considerar que el disciplinamiento que implican los entrenamientos constituye técnicas para transformar en dóciles los cuerpos, sobre todo el de las mujeres, por ejemplo, naturalizando los dictados masculinos sobre el cuerpo ideal. En esa línea, el ejercicio físico, acompañado de la dieta e incluso el consumo de sustancias para adelgazar, puede configurar un poderoso dispositivo de control que, al proponer un camino de transformación personal (en general estético), ofrecería muy poco espacio para prácticas y decisiones “libertarias”. Este esquema de interpretación excluye considerar la subjetividad de los actores en sus decisiones y las eventuales formas de resistencia que pueden emprender las mujeres a través del ejercicio físico, por ejemplo, superando a los hombres o conformando un cuerpo que escape de los imaginarios hegemónicos, tal cual ocurre cuando burlan los dispositivos de censura masculinos, como en el caso de la añaña interdicción –largamente superada– de participar en las maratones. Y ello podría redundar también en algún tipo de apropiación *generizada* de una determinada práctica habitualmente reservada a los hombres. O tal vez esa lectura excluye reflexionar cómo la posibilidad de aproximarse a ciertos ideales estéticos y a la conformación de un cuerpo atlético, delgado y hasta “deseable” (Markula 2003) según los patrones estéticos hegemónicos, puede dotar a las mujeres de una autoestima “liberadora” en ciertas situaciones de opresión de género, en particular en las relaciones de pareja. Por supuesto, no se trata de encontrar procesos lineales, sino que las subjetividades en juego pueden dar como resultado itinerarios que fueron movilizados por esas pautas hegemónicas, pero que son susceptibles de desviarse. Así, la adopción del estilo de vida *runner* puede ser el resultado de la presión de esos imaginarios hegemónicos (estar más delgado y “saludable”, la búsqueda de belleza exterior), y luego derivar en otro tipo de metas incompatibles con el ideal inicial. Un ejemplo posible, y de cierta recurrencia, lo constituyen aquellas mujeres que desarrollan una delgadez y fortaleza extremas que mejoran el rendimiento, a tal punto que, por ejemplo, superan en las carreras a la mayoría de los hombres de su entorno. En efecto, el cuerpo habitual de los maratonistas (profesionales) no responde precisamente a los parámetros hegemónicos de un cuerpo bello en nuestra contemporaneidad, y también puede connotar, para una perspectiva ajena, endebles física o hasta problemas de salud.

Por ello, el camino que se sigue en esta investigación apunta a vincular estas aspiraciones y estos proyectos, para así rastrear cómo la reflexividad humana dicta cursos de acción que pueden ser satisfactorios y durables. Esa identidad *runner* aparece altamente escenificada, movilizand o detalladas estilizaciones que envuelven preceptos éticos (tales como esfuerzo, voluntad, armonía) y estéticos (como liviandad o belleza) que suponen asimismo toda una concepción de la salud y/o el bienestar. En el discurso hegemónico del *running* se puede advertir un imaginario que postula que correr es una opción moral destacable, sostenida en una ética del esfuerzo y la autosuperación, y también, en algunos casos, del compañerismo (sobre todo en los *running teams*). Pero no sólo se corre porque se debe correr, sino en gran medida porque es bello hacerlo. En toda esta compleja construcción, las redes sociales y su poderosa expansión no sólo marchan en sintonía con esta estilización de la vida sino que se configuran como un canal de expresión relevante de la espectacularización y las estrategias de definición personal que conllevan estas prácticas. Para estos estilos de vida, “en esos discursos autorreferenciales, justamente, la experiencia de la propia vida gana forma y contenido, adquiere consistencia y sentido al cimentarse alrededor de un *yo*” (Sibilia 2008, 38). Los *runners* suelen colocar detalladamente sus sesiones de entrenamiento, la cantidad de kilómetros recorridos; relatan sus experiencias en las carreras, construyen complicidades con otros *runners*. Y cuando participan en carreras paradigmáticas, los documentos visuales son todo un insumo de un marketing que gira sobre la persona y que implica, por supuesto, la circulación por las redes de las fotos que muestran, a modo de *souvenir*, la participación y la densidad de su “currículum” de corredor. En definitiva, una práctica ideal para la “espectacularización de la personalidad” (Sibilia 2008).

58

El funcionamiento de redes sociales como Facebook puede interpretarse como un medio particular cuya principal función no sería, en su totalidad, favorecer la amistad o permitir mantenerla vigente, sino también que los actores pueden utilizar la amistad como un modo de vincularse con el Facebook en sí mismo (Miller 2012). En consecuencia,

[...] las redes sociales también parecen generar su propia compulsión por la visibilidad. Así como las personas no sienten que estén realmente de vacaciones, a menos que vean fotografías de ellas mismas disfrutando de las vacaciones, también hoy las personas no parecen sentir que tienen alguna experiencia de un acontecimiento, a menos que lo difundan a través de Facebook o Twitter. (Miller 2012, 158)

El mismo autor define estas redes como un punto “testimonial” que “nos permite vernos a nosotros mismos como seres morales cuyas acciones están siempre sujetas a un veredicto, conformado por la mirada de los otros” (Miller 2012, 158). Ello configuraría “una forma de clausura moral que les da un significado cosmológico” (Miller 2012, 158). En ese sentido, las imágenes que circulan en las redes sociales son muestras ricas de esta ética y estética *runner*. Se trata de fotografías y dibujos acompañados de textos que postulan enseñanzas, mensajes con carga moral e incluso

diálogos, algunos de ellos conflictivos. Estos discursos suelen tematizar en la condición adictiva o patológica, pero resignificada positivamente como marca de distinción frente a los no iniciados. Así como se puede postular que “Soy adicto a correr y no quiero curarme”, también se puede sostener que “Correr es un deporte mental... y nosotros estamos locos”. Por supuesto, abundan apelaciones a la exploración de los límites físicos, pero sobre todo mentales. Así como se aclara que “el límite lo ponés sólo vos”, también se advierte que “ser débil es una elección. Por eso, sé fuerte”. Claro que también pueden encontrarse referencias más directas a una mejora en las condiciones de vida, tales como que correr “te libera del estrés y mejora tu condición física”. O además se aclara que “el dolor es temporal. La satisfacción, para siempre”. En la misma sintonía, un corredor imaginado plantea que “no entreno para una carrera en particular. No intento imponer un nuevo récord, ni sorprender a nadie. Estoy cambiando mi vida”. O incluso se pueden poner en escena estas dos últimas dimensiones: “Para correr se necesita algo más que talento; se requieren la voluntad de trabajar duro y el deseo de hacer algo increíble con tu vida”. Un conjunto amplio de posicionamientos enunciativos, acompañados de recursos retóricos variados, configuran este discurso autorreferencial que estiliza al extremo la experiencia *runner*. Provisto de una poderosa carga moral y estética, el discurso del corredor permite una sólida construcción identitaria sostenida en una serie acotada de ideas pero de una adaptabilidad casi ilimitada para que tanto un experto como un novato puedan cargar de sentidos positivos y hasta trascendentes sus experiencias cotidianas.

### A modo de conclusión

En este artículo se ha formulado un conjunto de categorías analíticas y claves de interpretación que han surgido a partir de la interacción con el terreno. En efecto, las experiencias de campo (primero en términos autoetnográficos, y luego, una labor etnográfica sistemática y convencional) se han utilizado para favorecer un diálogo productivo con conceptos como *estilo de vida*, *tecnología de autogobierno* o *moralidad*. Como un estilo de vida característico, más allá de sus apropiaciones diferenciales, el *running* se muestra como una forma estandarizada que pone a disposición de los sujetos una serie de “tentaciones” (Chaney 1996) cada vez más sofisticadas que, en sus continuas renovaciones, brindan amplias posibilidades de distinción social. El *running* se presenta como una poderosa tecnología de autogobierno que no excluye, por supuesto, la relevancia de ciertas determinaciones sociales relativas (como clase social, franja etaria o género), pero que de todos modos favorece nociones como *individualidad*, *autoexpresión* y *autoconciencia*. Ello implica que se trata de apuestas reflexivas que los individuos adoptan con la capacidad de adaptarlas a sus proyectos de vida, otorgándoles sentidos particulares. Al tomar al *running* como algo más profundo que una mera “retórica del mercado del consumidor” (Skeggs 2004, 57) se ha puesto el foco en esos patrones de acción que despliegan densas sensibilidades éticas y estéticas. Ellas además favorecen la articulación de expresiones personales sistemáticas que muestra también las elecciones de consumo como oportunidades de

creatividad personal. Ese carácter reflexivo dialoga de modo permanente con los imaginarios hegemónicos (estar más delgado y “saludable”, la búsqueda de belleza exterior), que también ejercen fuertes presiones en los itinerarios personales, sobre todo en el momento de la elección de un estilo de vida como el *running*.

Por supuesto, el *running* es una fructífera puerta de entrada para analizar un conjunto muy amplio de problemáticas generales de los mundos contemporáneos. En este caso, se trata de sujetos que buscan no sólo mejorar su estado físico, sino que se ven envueltos en particulares cosmovisiones que exceden el entrenamiento o el hecho de anotarse en una carrera de montaña. Es decir, la explosión global del *running*, cuyo techo aún es desconocido, es una excelente “aldea” (Geertz 1997) para comprender las tendencias dominantes del mundo contemporáneo y los eventuales cambios que se producen a escala local y global. En la misma sintonía, se presenta como un caso fructífero para comprender los modos en que los actores sociales construyen sus referencias identitarias a partir de estas prácticas distintivas que conllevan la adopción de nuevas formas de vivir y experimentar la vida. Y como se ha tratado de mostrar, el *running* permite pensar dimensiones de lo social que lo exceden ampliamente y que son imprescindibles para entender las sociedades contemporáneas. Así, densas problemáticas como el consumo, las clases sociales, el género o el impacto y uso de las redes sociales son interpeladas de manera constante por este estilo de vida, del mismo modo que otras categorías como *las movilidades, la ecología o la salud*. Por ello es que esta investigación etnográfica del *running* se propone a más largo plazo lograr un balance descriptivo e interpretativo de las singularidades y generalidades que lo atraviesan. Un estilo de vida caracterizado por una amplia serie de preceptos éticos y estéticos dominantes, pero que a la vez admite un extendido segmento de apropiaciones diferenciales en cada itinerario *runner* que los actores construyen. Ello permitirá postular explicaciones fundadas acerca de la robustez y las perspectivas de crecimiento de este estilo de vida. En efecto, el *running* admite ambiciosos y sacrificados proyectos deportivos, pero también otros mucho más modestos con capacidad de generar tanta energía emocional entre sus adherentes. En otras palabras, todos los *runners* están en condiciones de desarrollar proyectos factibles de inclusión en este estilo de vida, de competir exitosamente (por ejemplo, contra sí mismos) y sentir que progresan y mejoran su vida. Esa amplia capacidad de interpelación tal vez sea una de las claves de esa explosión global y de la viabilidad para ofrecer un marco de actividades y preceptos éticos y estéticos que se configuran como una potencial tecnología de autogobierno bajo la promesa de una vida mejor, pero también más bella.

## Referencias

1. Allen-Collinson, Jacquelyn. 2008. “Running the Routes Together. Corunning and Knowledge in Action”. *Journal of Contemporary Ethnography* 37 (1): 38-61.
2. Allen-Collinson, Jacquelyn. 2013. “Narratives of and from a Running-woman’s Body: Feminist Phenomenological Perspectives on Running Embodiment”. *Leisure Studies Association Newsletter* 95: 41-48.

3. Allen-Collinson, Jacquelyn y John Hockey. 2011. "Feeling the Way: Notes toward a Haptic Phenomenology of Distance Running and Scuba Diving". *International Review for the Sociology of Sport* 46 (3): 330-345.
4. Anderson, Leon y Mathew Austin. 2012. "Auto-ethnography in Leisure Studies". *Leisure Studies* 31 (2): 131-146.
5. Appadurai, Arjun. 2015. *El futuro como hecho cultural. Ensayos sobre la condición global*. Buenos Aires: FCE.
6. Archer, Margaret. 2007. *Making Our Way through the World. Human Reflexivity and Social Mobility*. Cambridge: Cambridge University Press.
7. Archetti, Eduardo. 1994. "Introduction". En *Exploring the Written. Anthropology and the Multiplicity of Writing*, editado por Eduardo Archetti, 11-30. Oslo: Scandinavian University Press.
8. Becker, Howard. 2009. *Trucos del oficio. Cómo conducir su investigación en ciencias sociales*. Buenos Aires: Siglo XXI.
9. Chaney, David. 1996. *Lifestyles*. Londres: Routledge.
10. Collins, Randall. 2002. *The Sociology of Philosophies. A Global Theory of Intellectual Change*. Cambridge: Belknap Press.
11. Collins, Randall. 2004. *Interaction Ritual Chains*. Princeton y Oxford: Princeton University Press.
12. Crossley, Nick. 2005. "Mapping Reflexive Body Techniques: On Body Modification and Maintenance". *Body & Society* 11 (1): 1-35.
13. Dos Santos Silva, Mayara y Manuela da Silva Sousa. 2013. "O papel das assessorias esportivas no crescimento das corridas de rua no Brasil". *Fiep Bulletin* 83 <http://www.fiepbulletin.net>
14. Douglas, Mary y Baron Isherwood. 1990. *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo.
15. Featherstone, Mike. 2000. *Culturas de consumo y posmodernismo*. Buenos Aires: Amorrortu.
16. Friedman, Jonathan. 1994. "Introduction". En *Consumption and Identity*, editado por Jonathan Friedman, 1-16. Ámsterdam: Harwood Academic Publishers.
17. Geertz, Clifford. 1997. *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
18. Giddens, Anthony. 1995. *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona: Península.
19. Goffman, Erving. 2001. *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires: Amorrortu.
20. Gomes, Odila y Hélder Ferreira Isayama. 2009. "Corridas de aventura e lazer: um percurso analítico para além das trilhas". *Motriz* 15 (1): 69-78.
21. Herrick, Clare. 2015. "Comparative Urban Research and Mass Participation Running Events: Methodological Reflections". *Qualitative Research* 15 (3): 296-313.
22. Hine, Christian. 2000. *Virtual Ethnography*. Londres: Sage.
23. Howe, P. David y Carol Morris. 2009. "An Exploration of the Co-production of Performance Running Bodies and Natures within Running Taskscapes". *Journal of Sport & Social Issues* 33 (3): 308-330.
24. Ingold, Tim. 2000. *The Perception of the Environment: Essays in Livelihood, Dwelling, and Skill*. Londres y Nueva York: Routledge.

25. Landa, María Inés. 2016. "Fitness-management: el conflictivo devenir de una cultura empresarial". *Revista Brasileira de Ciências do Esporte* 38 (1): 18-25.
26. Maivorsdotter, Ninitha y Mikael Quennerstedt. 2012. "The Act of Running: A Practical Epistemology Analysis of Aesthetic Experience in Sport". *Qualitative Research in Sport, Exercise and Health* 4 (3): 362-381.
27. Marcus, George. 1995 "Ethnography in/of the World System: The Emergence of *Multi-Sited Ethnography*". *Annual Review of Anthropology* 24: 95-117.
28. Markula, Pirkko. 2003. "The Technologies of the Self: Feminism, Foucault and Sport". *Sociology of Sport Journal* 20: 87-107.
29. Miller, Daniel. 2012. "Social Networking Sites". En *Rethinking Digital Anthropology*, editado por Heather A. Horst y Daniel Miller, 146-161. Londres y Nueva York: Berg.
30. Miller, David. 1994. "Style and Ontology". En *Consumption and Identity*, editado por Jonathan Friedman, 53-70. Ámsterdam: Harwood Academic Publishers.
31. Motzafi-Haller, Pnina. 1997. "Writing Birthright: On Native Anthropologist and the Politics of Representation". En *Auto/ethnography. Rewriting the Self and the Social*, editado por Deborah E. Reed-Danahay, 195-222. Oxford: Berg.
32. Muggleton, David. 2000. *Inside Subculture. The Postmodern Meaning of Style*. Oxford: Berg.
33. Okely, Judith. 1996. *Own or Other Culture*. Londres y Nueva York: Routledge.
34. Oliveira, Saulo Neves de. 2010. "Lazer sério e envelhecimento: loucos por corrida. Dissertação de Mestrado em Educação", tesis de maestría, Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Brasil.
35. Pink, Sarah. 2000. "Informants who come 'home'". En *Constructing the Field. Ethnographic Fieldwork in the Contemporary World*, editado por Vered Amit, 96-119. Londres y Nueva York: Routledge.
36. Robben, Antonius. 1995. "The Politics of Truth and Emotion among Victims and Perpetrators of Violence". En *Fieldwork under Fire. Contemporary Studies of Violence Survival*, editado por Antonius Robben y Carolyn Nordstrom, 175-190. Berkeley: University of California Press.
37. Rodríguez, Alejandro. 2016. *Haciendo fierros en el boulevard: una aproximación etnográfica al interior de los gimnasios porteños*. Buenos Aires: Prometeo.
38. Saraví, Jorge Ricardo, Mariana Chaves y Charly Machemehl. 2012. "Logiques d'appropriation et politiques de l'espace urbain: jeunes skateurs dans la ville de La Plata en Argentine". *Loisir et société* 34 (1): 121-148.
39. Scheerder, Jeroen; Koen Breedveld y Julie Borgers (eds.). 2015. *Running across Europe. The Rise and Size of One of the Largest Sport Markets*. Hampshire: Palgrave Macmillan.
40. Shipway, Richard e Immy Holloway. 2010. "Running Free: Embracing a Healthy Lifestyle through Distance Running". *Perspectives in Public Health* 130 (6): 270-276.
41. Shipway, Richard e Immy Holloway. 2016. "Health and the Running Body: Notes from an Ethnography". *International Review for the Sociology of Sport* 51: 78-96.
42. Sibilia, Paula. 2008. *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires: FCE.
43. Skeggs, Beverley. 2004. *Class, Self, Culture*. Londres: Sage.

44. Strathern, Marylin. 1987. "The Limits of Auto-Anthropology". En *Anthropology at Home*, editado por Anthony Jackson, 16-37. Londres y Nueva York: Routledge.
45. Van Gennep, Arnold. 2008. *Los ritos de paso*. Madrid: Alianza.
46. Wacquant, Lóic. 2006. *Entre las cuerdas. Cuadernos de un aprendiz de boxeador*. Buenos Aires: Siglo XXI.
47. Wheaton, Belinda. 2002. "Babes on the Beach, Women in the Surf: Researching Gender, Power and difference in the Windsurfing Culture". En *Power Games: Theory and Method for a Critical Sociology of Sport*, editado por John Sugden y Alain Tomlinson, 240-266. Londres: Routledge.
48. Wheaton, Belinda. 2007. "After Sport Culture. Rethinking Sport and Post-Subcultural Theory". *Journal of Sport & Social Issues* 31 (3): 283-307.