

LA HISTORIA DEL *RUNNING* EN ARGENTINA

THE HISTORY OF RUNNING IN ARGENTINA

María Nemesia Hijós (nemesiahijos@gmail.com)

CONICET/Instituto de Investigaciones Gino Germani (IIGG), Facultad de Ciencias Sociales
(FSOC), Universidad de Buenos Aires (UBA), Argentina

Fecha envío: 01/01/2018

Fecha aceptación: 16/04/2018

Resumen: El capitalismo actual sienta las bases para la consolidación de nuevas prácticas deportivas atravesadas por lógicas económicas, que se expanden globalmente y se apropian singular y localmente. El *running* es una de ellas, que si bien tiene sus raíces en el atletismo – con el cual comparte espacios, técnicas, prácticas y *la pasión por el deporte*–, asume formas específicas que lo hacen emerger como una actividad con disposiciones propias, extendida a un público casi sin restricciones. El objetivo de este trabajo es reconstruir los vínculos entre el atletismo y el *running* en Argentina, para establecer sus recíprocas influencias y tensiones, y analizar las representaciones que se construyen a partir de la práctica deportiva, prestando atención al contexto actual, sabiendo que el mercado tiene un lugar fundamental para pautar las necesidades y que el cuerpo es el elemento central de la misma. Para ello reflexionaré sobre mis registros de trabajo de campo y entrevistas realizadas, y analizaré una serie de fuentes (particularmente artículos periodísticos, revistas, videos y programas de radio), donde esta actividad deportiva es representada, o se auto-representa, como modelo/ejemplo del nuevo ideal de individuo y de cuerpo.

Palabras clave: historia; *running*; atletismo; mercado; Argentina.

Abstract: Modern capitalism lays the bases for the consolidation of new sports practices crossed by economic logics, globally expanded and singularly and locally appropriated. Running is one of them; although it has its roots in athletics –with which it shares spaces, techniques, practices and the passion for sport–, it assumes specific ways that make it emerge as an activity with its own dispositions, extended to almost non-restricted public. The objective of this article is to reconstruct the links between athletics and running in Argentina, to set their reciprocal influences and tensions, and to analyze the representations constructed from sports practices, with a focus on the current context, understanding that the body is a central element and that the market occupies a fundamental role in determining the “necessities” linked to consumption. To this end, I will reflect on my own fieldwork and interviews, and analyze a series of sources (specifically journalistic articles, magazines, videos and radio programs), in which this sporting activity is represented, or self-represented, as model/example of the new ideal of the individual and the body.

Keywords: history; running; athletics; market; Argentina.



1. Introducción¹

Si bien correr representa para el hombre una forma de ejercicio y recreación, las raíces de esta acción pueden ser tan antiguas como el propio origen de la raza humana. Hace dos millones de años los antecesores del hombre incorporaron la capacidad de correr largas distancias de manera sostenida gracias a cinco factores (energía; resistencia; estabilidad bipodal o vertical; termorregulación y respiración) que los acompañan desde su más remota evolución.² Durante mucho tiempo y antes de que esta práctica sea un fenómeno global en auge, las personas que corrían fueron –casi exclusivamente– competidores de atletismo, aunque también lo hacían como complemento físico quienes entrenaban para otras disciplinas específicas. Hoy, la práctica del *running*³ nuclea a individuos de edades, sexos y condiciones socio-económicas diversas, que se congregan en ciudades para entrenar y planificar sus competencias en torno a los grupos de entrenamiento, denominados *running teams*⁴ y organizados por clubes, cadenas de gimnasios, marcas deportivas, reconocidos ex atletas o entrenadores amateurs, con un espíritu que promueve –desde un discurso particular– la inclusión y la participación *de todos*.

El furor por correr aumenta año tras año a un ritmo exponencial, reflejado no sólo en la marea de corredores que copan los espacios públicos, sino también en la creciente cantidad de competencias e inscritos. En las últimas décadas ha crecido considerablemente el número de participantes en las carreras populares de resistencia (“de calle”, mayormente) como así también la oferta de pruebas organizadas en las cuales inscribirse, considerando distintas distancias que incluyen a mayor cantidad de público de acuerdo a sus objetivos y posibilidades (carreras vinculadas a la solidaridad, a la celebración de aniversarios de clubes y/o instituciones, carreras exclusivas para mujeres, carreras nocturnas, con obstáculos, con mascotas, con polvos de colores). En los últimos ocho años la convocatoria a estos eventos creció alrededor de un 300%: se estima que alcanzan 800 mil los corredores provenientes de diversos puntos del país y del exterior que invaden las calles y parques porteños, quienes en muchos casos participarán de alguna de las más de 80 competencias organizadas cada fin de semana, de acuerdo a lo informado por la Subsecretaría de Deportes del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Empresas multinacionales de productos deportivos como Adidas, Asics o Nike se han visto beneficiadas resultado de este declarado auge por correr: la producción de calzado e indumentaria, por su parte, continúa en desarrollo ante un mercado en pleno apogeo, alcanzando 38% las ventas de la categoría *running* en las tiendas argentinas.⁵ Otra variable que refleja el *boom* por esta práctica es la correspondiente al turismo y a la emergencia de numerosas agencias de viajes que ofrecen paquetes turísticos individuales o

¹ Una versión preliminar de este trabajo fue presentada como ponencia en el 12° Congreso Argentino y 7° Latinoamericano de Educación Física y Ciencias, organizado por el Departamento de Educación Física de la Facultad de Humanidades y Ciencias de la Educación, en la ciudad de La Plata, Argentina, en 2017. Agradezco los comentarios y aportes realizados por el Prof. Gerardo Fittipaldi (FaHCE-UNLP, Argentina), el Dr. Alejo Levoratti (FaHCE-UNLP, Argentina) y quienes participaron de la mesa de trabajo “Educación Física e Historia”.

² Dennis M. Bramble y Daniel E. Lieberman, “Endurance running and the evolution of *Homo*”, *Nature* 432 (noviembre 2004): 345, consultado el 18 de septiembre de 2017, DOI: 10.1038/nature03052.

³ La cursiva en el cuerpo del texto debe entenderse como una apropiación del discurso de mis interlocutores, términos significativos desde el punto de vista nativo y expresiones de los actores; también es utilizada para resaltar palabras en otro idioma.

⁴ Se contabilizan 200 grupos de entrenamiento en CABA y alrededores. Alejandro Prosdocimi, ed., *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running* (Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Arte Gráfico Editorial Argentino, 2015), 16.

⁵ Prosdocimi, *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*, 16.



grupales de un punto a otro del país y del mundo, para participar en las principales maratones o afianzando la modalidad de “carreras de aventura”.⁶

Mi participación como corredora amateur y mis observaciones de campo comenzaron en abril de 2016 en el Nike+ Run Club (NRC), el *running team* gratuito⁷ auspiciado por la firma Nike en la ciudad de Buenos Aires, con el objetivo de comprender el sentido que los corredores le asignan al entrenamiento, sus motivaciones, las representaciones que se construyen a partir del *running*, y las configuraciones de subjetividades y moralidades contemporáneas. Pero mi investigación no se inscribió sólo en esos límites: en agosto de 2017 comencé un trabajo comparativo en el Migueles Team (MT), un grupo de entrenamiento dirigido por el ex atleta argentino Luis Migueles, al cual han migrado varios participantes del NRC en búsqueda de *un mejor rendimiento deportivo* o para preparar objetivos específicos. Esta decisión me permitió ampliar la mirada sobre los modos de pensar, aprender y enseñar las técnicas corporales de esta práctica deportiva, visualizar una serie de asperezas y tensiones vinculadas a la fidelidad y la traición, hacia los entrenadores y hacia una modalidad de entrenamiento, formulada por los practicantes de los distintos *running teams*, quienes aluden con reclamos a cierta exclusividad dentro de su grupo de pertenencia.

En mis observaciones de campo, encuentro quienes aducen que su participación en el *running* se debe al afán por mantenerse en forma y quienes rinden pleitesía alroteo por sus virtudes como relajante mental. También se puede asociar su preferencia al aparente crecimiento del individualismo con el que se vive en la actualidad: el hecho de sentirse bien, de conectarse con uno mismo o de alcanzar un tipo de cuerpo. A pesar de la heterogeneidad de respuestas, lo concreto es que se siguen sumando adeptos, tanto en las grandes urbes como en zonas rurales de Argentina, donde tiene lugar el *trail running*. Entre los motivos expuestos por los *runners* para explicar su participación en las carreras populares, “sentir el placer de correr” y “vivir la emoción” suelen ser las principales.⁸ Estas razones, que pertenecen a la categoría motivacional denominada *satisfacción*, están muy entremezcladas con la *libertad* que experimentan al correr y con los *beneficios* que produce este deporte, particularmente *en el cuerpo*, como mencionan algunos de los participantes de los grupos a los que asisto. La decisión de participar en carreras se puede vincular al hecho de pertenecer a un grupo y de contar con *coaches* (en español, instructores) y *pacers* (“liebres”)⁹ que dirijan y planifiquen los entrenamientos, al igual que establezcan de forma directa o indirecta, implícita o explícitamente, qué es lo que necesitan para participar de esta disciplina. Es decir, las mediaciones entre *lo poco que se necesita para salir a correr* y lo que se impone y pauta desde afuera para ser *runner*. Es que la mercantilización, junto a la identificación de un mercado todavía no explotado enteramente, es un aspecto clave para el desarrollo del *running* como disciplina, porque la rentabilidad de la práctica deportiva delimita su éxito, o su potencial desarrollo.

⁶ Las “carreras de aventura”, denominadas también *trail running*, contemplan circuitos a través de montañas, cerros o montes, cruzando arroyos y ríos, con grandes cuevas y abruptos descensos, organizadas en el marco de paisajes naturales en ocasiones imponentes, y gran parte en zonas de gran afluencia turística. Véase: Gastón Gil, “Cuerpos que corren y viajan. El trail running en la Argentina” (ponencia presentada en las XI Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, 13-17 de julio de 2015).

⁷ Con *gratuito* me refiero a que la práctica supervisada por profesionales contratados por Nike no tiene costo económico para quienes asisten, lo cual no significa que no exista un tipo de contrato tácito o inconsciente que lleve a los sujetos a realizar algo a cambio, en calidad de tributo y/o fidelidad a la marca. Son estos mismos corredores amateurs los que realizan publicidad luciendo indumentaria y/o calzado Nike, utilizando la aplicación para dispositivos móviles y operando como propagadores de la marca a partir de la súper exposición que hacen en las redes sociales mencionando a la empresa.

⁸ David Llopis Goig y Ramón Llopis Goig, “Razones para participar en carreras de resistencia. Un estudio con corredores aficionados”, *Cultura, Ciencia y Deporte* 4 (2006): 35, consultado el 18 de septiembre de 2017, DOI: 10.12800/ccd.v2i4.168.

⁹ Los *pacers* o “liebres” son los encargados de marcar un ritmo en carreras de media o larga distancia, o *pasadas de velocidad*. Funcionan como GPS, a los cuales se puede seguir sabiendo que se llegará a la meta con el objetivo de marca (tiempo y velocidad) planificado.



A través de este trabajo busco reconstruir los vínculos entre el atletismo y el *running* en Argentina, para establecer sus recíprocas influencias y tensiones, y analizar las representaciones que se construyen a partir de la práctica deportiva, prestando atención al contexto actual, sabiendo que el mercado tiene un lugar fundamental para pautar las necesidades y que el cuerpo es el elemento central de la misma. Para ello, partiré de algunas preguntas iniciales como: ¿Desde cuándo se corre? ¿Quiénes corrían? ¿Para qué lo hacían? ¿Cómo era correr años atrás? ¿Qué es el *running*? ¿Cómo se entrena? ¿Cómo se fue expandiendo? ¿Cuáles son los objetivos de quienes lo practican? Para poder responder estos interrogantes reflexionaré sobre mis registros de observación de trabajo de campo y entrevistas realizadas, y analizaré una serie de fuentes (particularmente artículos periodísticos, revistas, videos y programas de radio), donde esta actividad deportiva es representada, o se auto-representa, como modelo/ejemplo del nuevo ideal de individuo y de cuerpo.

2. Carreras: de lo tradicional a lo moderno

La leyenda del origen del maratón se remonta a las guerras entre persas y atenienses, de las cuales se han cumplido –en el caso de la Batalla de Maratón– más de 2500 años. Esa misma leyenda se concentra en la hazaña del soldado Filípides, quien corrió desde el escenario de la batalla hasta las puertas de Atenas para comunicar la victoria sobre la flota persa del rey Darío I.¹⁰ Al establecerse los Juegos Olímpicos de la era moderna en Atenas 1896, también se instauró como uno de los momentos cumbres –que habitualmente cierran el evento– la carrera de maratón. Pero la distancia oficial que rige actualmente (42,195 metros) quedó definida desde los Juegos Olímpicos de Londres, en 1908. Hay que señalar que cinco años antes, la ciudad de Buenos Aires había contado con –la que hoy se considera– su primera carrera de maratón:¹¹ organizada por la Asociación Nacional de Ejercicios Físicos con largada y llegada en el Jardín Florida, llegando hasta Olivos y retornando. Ocurrió el 4 de octubre de 1903, participaron 30 atletas y ganó Claudio Peralta con 3h02m10s. El 5 de mayo de 1910, sobre 40,2 kilómetros, se disputó una prueba selectiva para los festejos del Centenario (ganada por Ceferino Legria en 3h12m00s). Y el 24 de mayo, en las vísperas de la celebración por el Centenario de la Revolución de Mayo, se realizó el maratón en la pista de tierra de la Sociedad Sportiva Argentina. Allí participó el italiano Dorando Pietri –el “campeón sin corona” de los Juegos de Londres y un verdadero mito de la distancia–, quien marcó 2h38m49s, seguido por el español Antonio Cruz con 2h45m56s y el argentino Aníbal Carraro con 2h54m09s. A partir de 1934, y por 32 años, se corrió el Maratón de los Barrios, organizado por la revista deportiva *El Gráfico*, que publicaba al ganador en su tapa. También fue popular una carrera conocida como La Porteña y, más recientemente, la llamada Fiestas Mayas, una posta que ha recogido desde 1984 el Maratón de Buenos Aires.¹²

El atletismo argentino posee una rica tradición en carreras de larga distancia. Durante muchas décadas sus representantes fueron dominadores de esas competencias en el ámbito iberoamericano. Acapararon infinidad de títulos y récords y varios lograron trascender a nivel mundial. Dichas pruebas son los antecedentes de una gloriosa tradición argentina en maratón, que incluye dos campeones olímpicos (Juan Carlos Zabala en Los Ángeles 1932 y Delfo Cabrera en Londres 1948) y un subcampeón (Reinaldo Gorno en Helsinki 1952), además de numerosos títulos a nivel panamericano, iberoamericano y sudamericano, y nombres relevantes que van desde José Ribas, Raúl Ibarra, Osvaldo Roberto Suárez y –más recientemente– Antonio Fabián Sillio, el primer argentino en correr la distancia por debajo de las 2 horas y 10 minutos. A lo largo de ese historial, Buenos Aires fue sede de maratones de

¹⁰ Luego de transitar ese trayecto, Filípides murió de fatiga. La distancia comprendía desde Maratón hasta Atenas (unos 40 kilómetros). Eso es lo que relata el mito, ya que otras fuentes aseguran que la distancia real que recorrió fueron 213 km, de Maratón a Esparta. Desde 1908, la distancia quedó establecida en 42,195 metros, habiéndose adicionado estos últimos metros debido a que el Príncipe de Gales, Jorge V y la Reina Alexandra de Inglaterra deseaban ver la largada desde el Castillo de Windsor con comodidad (ya que al parecer llovía).

¹¹ Para más información, consultar: <http://maratondebuenosaires.com/historia/>

¹² Prosdocimi, *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*, 248.



relevancia como los primeros Juegos Panamericanos en 1951 y varios campeonatos sudamericanos.

En una conversación radial entre el conductor Luis Blanco del programa español “A tu ritmo” y Gustavo Montes de “Factor Running”¹³ de Argentina se retomó cómo era correr años atrás, cuando el *running* no era *running*, sino *footing* o *jogging* o correr, a secas. Con el transcurso del tiempo la influencia de las industrias deportivas, la tecnología y las redes sociales, acompañado de la renovación del lenguaje, se pasaría de decir “salir a correr” a denominarse *running*. Pero antes de esta nueva etapa, los corredores competían con camisetas de algodón y “playeras” no demasiado adecuadas para ese deporte, no tenían *kits* cuando se anotaban en las carreras y los números de dorsales se entregaban en el momento. Eran las décadas de las inscripciones en papel con tachones y mala letra, cuando reunir a 100 corredores en una carrera suponía que había sido todo un éxito. Las inscripciones no estaban a cargo de ninguna empresa, sino que se realizaban en la sede de la asociación organizadora y las clasificaciones se hacían en la meta, llevando a los corredores por un embudo para ordenarlos, y en la manga de llegada se tomaban los tiempos y se daban los resultados.

El panorama actual ha cambiado radicalmente: las carreras (de 5, 10 y 15 kilómetros), medio maratón y maratón se han transformado en eventos sociales y masivos que se organizan semanalmente y convocan entre 5 mil y 25 mil personas en cada edición, de todas las edades y con diferentes objetivos. Las inscripciones de las competencias no son accesibles a cualquier bolsillo, oscilan entre los €10 y €35;¹⁴ sin embargo, cada vez hay más corredores que quieren añadir un maratón a su historial. Eso ha propiciado que las grandes carreras hayan sido compradas por empresas organizadoras que quieren rentabilizar aún más el producto. Con el pago de la inscripción se incluye la remera del evento, el número (dorsal) y chip de control de la carrera, junto con el *kit runner*. El *kit* se ha transformado en un objeto ansiado por el corredor, interesado en saber qué es lo que contiene ese reservado paquete que viene con su inscripción. El mismo termina siendo una mixtura de distintos productos de las empresas patrocinadoras que acompañan el gran evento organizado por la marca que lleva adelante la carrera (desde barras de cereal y jugos de frutas hasta muestras de shampoo, relajantes musculares y limpiadores para pisos). Estos elementos se retiran en la usual exposición previa a la carrera. Horas después o al día siguiente de la competencia, en la página web de la organización, se publica el tiempo oficial y la clasificación de cada corredor. En otros sitios, se suben las fotografías que les fueron tomadas durante el recorrido y que están a la venta.

Con el “boom del *running*” surgido a escala mundial en la década del ochenta y la profesionalización del deporte, también Buenos Aires se fue incorporando a este escenario. La realización del maratón anual de la ciudad fue promovida por Adidas a partir de 1984 y, sobre fines de la década del noventa, la organización fue encarada por distintas entidades. Pese a las dificultades económicas y los avatares políticos, prácticamente se pudo mantener su continuidad, con una única interrupción en 2002. Por su parte, el Medio Maratón de Buenos Aires (nombre registrado por su creador) surgió de la fuerza y el empuje que le dio a la prueba el ex atleta y referente Domingo Amaison. Tuvo diferentes sponsors y pasó de 247 corredores en 1989 a 22 mil en su última edición de septiembre de 2017.¹⁵ En el año 2003, la Fundación Nandú asumió el desafío de colocar a Buenos Aires en el mapa mundial de los maratones y de

¹³ “Factor Running” es un programa de radio dedicado al *running* y al atletismo nacional e internacional. Se emite de lunes a viernes en el horario de 15 a 16 horas por radio Splendid AM 990 y su lema es “el *running* nos convierte en mejores personas”. La conversación a la que me refiero ocurrió en el programa del día 21 de julio de 2017 y retoma la información publicada en la siguiente columna: http://capitalradio.es/se-organizaban-las-carreras-populares-40-anos/?doing_wp_cron=1500622596.4630959033966064453125

¹⁴ Estos precios refieren a las “carreras de calle” con distancias máximas de 42,195 m. Las carreras de *trail*, montaña, “ultramaratones” y *ironman* suelen duplicar o triplicar estos valores debido a los costos de seguros, asistencias y habilitaciones. Según el periódico británico *The Guardian*, siete de las diez carreras más caras se realizan en Estados Unidos, seguidas por Kioto, París y Estocolmo. Entre 2007 y 2013, los 25 maratones más importantes de Estados Unidos han tenido un incremento en su precio del 35%.

¹⁵ Para más información, véase: <http://www.lanacion.com.ar/2059485-desde-1989-todos-los-campeones-de-los-21k-de-buenos-aires>



promover el desarrollo de la carrera, además de la formación de nuevas generaciones de corredores. A los 900 participantes de esa edición inicial, se trepó a 2.400 en el año siguiente, alcanzando los 2.510 en 2006. El *boom* de las inscripciones se produjo a partir de 2009, con un nuevo paso organizativo que incluyó el Campeonato Sudamericano de Maratón y un nuevo circuito con medición oficial de la *International Association of Athletics Federations* (IAAF), que atraviesa los principales puntos turísticos de la ciudad. La calidad técnica de la prueba y la creciente participación de locales y extranjeros hicieron que este maratón sea considerado como “el mejor de Sudamérica”,¹⁶ llegando a 10.418 inscritos en 2017. El hecho de que tenga tanta convocatoria dentro del calendario porteño se debe también a que se realizan entre dos y cuatro carreras de 21 km por año (cinco en 2017) y sólo un maratón.¹⁷ Es así que *quienes se preparan en serio* estarán programando este objetivo con aproximadamente seis meses de anticipación, sumado a una trayectoria previa en el deporte.

Si bien es difícil establecer a partir de qué hito o instancia los aficionados pasan a ser *runners* –a vivir esta disciplina deportiva como una identidad–, algunos los corredores me han dicho que uno se consagra cuando termina un maratón, porque esa experiencia los convierte en *verdaderos corredores*, distinguidos, honorables, *de otra categoría*. Con esto no quiero proponer que haya un único camino para transitar el *running*, porque somos conscientes que incluso quienes han acumulado un caudal de conocimiento en la práctica pueden improvisar y desviarse de las normas aprendidas y de “lo que hay que hacer”, sin que se los castigue por ello. Sin embargo, tanto para aquellos que asumen la práctica *en serio* como para los que lo hacen de manera menos formalizada pero quieren ir tras grandes hazañas, no hay otra alternativa: el maratón funciona como un gran rito de pasaje que los transforma y los consolida en *runners*. El maratón actúa como uno de los caracteres primordiales, como expresión definitoria e interna de este grupo social, que es determinante en la conformación de la identidad de un típico *runner*.¹⁸ Aquellos que la hicieron, primeramente, se sumaron a un *running team*, empezaron a conocer *las claves para mejorar el rendimiento* (como entrar en calor apropiadamente y elongar después del ejercicio) y complementar con hábitos saludables (como ingerir bebidas isotónicas post-entrenamiento y comer hidratos de carbono la noche previa a la carrera). Al participar de equipos de entrenamiento, los corredores intentan cambiar hábitos considerados negativos (como consumir bebidas alcohólicas y alimentos con gran cantidad de grasas), incorporando de a poco la información que reciben por parte de los entrenadores y/o compañeros deportistas, quienes asumen el rol de “entrenadores informales”¹⁹ a partir de su experiencia. De esta forma van adquiriendo conciencia de un imaginario ligado a un “cuerpo sano-mente sana”, moralmente positivo, construido en asociaciones y representaciones de un correcto descanso, la alimentación adecuada y la hidratación necesaria. Es un proceso que requiere de tiempo y disciplina, pero a medida que van notando mejoras en su productividad y estado de salud, se retroalimenta con la motivación necesaria para seguir modificando sus conductas.

¹⁶ Este sello se mantiene y según los datos de la última edición es seguido por el Maratón de Río de Janeiro, São

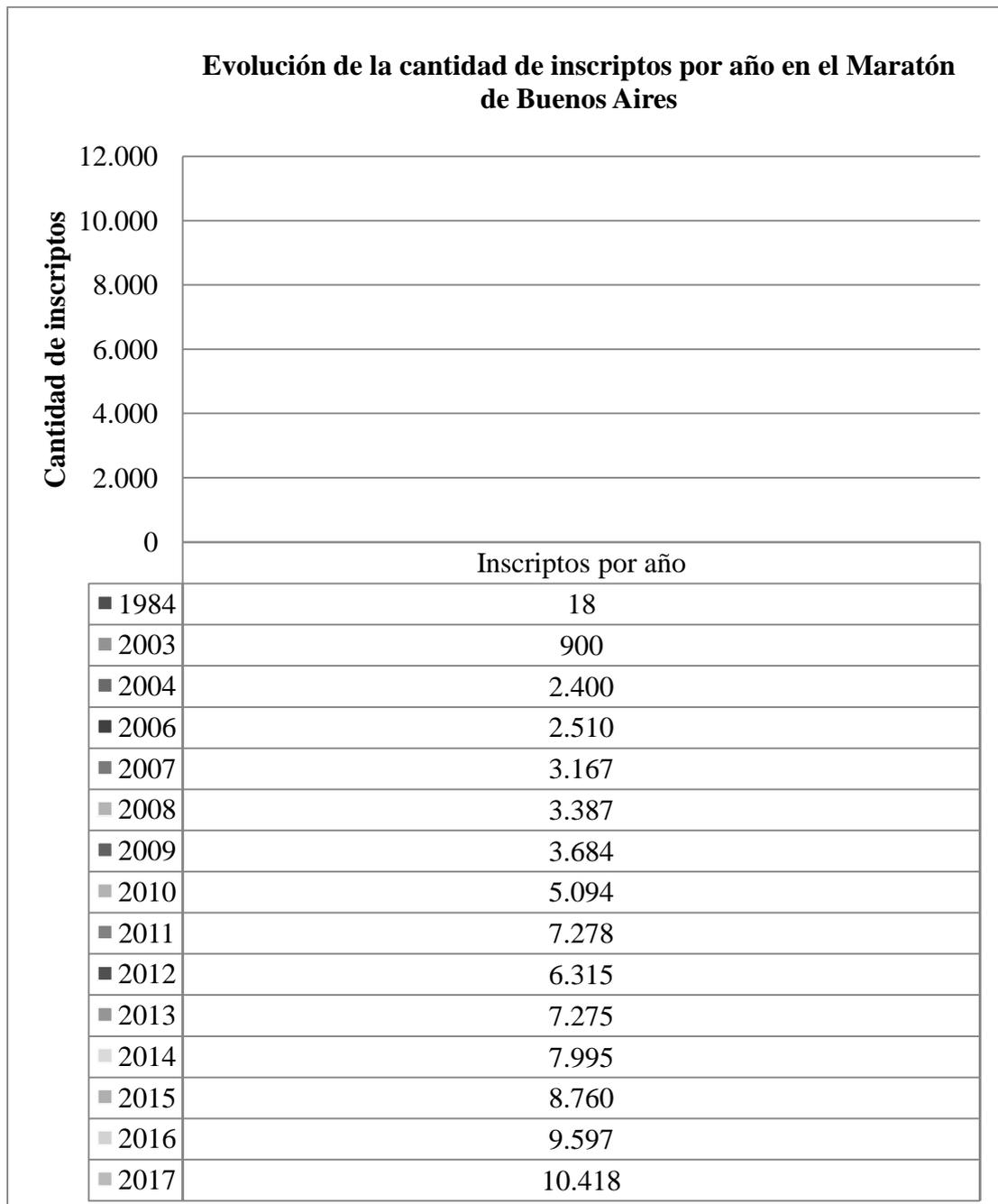
Paulo, Santiago de Chile, Lima, Porto Alegre, Medellín y Rosario. De acuerdo al discurso nativo, finalizar una carrera te hace *finisher*. Este término empezó a ser apropiado por marcas y empresas organizadoras para apelar a

los corredores, invitándolos a obtener una medalla *finisher* como premio de finalización de la competencia.

¹⁷ Revisar la evolución de la cantidad de inscritos por año en el Maratón de Buenos Aires en la Tabla 1.

¹⁸ Gastón Julián Gil, “Deporte y estilos de vida. El *running* en Argentina”, *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología* 30 (2018): 49, consultado el 11 de abril de 2018, DOI: 10.7440/antipoda30.2018.03.

¹⁹ Los “entrenadores o instructores informales” son deportistas amateurs, pueden ser miembros de un *running team* y/o asistentes a un gimnasio que, por su experiencia, son consultados, tomados como referentes o voces de autoridad frente a los demás. Es común que exhiban su conocimiento a través de consejos en referencia a “todo lo que vivieron” o con actitudes que demuestren distintos saberes para poder legitimarse dentro de un espacio.

Tabla 1. Evolución de la cantidad de inscriptos por año en el Maratón de Buenos Aires.²⁰

3. Deportistas, entrenadores y promotores

Las mujeres no han tenido siempre el lugar protagónico que tienen hoy en el mundo del *running*. El hecho de que no hubiera incorporación de las categorías femeninas en los Juegos

²⁰ Agradezco la información proporcionada por el Lic. Damián Cáceres y el Presidente de la Fundación Ñandú Luis Vinker para la confección de esta tabla.

Olímpicos se argumentaba desde la presumible inferioridad física y la debilidad de las mujeres, un fenómeno que se materializaba en la invisibilidad atribuida al sexo femenino tan arraigada en los siglos pasados que no daba lugar al debate sobre la igualdad de condiciones.²¹ En el caso del atletismo, que debutó como deporte olímpico en categoría masculina en la primera edición en Atenas 1896, las mujeres no pudieron participar hasta Ámsterdam 1928 y sólo en las pruebas de 100 metros, 800 metros llanos, 4x100, salto de altura y lanzamiento de disco. El maratón no tuvo categoría femenina hasta Los Ángeles 1984. De hecho, hasta 1972 las mujeres no pudieron inscribirse oficialmente en eventos deportivos como los maratones. No obstante, hechos célebres como la participación de Roberta Gibb –la primera mujer que corrió un maratón en 1966 y quien lo hizo escondida durante tres años consecutivos en Boston (Estados Unidos)– o la más conocida Katherine Virginia Switzer –quien se inscribió con sus iniciales a través de un club de atletismo, pero a pesar de haber sido rodeada de sus compañeros, fue descubierta y perseguida por el director de la competencia quien le gritaba que saliera de su carrera– sentaron las bases para reflexionar que los argumentos biologicistas de exclusión de las mujeres de las carreras de resistencia no tenían fundamento. En el caso argentino, Nilda Iris Fernández es una gran pionera. Guiada por Gilberto Miori saltó de la velocidad a pruebas de 800 y 1.500 metros, y no se detuvo hasta el maratón. En 1970 causó revuelo al participar a una prueba de calle de 10 km. En 1979 se convirtió en la primera argentina que completó un maratón en Waldniel, Alemania, y terminó 14º con 2h58m39s. Posteriormente marcó numerosos récords y representó al país en varios torneos internacionales.²²

Hoy, las actividades deportivas en las sociedades contemporáneas demuestran que cuando las potencialidades físicas de varones y mujeres son activadas al máximo mediante formas apropiadas de entrenamiento, extendidas a grandes masas de individuos de ambos sexos, las diferencias entre unos y otros se traducen en pocos segundos, incluso en las distancias medias y largas, en las carreras de resistencia como en la natación, y en pocos metros en el lanzamiento de disco, bala o jabalina. La explosión de movimientos de emancipación y liberación femeninos en casi todas las sociedades industriales ha llevado a una reconfiguración del lugar de las mujeres, y el relato del empoderamiento femenino, materializado en hechos como la apertura a su participación en el mundo del trabajo y de la política, no se ha excluido de la esfera deportiva. Las estadísticas revelan que hace más de una década atrás sólo el 5% de las mujeres corría, mientras que hoy el porcentaje llegaría al 49%.²³ Las largas distancias no son sólo exclusividad de los varones: en el Medio Maratón de Buenos Aires las mujeres alcanzan el 28% del total de los participantes. Ellas han conseguido, inclusive, tener sus propias competencias, como los 21k organizados por Nike en su edición de 2016 y los (ya clásicos) 5k de Mc Donald's, en simultáneo en Buenos Aires y Rosario, reuniendo a más de 15 mil inscritas. Las más osadas, cuentan con la Women Cross en la provincia de Río Negro, una competencia disputada en solitario y en medio de la naturaleza.

María de los Ángeles –conocida popularmente como “Marita”– Peralta, atleta olímpica argentina, ha relatado que en los inicios de su entrenamiento, hace alrededor de 30 años atrás, no tenía otra opción que usar ropa de varón para salir a correr: “La ropa de aquella época casi que no nos incluía. Por suerte esa época ya pasó y hay tantas mujeres como varones en las carreras. O, mejor dicho, nos estamos acercando a la mitad”.²⁴ En una charla que tuve con Marita en el lanzamiento de una marca de auriculares en la ciudad de Buenos Aires, me comenta que mientras antes se corría con ropa de algodón y zapatillas básicas, hoy se le atribuye a la indumentaria y al calzado una cuota de responsabilidad en el rendimiento de las deportistas: *ahora, que las mujeres se animaron a correr, que se animaron a salir, me encanta que no les importe que se le muevan las lolas cuando corren, ahora hay todo ese tipo de ropa que nos ayuda como mujeres, parece una pavada pero para nosotras es muy importante. A mí*

²¹ Gabriela Garton y Nemesia Hijós, “La deportista moderna: género, clase y consumo en el fútbol, *running* y hockey argentinos”, *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología* 30 (2018): 35, consultado el 11 de abril de 2018, DOI: 10.7440/antipoda30.2018.

²² Prosdocimi, *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*, 251.

²³ Las estadísticas indican que de 2010 a 2015 aumentó el 50% el número de corredoras en Argentina. Prosdocimi, *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*, 17.

²⁴ Véase la nota en: <http://www.lanacion.com.ar/1786930-informe-ellas-y-el-running-mujeres-que-vuelan>



me encanta que las marcas se hayan dado cuenta que nosotras necesitamos ropa deportiva y femenina a la vez. Yo soy una atleta a la que siempre le gustó la ropa, de no olvidarme de la parte femenina.

A pesar del reconocimiento popular que ha adquirido la figura de Peralta como representante femenina los dos últimos Juegos Olímpicos en distancias largas (2012 y 2016), su imagen suele estar construida a partir de las referencias sobre su rol de esposa y de madre. Por su edad, cercana a los 40 años, o tal vez por su perfil asociado al rendimiento deportivo, ni los medios de comunicación ni tampoco las marcas eligen exhibirla como una *bomba del running*, sino con el apodo “Mamá Maratón”, que resalta su identidad como mujer. En mi conversación con Marita, ella se definió *como una atleta, una mujer que hace atletismo. El running se puso de moda y hoy queda más cheto decir running, pero yo siempre trato de decir que hago atletismo y que soy atleta porque son mis raíces, hace más de 30 años que corro y me considero una atleta.* Marita tiene bien en claro que ella, al igual que otros tantos deportistas federados, tienen algunas similitudes con la práctica, el calzado y la vestimenta del *running*, incluso comparten algunos espacios de ejercitación, pero en ningún sentido se autodefinen como *runners*. A diferencia de su planificación profesional, que implica una dedicación exclusiva de dos turnos diarios en pista y gimnasio, sumado a los *fondos largos*, los corredores aficionados suelen disponer (como mucho) de una hora diaria para practicarlo: *Hoy hay cada vez más gente que corre, porque se han dado cuenta que hace bien, no necesitamos más que un par de zapatillas y ganas, no necesitamos tanto tiempo. La gente se ha dado cuenta que está bueno invertir un ratito del día a nosotros mismos,* me dice.

Su contracara, partiendo de la forma en la cual son representadas las mujeres vinculadas al *running* y al atletismo, podría ser la joven atleta marplatense Sofía Luna. Debido a su belleza y a su cuerpo proporcionalmente tonificado de acuerdo a los parámetros considerados aceptables, es convocada por distintas marcas para realizar campañas de indumentaria urbana que realzan su sensualidad, más allá de su condición de atleta Nike. La lectura de las imágenes y posteos en las redes sociales de Luna (con más de 46 mil seguidores en Instagram)²⁵ lleva a pensarla como modelo profesional e “it girl”²⁶ antes que deportista. Con miles de seguidores, es lo que las marcas denominan *influencers* y buscan como canal para llegar a estas comunidades, pensando sus nombres como una marca. Estos *influencers*, como Luna y otros tantos promotores elegidos por las marcas deportivas, son nativos digitales, que conocen las reglas de la (auto) exposición en Internet, cuidan y planifican lo que suben, aunque los más profesionales tienen personas que los ayudan a gestionar el contenido. Pero para aquellos que buscan lo genuino, la expresión real, en las redes sociales, les molesta ver que les venden algo.

La última campaña de Nike *Running* en Argentina eligió a la actriz, modelo, DJ y corredora aficionada Calu Rivero para mostrar las nuevas calzas “strength tights” especialmente diseñadas con tecnología para hacer *running*, a fin de reducir la vibración muscular. Además de su versatilidad en cuanto a su profesión y actividades laborales, con más de un millón y medio de seguidores en sus distintas redes sociales, Calu pasó de protagonizar notas que juzgaban su look como atrevido y hablaban de sus fotos con poses provocativas, de ser una “it girl” –“la chica del momento”–, a imagen global de Nike. La elección de Rivero no ha sido aleatoria, es uno de los personajes principales de la marca, considerada una *celebrity* en las redes sociales, donde además promueve que las mujeres se comprometan para alcanzar sus objetivos físicos. De hecho, los casos de Sofía Luna y de Calu Rivero asientan resultados ya mencionados por estudios de mercado que ven el *running* como el deporte con más posturo,²⁷ seguido por el *fitness* y el *CrossFit*. Y esto se liga a que muchas veces parecería

²⁵ Los datos que se mencionan en este trabajo fueron relevados en diciembre de 2018.

²⁶ Las “it girls” son mujeres jóvenes a las cuales se les atribuye un poder de atracción y actitud. Actualmente, haciendo uso de los espacios en la web y las tecnologías digitales, comparten sus experiencias a través de imágenes, su amor por la moda, los viajes, la fotografía y otros rubros, sugiriendo consideraciones estéticas y preceptos morales.

²⁷ “Posturo” es un neologismo acuñado recientemente y usado en el contexto de las redes sociales para expresar formas de comportamiento y de pose, más por imagen o por las apariencias. El término fue

más importante dejar constancia en Instagram o en Facebook de los entrenamientos, la participación en carreras y los objetivos conseguidos, que la práctica deportiva en sí. En definitiva, en el discurso hegemónico del *running* se pueden advertir una serie de juicios éticos y estéticos de relevancia. Ese imaginario, cristalizado en gran medida a partir del impacto de las redes sociales, 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*. Sin embargo, las imágenes de esos perfiles en las redes sociales son estereotipos dominantes de los estilos de vida legítimos, que conllevan cuerpos también legítimos y aceptables, que operan como parámetros de moralidad y promueven que “todos podemos alcanzarlo con esfuerzo y dedicación”, sin exhibir las verdaderas dificultades o maneras de conseguirlo.²⁸

En Argentina, hace diez años, la mujer representaba no más del 20 o 25% de los inscriptos en las carreras de resistencia, mientras que hoy el número casi se iguala con el de los varones. Si bien todavía predominan en distancias mayores, paulatinamente la mujer se acerca.²⁹ Frente a este escenario, las marcas deportivas juegan un rol determinante, desarrollando productos “para la corredora”, interpelándolas para predisponerlas a pensar que necesitan ciertos productos para realizar este deporte. Estos elementos que hacen a la práctica del *running* configuran determinados cuerpos, discursos y prácticas, al igual que desarrollan una estética que se asocia al consumo de determinados alimentos y suplementos dietarios (cereales, frutos secos, barras de proteínas, geles, bebidas isotónicas o batidos), a la incorporación de la fisioterapia y terapias alternativas, o al ejercicio de otras prácticas corporales como la musculación, el entrenamiento funcional, la natación y el ciclismo urbano, las cuales pueden actuar como complemento para un mejor rendimiento de la actividad principal.

Para instalar ciertas imágenes y representaciones de feminidad hegemónica asociados a su vez a ciertos consumos y estilos de vida, las redes sociales cumplen un rol decisivo. Es así que, la creciente participación de las mujeres en competencias de resistencia se traduce como habilitación y legitimidad en la práctica para el sexo femenino, que se relaciona con sus intereses estéticos vinculados a la transformación física y a la ampliación de los vínculos de sociabilidad. Como el *running* es una herramienta de superación y, al mismo tiempo, de cambio social, también constituye un potencial a ser acaparado por las estrategias del mercado. La indumentaria y el calzado femenino son una forma de expresión y de estética para la mujer deportista, quien materializa su estilo a partir de la elección en los modelos de calzas o de remeras. Gran parte de las practicantes considera importante, aparte de seguir una rutina de entrenamiento, estar al tanto de las novedades y las tendencias en ropa deportiva o tener algún complemento tecnológico a la última moda.

Pero también puede ser superador para el género masculino. Haber ganado el Maratón de Buenos Aires en 2014 fue un antes y un después para el marplatense Mariano “El Colo” Mastromarino, quien pasó de ser un corredor de pista que no llamaba mucho la atención a ser conocido por todo el ambiente del *running*. Hoy, junto con Marita Peralta y Luis Molina, es uno de los referentes conocidos, no sólo por haber sido representantes en los últimos Juegos Olímpicos de Río 2016, sino por el rol que tienen como promotores de esta actividad, elegidos por las marcas deportivas y por las empresas que organizan las carreras para difundir las competencias. “El Colo” atribuye el “boom del *running*” en Argentina como “una moda que vino para quedarse y que día a día va ganando más adeptos”,³⁰ que permite que las personas busquen una mejor calidad de vida, dejando atrás el sedentarismo.

incorporado a la Real Academia Española como “actitud artificiosa e impostada que se adopta por conveniencia o presunción”.

²⁸ Gabriela Garton y Nemesia Hijós, “La mujer deportista en las redes sociales: Un análisis de los consumos deportivos y sus producciones estéticas”. En prensa, 2017.

²⁹ En la última edición del Maratón de Buenos Aires el porcentaje de inscritas ascendió al 28%, mientras que en las últimas ediciones de los 21 kilómetros el cupo es menor al 31%.

³⁰ Prosdocimi, *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*, 95.



4. Entrenamientos

Atletas y *runners* comparten espacios, prácticas y *la pasión por el deporte*. Si bien el cuerpo es el elemento central de la actividad para ambos, sus motivaciones pueden ser diferentes: los atletas, desde su profesión, y los corredores aficionados, desde la búsqueda de la liberación, el encuentro individual y un estilo de vida saludable. La técnica corporal del *running*, las habilidades específicas que los deportistas adquieren progresivamente en ámbitos de aprendizaje para la realización de esta práctica, es similar a la del atletismo. Además, aunque teniendo en cuenta el compromiso de cada uno, los distintos aspectos de la cotidianidad de los deportistas –tanto atletas como amateurs– son reacomodados en función de los entrenamientos y las competencias, en particular: cuestiones relativas a la alimentación, el descanso, la sexualidad, el consumo, la vida social. Pero no todos asumirán la práctica deportiva de la misma manera, porque la forma en la cual las personas planifican su entrenamiento tiene que ver con su perfil.

Quienes corren de manera grupal suponen un interés que suele ir más allá de lo deportivo: implica relacionarse, compartir una meta, otorgar o conseguir apoyo en los momentos de debilidad. Los corredores solitarios, en cambio, ya sea por su carácter o por otros motivos, se repliegan en sí mismos y afirman alcanzar un alto nivel de concentración, introspección o despeje. Entre las personas que entrevisté están Ricardo y Fabián,³¹ ambos de entre 55 y 60 años, y aunque no pertenecen a ningún *running team*, tienen una extensa trayectoria dentro de esta práctica. Entre sus argumentos, mencionan que *correr solos les permite administrar los tiempos propios, cuándo salir y cuándo entrenar*. Además, *entrenar en soledad prepara la mente, con un mayor nivel de concentración*. Fabián me cuenta que si bien lo intentó, prefiere no integrar ningún grupo de entrenamiento, así *evita movilizarse hasta el lugar donde se reúnen, estar en un horario determinado, generando un compromiso que prefiere no asumir*. Es así que es diferente aprender la técnica corporal de “correr” en un grupo de *running* –guiado por profesores– que correr de forma individual, siendo autodidacta, donde suele omitirse u obviarse el perfeccionamiento de la “técnica de carrera” y la postura correcta.

En Argentina, el fenómeno de los grupos de corredores comenzó a aparecer hace unos 30 años. Hasta entonces, sólo existían agrupaciones atléticas que buscaban personas, en especial jóvenes, con condiciones para desarrollar alguna especialidad. Pero ante aquel escenario, la mayoría de las personas que deseaban y necesitaban ejercitarse, quedaban al margen. El reconocido Prof. de Educación Física Marcelo Perotti indica que los primeros grupos de *gente común* comienzan a formarse algo después: “Personas que, por elección de vida, se habían dedicado a estudiar, trabajar y formar una familia. Si bien están quienes optan por un entrenamiento personalizado, lo grupal permite desarrollar una actividad física y promover el deporte como una forma de vida, cuidar el cuerpo, ordenarse la vida, la alimentación, y a la vez, comprender que pueden alcanzar cualquier logro deportivo. Aunque todos quieren llegar a la meta en el menor tiempo, la clave está en superarse”.³²

Leonardo Malgor, entrenador y ex atleta, asegura que “el atletismo es una escuela que prepara para la vida misma”. El atleta se forma en base a la constancia, el sacrificio, el cuidado personal (como la alimentación y el descanso), la ambición por llegar lo más lejos posible y la confianza en el entrenador. En cuanto al entrenamiento, recomienda que “el *cross-country* es ideal para lograr una formación integral en lo que a resistencia se refiere. Es la base del entrenamiento a largo plazo. Luego se debería llegar a la pista”.³³ La pista de atletismo es el lugar de referencia para el deportista de elite o quien se encuentre en formación para alto rendimiento, es un espacio fundamental en el cual desarrolla su ejercicio diario, alternándolo con gimnasio. Este escenario es otro de los puntos de diferencia y distancia, incluso un sello de distinción en algunos casos, entre los corredores aficionados y los atletas profesionales. Si bien

³¹ Los nombres de las personas han sido modificados para preservar el anonimato de quienes formaron parte de la investigación, con la excepción de las figuras públicas.

³² Prosdocimi, *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*, 45.

³³ Prosdocimi, *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*, 124.



Buenos Aires cuenta con algunas pistas de atletismo en la ciudad,³⁴ no todos los grupos de entrenamiento pueden acceder a este espacio para que sus integrantes puedan entrenar *pasadas de velocidad* en ese terreno. No obstante, conseguir entrenar en una pista de atletismo no ha sido una dificultad para algunos *running teams*. Tal es el caso del NRC Buenos Aires, que coordinó la posibilidad de que una de sus sesiones semanales³⁵ fuera en una pista profesional: primeramente (en diciembre de 2016) alquilando, por medio de un contrato temporal, el Centro Nacional de Alto Rendimiento Deportivo (CENARD), en marzo (y por sólo tres semanas) la sede Jorge Newbery del Club Gimnasia y Esgrima de la ciudad de Buenos Aires (GEBA) y, desde abril de 2017, acondicionando la pista del Campo de Deportes de la Universidad de Buenos Aires (UBA), en la Ciudad Universitaria. Los *coaches* y *pacers* de Nike me aseguran que *la pista permite dar lo mejor de cada uno en cada sesión de velocidad*. Mis observaciones indican que efectivamente *las pasadas* permiten un mejor rendimiento en la actividad, aunque el nivel de cada corredor influye en la coordinación grupal: no es lo mismo alguien que corre a un ritmo de 4 k/h, que el que lo hace a 6 k/h. En definitiva, si bien *todos* los miembros del NRC entrenan en la pista de atletismo, habiendo una separación por colores de acuerdo al nivel y rendimiento de cada corredor, se presentan dificultades entre aquellos *más rápidos* y *los más lentos*, particularmente, cuando se cruzan en los andariveles, habiéndose sacado bastante distancia entre unos y otros. Sin embargo, estas particularidades no son tenidas en cuenta por los instructores del *running team*, quienes hacen foco exclusivamente en que *todos puedan correr, participar* y (en particular) *divertirse en cada sesión*. Al comparar este grupo de entrenamiento con el MT, vemos que la mirada comercial del NRC lleva a acentuar aspectos que no son los valorados técnicamente en esta disciplina. De hecho, identificamos que se cometen errores u omisiones en el proceso de enseñanza-aprendizaje porque sacrifican este proceso en pos del show desplegado por la marca en cada sesión de entrenamiento y continuado en las redes sociales.

Siguiendo mis observaciones de campo comparativas, el entrenador Luis Migueles acentúa la importancia de la técnica de la carrera como *la habilidad de correr de forma eficiente*: “La eficiencia en este caso viene dada por la capacidad de poder correr más rápido con menos esfuerzo”.³⁶ En sus clases de los días martes y jueves por la mañana en el Rosedal de Palermo, se focaliza para que sus alumnos realicen distintos ejercicios de técnica de carrera *para mejorar la coordinación y la agilidad, dos aspectos del entrenamiento que se pueden descuidar*: “Coordinar la frecuencia de la zancada, el braceo o pequeños cambios de dirección en una carrera son algunos de los aspectos importantes que dan eficacia en nuestra forma de correr”.³⁷ En cada entrenamiento, Luis pone atención en visualizar (incluso filmar) la pisada de los corredores, marcando los errores más frecuentes, como el hecho de hacer una zancada excesivamente larga donde el apoyo cae delante del centro de gravedad: *La intención es siempre correr hacia adelante, todo lo que sea ir hacia arriba nos resta velocidad y eficacia, porque no se trata de correr más, se trata de correr mejor*. Estas indicaciones están dirigidas a los atletas de alto rendimiento como así también a los corredores amateurs. Aunque el espacio de la pista del CENARD sigue siendo el lugar reservado para los de elite, Migueles alienta a

³⁴ La primera y única pista de atletismo argentina con superficie de solado sintético (material que se usa en las pistas profesionales) en un espacio público está disponible en el Parque Chacabuco de la ciudad de Buenos Aires desde diciembre de 2017. Sebastián Clemente, “Parque Chacabuco: renuevan la pista de atletismo y será como las profesionales”, *Clarín*, 5 de marzo de 2017, consultado el 18 de septiembre de 2017. Para más información, véase: <http://www.buenosaires.gob.ar/noticias/el-parque-chacabuco-estreno-una-pista-profesional-de-atletismo-de-acceso-libre-y-gratuito>

³⁵ La actividad comienza *Ready, Set, Go Run*, destinada a quienes desean *correr mejor*, para *enfrentar el primer km, con distancias cortas y diferentes ritmos*. El *Speed Run* es más específico, con trabajos de velocidad y *pasadas* en la pista de atletismo para que los corredores sean más fuertes y rápidos. El *Home Run* es una sesión *recovery, un día de diversión, de correr con amigos y hacer otros nuevos*. El año pasado se sumó el *Long Run* para correr en circuitos turísticos y *ayudar a los que estén preparando objetivos especiales*.

³⁶ Santiago García, *Aprender a correr. Consejos, historias y guía para corredores novatos y experimentados* (Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Debate, 2017), 64.

³⁷ García, *Aprender a correr. Consejos, historias y guía para corredores novatos y experimentados*, 65.



que sus alumnos participen de las jornadas organizadas por la Federación Atlética Metropolitana (FAM) y experimenten *lo que es participar de una prueba como ésta*.

5. A modo de cierre

A lo largo de este trabajo hemos ahondado en cuestiones como quiénes son atletas y quiénes son *runners* en la Argentina actual, cuáles son las contribuciones del *running* y qué aporta o en qué ayuda esta práctica deportiva a la historia del deporte. Si bien no hay determinaciones tajantes y totalmente excluyentes, asumimos que hay intercambios recíprocos entre ambas disciplinas. En primer lugar, el *running* –hermanado aún con las raíces del atletismo–, se ha ampliado para un público que excede notoriamente a los atletas federados de esa competencia o quienes lo practican de modo recreativo, para involucrarse a la lógica del capitalismo y a las presiones de la globalización. Sin embargo, los niveles de intensidad y dedicación de sus practicantes, junto con ciertos espacios donde desarrollan sus entrenamientos, continúan estando reservados para aquellos deportistas de elite y en formación para alto rendimiento, siendo una línea divisoria entre el atletismo y el *running*.

En las observaciones de campo en los *teams* elegidos vimos que el *running* es una práctica individual pero su entrenamiento se lleva a cabo de manera colectiva. En dichos espacios de enseñanza-aprendizaje, usualmente abiertos, si bien cada uno perfecciona su técnica y modifica cuando se equivoca, la práctica tiene una dinámica de conjunto que genera momentos de cooperación, intercambio y solidaridad. La ayuda de los compañeros es central en este proceso, porque los más experimentados corrigen las posturas de los novatos y relatan episodios o dan consejos desde su experiencia. En estos casos la circulación de información sugiere que el compromiso en la práctica, más que ser su objeto, bien podría ser una condición para la efectividad del aprendizaje. Para ellos, el entorno del mismo *running team* y las carreras en las que participaron previamente son contactos activos donde proviene la información de futuras competencias o eventos en los cuales desean asistir.

Superando la histórica exclusión del sexo femenino en el mundo del deporte, atribuida particularmente a su inferioridad física y debilidad, las mujeres que hoy practican *running* sienten que pueden liberarse y expresarse, experimentando un creciente sentido de autorrealización y autoestima que se traduce en autonomía y confianza para los distintos ámbitos de su vida. Este escenario de masificación de la práctica de correr ocurre en conjunto con la aparición de lo que podría ser un modo de individuación propio de la época neoliberal, donde las personas se ven rodeadas del relato de la auto-superación constante, propio de la cultura del rendimiento, entrenando diariamente, buscando objetivos cada vez más desafiantes. En este contexto, los medios de comunicación, las publicidades, las redes sociales y ciertos referentes elegidos por las marcas deportivas juegan un rol preciso para la apertura y promoción de estas prácticas, y el fortalecimiento de ciertos discursos. Más allá de la actividad física y competitiva en sí, que comparte similitudes con el atletismo, el *running* posibilita una plataforma de mercantilización massmediática, de recreación, pero también de emancipación, donde se naturalizan ciertas prácticas y se visibilizan otras, donde se estructuran ciertas representaciones sobre los estilos de vida y se planifican determinados consumos asociados.

Agradecimientos

Este trabajo fue realizado en el marco de las investigaciones desarrolladas en el Seminario Permanente de Estudios Sociales del Deporte, financiado a través de los proyectos PIP 112 201501 00751 2016-2018, UBACyT 20020150200090BA 2016-2018 y CONICET, dirigidos por la Dra. Verónica Moreira, el Dr. José Garriga Zucal y el Dr. Pablo Alabarces.



Referencias bibliográficas

- Bramble, Dennis M., y Lieberman, Daniel E. "Endurance running and the evolution of *Homo*". *Nature* 432 (noviembre 2004): 345-352. [Consultado el 18 de septiembre de 2017], DOI: 10.1038/nature03052.
- Cáceres, Damián. "Desde 1989, todos los campeones de los 21k de Buenos Aires". *La Nación*. 9 de septiembre, 2017. [Consultado el 18 de septiembre de 2017]. <http://www.lanacion.com.ar/2059485-desde-1989-todos-los-campeones-de-los-21k-de-buenos-aires>
- Cáceres, Damián. "Informe: ellas y el running, mujeres que vuelan", *La Nación*, 23 de abril, 2015. [Consultado el 18 de septiembre de 2017]. <http://www.lanacion.com.ar/1786930-informe-ellas-y-el-running-mujeres-que-vuelan>
- Clemente, Sebastián. "Parque Chacabuco: renuevan la pista de atletismo y será como las profesionales". *Clarín*. 5 de marzo, 2017. [Consultado el 18 de septiembre de 2017]. https://www.clarin.com/ciudades/pista-parque_0_SJte3l59x.html
- García, Santiago. *Aprender a correr. Consejos, historias y guía para corredores novatos y experimentados*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Debate, 2017.
- Garton, Gabriela e Hijós, Nemesia. "La deportista moderna': género, clase y consumo en el fútbol, *running* y hockey argentinos". *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología* 30 (2018): 23-42. Consultado el 11 de abril de 2018. DOI: 10.7440/antipoda30.2018.
- Garton, Gabriela e Hijós, Nemesia. "La mujer deportista en las redes sociales: Un análisis de los consumos deportivos y sus producciones estéticas". En prensa, 2017.
- Gil, Gastón Julián. "Cuerpos que corren y viajan. El trail running en la Argentina". Ponencia presentada en las XI Jornadas de Sociología de la Universidad de Buenos Aires, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, Argentina, 13-17 de julio de 2015.
- Gil, Gastón Julián. "Deporte y estilos de vida. El *running* en Argentina". *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología* 30 (2018): 43-63. [Consultado el 11 de abril de 2018]. DOI: 10.7440/antipoda30.2018.03.
- González Bascarán, Carmen. "Las carreras populares en la época de Cuéntame". *Capital Radio*. 20 de julio, 2017. [Consultado el 18 de septiembre de 2017]. http://capitalradio.es/se-organizaban-las-carreras-populares-40-anos/?doing_wp_cron=1500622596.4630959033966064453125
- Llopis Goig, David, y Llopis Goig, Ramón. "Razones para participar en carreras de resistencia. Un estudio con corredores aficionados". *Cultura, Ciencia y Deporte* 4 (2006): 33-40. [Consultado el 18 de septiembre de 2017]. DOI: 10.12800/ccd.v2i4.168.
- Prosdocimi, Alejandro, ed. *El Gran Libro Clarín del corredor: Experiencia Running*. Ciudad Autónoma de Buenos Aires: Arte Gráfico Editorial Argentino, 2015.

