

# Congreso de Educación Física y Ciencias

14º Argentino, 9º Latinoamericano, 1º Internacional

18 al 23 de octubre y del 1 al 4 de diciembre 2021

Departamento de Educación Física | **FaHCE** | UNIVERSIDAD NACIONAL DE LA PLATA

## La gimnasia de Instagram

Manacorda Betiana

Maidana Lucrecia Victoria

lucreciavmaidana@gmail.com

### Resumen

Durante la pandemia por el Covid-19 realizar gimnasia tomó gran protagonismo. Muchos sujetos comenzaron a entrenar en sus hogares recurriendo a distintos medios de comunicación en busca de rutinas para estar en movimiento. Instagram fue una de las más elegidas. De esta manera, la gimnasia transmitida a través de videos de influencers fitness adquirió gran popularidad.

**Palabras claves:** gimnasia, pandemia, influencers, Instagram, cuerpo.

### Introducción

El 20 de marzo de 2020 se declaró el Aislamiento Social Obligatorio en la Argentina, comúnmente llamado, cuarentena. Para evitar el contagio masivo a raíz de la expansión mundial del virus Covid-19 millones de personas en todo el mundo debieron reducir las salidas de su vivienda al mínimo, únicamente para abastecerse de insumos básicos, teniendo permiso para circular solos aquellos trabajadores considerados esenciales. Los profesionales de la Educación Física y afines no entraron en esta categoría y todos los espacios destinados a la realización de algún tipo de ejercicio se cerraron. Incluso en los espacios públicos quedó vedada la posibilidad de realizar actividad física.

En aquel contexto de encierro y hasta hoy, un año y medio después, se produjo una revalorización del movimiento en general y del ejercicio en particular. Diferentes medios de comunicación se dedicaron a producir contenidos sobre rutinas de ejercicios, recomendaciones y análisis sobre los efectos del sedentarismo propiciado por la cuarentena, etc. Sin nombrarla demasiado aparece, a los ojos del/a profesor/a de educación física, la gimnasia como protagonista de esta pandemia.

Unos de los medios más utilizados durante la pandemia fue Instagram, donde se produjo un crecimiento en el número de influencers dedicados al sector fitness.

Si bien la aparición de figuras reconocidas conduciendo clases de todo tipo de gimnasias no es nueva, en esta oportunidad lo ubicamos dentro del contexto particular de una cuarentena que canalizó durante gran parte del año diversas actividades exclusivamente por las vías de los medios de comunicación y redes sociales.

En distintos videos analizados de Instagram la gimnasia es centralmente una parte clave en la promoción de un cuerpo ideal y determinado estilo de vida (Tinarejo Arias, 2019) y por otro lado, la figura de influencer es utilizada para la promoción de marcas (Turro Sara, 2018) Así, se puede identificar a la gimnasia como “un medio para”, donde a través de videos con ejercicios físicos los influencers buscan captar público, con la finalidad de promocionar productos de determinada marca de ropa, suplementos deportivos, bebidas proteica, etc.

Nuestro propósito es dilucidar qué forma toma la gimnasia y cómo se transmite desde las influencers fitness de Instagram. Hace casi 20 años, Giraldes (2001) alertaba sobre el peligro de que la gimnasia se banalice como objeto de consumo. Estas preocupaciones eran fundadas, ni siquiera es relevante para transmitir o consumir gimnasia que la relación esté mediada por los saberes de una formación pedagógica, fisiológica o si quiera técnica.

### **Pero... ¿Qué es la gimnasia?**

Para poder realizar un análisis crítico de este fenómeno partiremos de entender la gimnasia como una configuración de movimiento sistematizado e intencional que está atravesado por la cultura corporal y que en su enseñanza apunta a brindar herramientas para la construcción de un cuerpo más consciente y libre (Giraldes, 2001). Además, se caracteriza “por su sistematicidad y por pretender alcanzar y perfeccionar posteriormente una excelente armonía entre el cuerpo, el movimiento conscientemente ejecutado y el medio en el que el hombre se

mueve” Giraldes (1985). En esta búsqueda del movimiento conviven diferentes aspectos interrelacionados: los biológicos, los pedagógicos, los recreativos y los sociales (Giraldes, 2001). Pensar la gimnasia como un fenómeno complejo es lo que nos va a permitir comprender qué cosas se ponen en juego en el fitness de Instagram.

Como la gimnasia trabaja sobre y con el cuerpo, es imprescindible para darle alcance a esta reflexión, que tengamos en cuenta el lugar que ocupa el cuerpo en la sociedad actual y su relación con las construcciones sociales de poder. Pedraz (2013) sostiene que hoy en día la imagen del cuerpo es de enorme importancia como representación de identidad en todas las capas sociales. En lo que define como “la compulsión a la rectificación de los cuerpos...” podemos encontrar los “...mecanismos mediante los cuales el poder atraviesa los cuerpos y se inscribe en ellos estableciendo el universo posible y deseable de la apariencia y de los gestos. Universo que... parece destinado a perpetuar el ejercicio de la dominación cultural.” (p. 4).

Crespo (2015) y Landa (2009) indagan sobre las transformaciones que ha sufrido y sufre la gimnasia dentro de la cultura actual y se preguntan por los conceptos de cuerpo y de gimnasia que subyacen en sus formas de manifestación, su influencia sobre la construcción del cuerpo hegemónico y saludable. A su vez, dan cuenta del crecimiento de una extensa industria de servicios relacionados a un discurso de la salud y belleza en la que la Gimnasia tendrá un papel crucial en lo que se conoce como el “mundo del fitness” y su relación con el interés político-social, destacando la evolución de la Gimnasia hacia un producto comercial. Los influencers fitness se inscriben dentro de este fenómeno, pero con rasgos propios.

### **Cuerpos y saberes**

Para dar cuenta de las características particulares de esta gimnasia, centramos nuestras observaciones en el tipo de representación del cuerpo que aparece y en los saberes sobre los que éste se construye.

En los videos analizados hay un tipo de cuerpo en común: son esbeltos, delgados, pulcros, activos, resistentes, entre otras características. Un cuerpo que transmite un tipo ideal de belleza, que se encuentra dentro de los parámetros establecidos y legitimados por la cultura de consumo capitalista, acompañado también de un discurso de estilo de vida saludable.

En cuanto a los saberes en que se respaldan las rutinas prescriptas, mientras que Landa (2009) hace referencia a los saberes de las ciencias biológicas en general y a la medicina en particular

(en tanto esta se preocupa por la salud), que se encuentran en la planificación del ejercicio dentro de los gimnasios, en Instagram estos saberes son apenas mencionados al pasar. Cuando por ejemplo hay una referencia a “quemar grasa”, nadie sabe muy bien qué es y cómo se produce, pero se entiende que hay un cuerpo orgánico que reacciona al estímulo del ejercicio perdiendo grasa y propiciando la imagen corporal que te va a hacer feliz. Es decir que para la gimnasia de Instagram estos saberes siguen presentes, pero no son los más importantes a la hora de legitimarla.

Por otro lado, se observa la organización del movimiento estandarizado en series, intensidades y frecuencias, pero para estos aspectos - los objetivos y la técnica - no hay fundamentación ni un respaldo teórico o técnico. La legitimidad de esta gimnasia está dada por los resultados observables en el cuerpo de las influencers tales como una “panza chata”, una “cola parada”, “piernas tonificadas”, etc. Ser poseedora de un cuerpo hegemónico, les habilita a intervenir sobre el cuerpo de los demás.

### **Los ejercicios de la felicidad**

A la hora de observar los tipos de ejercicios, vemos que predominan los localizados y en el discurso se hace hincapié en el trabajo sobre lugares específicos, brazos, ABS (abdominales), legs (piernas) o un músculo en particular, como abductores y glúteos.

Éstos no están dirigidos a un público en particular, sino lo contrario, apuntan a que cualquiera pueda ponerse en movimiento desde casa. El lema que identifica a la comunidad fitness es “se tu mejor versión”, donde se busca que el individuo se supere a sí mismo sin compararse con el otro. Que se acepte y ame a sí mismo - amor y valor propio - tanto su personalidad como su cuerpo y aquellas partes que le gustan y disgustan del mismo.

El ejercicio hace bien, no importa cual, no importa cómo, no importa donde, no importa quién lo dé.

Claro que una mirada por los comentarios de estos videos muestra de manera elocuente los límites de estas rutinas: Están los que aluden a la experiencia corporal vivenciada, tales como “creo que los burpees los hice mal..., baje demasiado la cadera.... será x eso que me duele tanto la cintura”, “me paso igual, doblada de dolor hoy”, “ejercito todos los días pero me pasa que cuando hago glúteos me duele la cintura y en sentadillas rodillas, estoy haciendo mal”

Y los que piden detalles sobre la dosificación de la carga. “hola! cuanto de descanso?”, “Que peso recomiendas usar en las mancuernas? Y precalentamiento?”, “Cuanto es el descanso entre vueltas?”, “que tengo que tener en cuenta, en este ejercicio, para una buena postura y no lastimarme?”, “Ese tipo de ejercicios que es 20" x 8 vueltas ¿es mejor hacerlos despacio y precisos o mayor cantidad de repeticiones sin mucha precisión?”

## **Conclusión**

Indiscutiblemente la gimnasia ocupa un lugar central en las formas de movimiento que predominan en la cultura corporal actual que se encauza cada vez más por las redes sociales.

Cuando hablamos de gimnasia la pensamos desde nuestra disciplina, la Educación Física, es decir, pensamos una gimnasia que colabora con la educación corporal de los sujetos, con el conocimiento de su propio cuerpo para lograr no solo un movimiento más eficiente y eficaz, sino para un mejor desenvolvimiento de la vida en general.

La gimnasia como práctica social, es decir como una práctica inmersa en la cultura, ha jugado y juega su rol en este entramado de usos y significaciones del cuerpo y sus formas de movimiento. Consideramos que el fenómeno de la mercantilización de la gimnasia (Crespo, 2013) que se extiende a nivel mundial hacia fines de los 80 que comenzó con la popularización del aerobics y fue tomando diversas formas hasta la actualidad, es un proceso que continúa profundizándose según se adapta a los nuevos contextos, por ejemplo, las nuevas formas de transmisión.

Instagram ofrece un formato donde la imagen lo es todo, el contenido debe ser breve, llamativo, explosivo. Los influencer fitness son los encargados de transmitir los hábitos necesarios para una vida mejor y más saludable, uno de ellos es la actividad física, que como decíamos al principio de este trabajo, no se la nombra, pero toma la forma de gimnasia.

¿Y porque es importante llamar a las cosas por su nombre, en este caso a la gran variedad de actividad física ofrecida por Instagram, llamarla gimnasia? Porque es desde el concepto de gimnasia que podemos tener una visión crítica de una de las formas que toma el movimiento en la cultura actual.

El aislamiento fue el disparador para que aumente la popularidad de estos influencers a partir de la prescripción de rutinas de ejercicio, a pesar de no tener una formación en educación física ni afines, más que su propio entrenamiento. Tuvieron un alcance masivo: en un InstagramLive han llegado a participar aproximadamente 10 mil personas haciendo una clase

a la vez, mientras que su reproducción de forma asincrónica puede alcanzar cientos de miles de personas. Esto no sería posible si no hubiera un público masivo que lo consuma.

Queda por ver si es un fenómeno que llegó para quedarse.

De una manera u otra, la gimnasia continúa banalizándose dentro del mundo del fitness de Instagram como un producto con cada vez menos contenidos y menos fundamentos, donde los objetivos son apenas caricaturas de las posibles mejoras en las capacidades motoras y/o los aprendizajes del cuerpo propio y sus usos en busca de un mayor autoconocimiento. Prevalece un discurso del movimiento en sí mismo que termina de diluir la gimnasia.

## Referencias

Bellido Turro, S. (2018) “El marketing de influencers. Marketing de influencers en el sector del fitness.” Federación Española de Asociaciones de Docentes de Educación Física (FEADEF). Retos ([www.retos.org](http://www.retos.org))

Crespo, C. (2013). Sujetos a una disciplina que disciplina: Un análisis crítico de las prácticas de gimnasia dominantes en el gimnasio. Educación Física y Ciencia, 15 (1). En Memoria Académica. Disponible en: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.5844/pr.5844.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.5844/pr.5844.pdf)

- Crespo, C. (2015). La cultura del cuerpo en tiempos de globalización. La cultura fitness. 11º Congreso Argentino de Educación Física y Ciencias, 28 de septiembre al 10 octubre de 2015, Ensenada, Argentina. En Memoria Académica. Disponible en: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab\\_eventos/ev.7331/ev.7331.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.7331/ev.7331.pdf)
- Crespo, C. (2015). La (re)producción de subjetividades y cuerpos en la cultura de consumo actual. Perspectivas en Educación Física: Documentos y notas de investigación, DyNT 01. En Memoria Académica. Disponible en: [http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art\\_revistas/pr.7304/pr.7304.pdf](http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/art_revistas/pr.7304/pr.7304.pdf)
- Landa, M.I. (2009) El porvenir de los cuerpos rentables: un análisis de la práctica del Fitness. En: R. Crisorio y M. Giles (ed.), *Estudios críticos de Educación Física*. (pp. 177-190). La Plata: Editoriales Al Margen.
- Pedraz, M. V. (2013). Cuerpo y contracuerpo: La historicidad de las producciones corporales y el sentido de la educación física. En *Revista Educación Física y Ciencia*. Año 7. UN La Plata. p. 68-86. Disponible en: <https://efyc.fahce.unlp.edu.ar/article/view/EFyCv07a07>
- Tinarejo Arias, C. (2019) “Una mirada hacía los influencers fitness en Instagram desde la perspectiva del usuario”. Argentina: Universidad de San Andrés. Departamento de Ciencias Sociales. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10908/16632>