



Tipo de documento: Tesina de Grado de Ciencias de la Comunicación

Título del documento: Somos la fitfamily : construcción de la subjetividad en las cuentas fitness de Instagram en Argentina

Autores (en el caso de tesis y directores):

Ana Montes

María Segura

Shila Vilker, tutora

Datos de edición (fecha, editorial, lugar,

fecha de defensa para el caso de tesis): 2018

Documento disponible para su consulta y descarga en el Repositorio Digital Institucional de la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Buenos Aires.
Para más información consulte: <http://repositorio.sociales.uba.ar/>

Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Argentina.
Atribución-No comercial-Sin obras derivadas 4.0 (CC BY 4.0 AR)



La imagen se puede sacar de aca: https://creativecommons.org/choose/?lang=es_AR





TESINA DE GRADO

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES – UBA

**SOMOS LA *FITFAMILY*: CONSTRUCCIÓN DE LA SUBJETIVIDAD
EN LAS CUENTAS FITNESS DE INSTAGRAM EN ARGENTINA**

de

Ana Montes DNI 36.740.297

María Segura DNI 37.217.937

Tutora: Shila Vilker

Julio 2018

Índice

1. Introducción	4
2 . Coyuntura histórica, objetivos y metodología	6
3. Marco teórico metodológico	9
3.1. Subjetividad	9
3.1.a. Subjetividad y cuerpo	11
3.1.b. Subjetividad y redes sociales	14
4. Estado del arte	18
4.1. Fitness, cuerpo e imagen	18
4.2. Performar en redes sociales	21
5. Sumergidas en el mundo fit	26
6. Las redes sociales como hábitat del fitness	35
7. Al interior de las cuentas	46
7.1 ¿De qué hablan sus posteos?	47
7.1.a. Motivación e incentivo	47
7.1.b. Cuerpo e imagen	51
7.1.c. Alimentación saludable	57
7.2 ¿Qué tono utilizan?	62

7.3 ¿Y los comentarios?	66
8. Conclusión	73
9. Bibliografía	77
10. Anexo	81

1. Introducción

Es lunes y la alarma de Camila suena a las 5:15 am. Su celular le muestra más de veinte notificaciones de Instagram. Las revisa todas y se levanta. Tiene un conjunto deportivo colgando de la silla y un bolso con la ropa del trabajo listo. Se viste y se dirige a la cocina. Saca de la heladera leche descremada, hielos, un huevo y una banana y los mete en la licuadora junto a dos cucharadas de polvo proteico. Le saca una foto al batido, hace un posteo en su cuenta con la receta, lo toma y sale a la calle. Afuera es de noche.

El gimnasio todavía está tranquilo, la acompañan unos pocos que corren en las cintas. Saca una carpeta de su bolso y busca la rutina del día. Hoy le toca hacer piernas y glúteos, tres series intensas con un poco más de peso en cada una. Cuando está por la última, le pide a uno de los personal trainers del salón que la filme haciendo los ejercicios para compartir el video en su cuenta. Lo mira y queda contenta, los músculos se le marcan un poco más que la última vez. A las 7:30 am va al vestuario y en quince minutos se ducha, se viste, se seca el pelo, se maquilla y queda lista para la oficina.

Veinte cuadras separan el gimnasio del trabajo y las capitaliza caminando rápido. Ya sentada en su escritorio, chequea en su reloj las calorías quemadas en el día y desayuna por segunda vez un budín proteico que dejó preparado la noche anterior. Mientras tanto, sube a Instagram el video del entrenamiento y lee los comentarios del posteo previo. Contesta algunos y prende la computadora. Recién son las 9:30 am pero su día empezó hace rato.

Al mediodía sale a comprar comida al bar de la esquina. Los diez pisos los baja por escalera, nunca toma el ascensor salvo que esté muy apurada. Pide una ensalada de atún, huevo y quinoa sin aderezos. Se acuerda de que una de sus seguidoras le había pedido por mensaje directo opciones de almuerzos saludables y escribe “preparar posteo sobre almuerzos prácticos” en una lista del celular.

Come la ensalada caminando por la calle y, antes de volver a la oficina, se dirige a un centro de estética que queda a unas cuadras. Tiene un turno de media hora de electrodos, se lo ofrecieron por canje a cambio de promocionarlo en Instagram donde dice: “Un gran complemento que, ojo, solo funciona si lo acompañamos con alimentación y entrenamiento, no existen soluciones mágicas, solo el trabajo duro”.

A la tarde sus compañeros traen facturas para el mate pero ella las ignora y acto seguido agarra una manzana de su bolso y se prepara un té. Una de sus compañeras, con una

bola de fraile en la mano, le pregunta cómo hace para ser tan estricta y ella le contesta que la planificación es la clave del éxito. Ya ni le tienta la posibilidad de comerse una factura, es algo que no se cuestiona. Le ofrece a su amiga ayudarla a armarse un plan de alimentación saludable y sigue trabajando.

A las 6:00 pm termina su horario laboral y tiene un rato libre que aprovecha para probar una clase de yoga recomendada por una de sus amigas fit, que conoció a través de Instagram. Siempre busca actividades físicas nuevas que se complementen con su entrenamiento diario y que, sobre todo, la ayuden a relajarse y a ejercitar de formas diferentes. La clase le parece muy buena y enseguida lo comparte con sus seguidores: “Un tip imperdible para la *fitfamily*”.

A la salida pasa por una dietética que siempre tiene productos importados y novedosos. Investiga las góndolas y descubre algunos para probar: un polvo proteico sabor cacao, una mantequilla de maní con frutos rojos y unos sobres de claras de huevo deshidratadas. Los tira en su changuito y les saca fotos para hacer un posteo al respecto más adelante. Además, hace compras básicas: frutos secos, chips de banana, nueces, harina de avena, aceite de coco y leche de almendras.

A las 7:30 pm vuelve a su casa. Prende el horno y deja cocinándose un budín para el día siguiente. Mientras se hace, se baña y se arregla para salir. Saca el budín del horno y tira a la plancha una pechuga de pollo. Cuando está lista la guarda en un tupper con una palta y un puñado de tomates cherry. Se dirige a un pizza party en la casa de unos amigos. En la reunión abundan la cerveza y los vinos, pero ella aguanta firme con su vaso de agua. Saca fotos de todo lo que se encuentra en la mesa: las pizzas, la picada, los pancitos, el alcohol, la mesa dulce. Después, se saca una selfie sonriente con su tupper. Guarda su celular y sigue charlando con sus amigos mientras come su cena. Varios se le acercan para preguntarle por qué no come pizza, “¡si estás tan flaquita!”. Su respuesta es la misma de siempre: así me gusta vivir a mí, es una elección y así soy feliz.

2. Coyuntura histórica, objetivos y metodología

En las últimas décadas, la preocupación por la estética y el cuidado personal fue cobrando cada vez mayor importancia. Los sujetos gastan grandes cantidades de dinero en tratamientos rejuvenecedores y productos para mantenerse en forma. Lo importante es verse y sentirse bien. En este contexto, el fitness surge como una alternativa natural a las cirugías, presentándose como una práctica que combina distintos ejercicios aeróbicos y de fuerza con una dieta saludable.

Sin embargo, actualmente el fitness se ha convertido en una categoría-producto mucho más amplia que un entrenamiento corporal. Pasó de ser una práctica deportiva a cooptar distintas áreas de la vida cotidiana como la alimentación, la relación con los otros, los consumos diarios y el manejo de los tiempos de ocio. El fitness se ha transformado en un rasgo de identidad que acompaña todos los aspectos de la vida. Sus integrantes comparten hábitos y formas de enfrentar el día a día.

A su vez, la revolución tecnológica que surge a partir de la llegada de Internet ha modificado de manera radical las formas de vida de los sujetos, reestructurando los lazos políticos, económicos y sobretodo sociales. La sensación de proximidad e instantaneidad que proveen las redes sociales despiertan un nuevo interés por la cotidianidad de los sujetos “comunes”, convirtiendo a los antiguos usuarios en protagonistas y productores de contenidos (Sibilia, 2008).

La conjunción de estos dos fenómenos dio lugar al surgimiento de nuevos personajes como son las *fit girls*. Éstas son mujeres que promulgan un estilo de vida saludable basado en una serie de pautas alimenticias y de ejercicio. Las chicas fit utilizan las redes sociales para compartir sus conocimientos y recomendaciones. A través de la creación de una enorme audiencia, estas mujeres se ganaron un lugar de privilegio en el universo de las redes, en las que se posicionan como “gurús”. Su tarea consiste así en exponer sus vidas a través de imágenes, las 24 horas del día, los 7 días de la semana, los 365 días del año.

Este trabajo es un análisis sobre la construcción de subjetividad en la comunidad fitness en Instagram en Argentina. El objetivo fundamental será analizar la caracterización de esta subjetividad fitness que surge a partir del boom de las redes sociales, haciendo hincapié en el normativismo que rige los comportamientos de sus usuarios y la necesidad de mostrarlo todo en sus perfiles. Para dar cuenta de esta problemática, se tomarán como objeto de estudio

específicamente a los tres perfiles más representativos del fenómeno en nuestro país en base a su cantidad de seguidores. Estos son: @thehealthyblogger (Florencia Fernandez), @agusdandri (Agustina D'Andraia) y @serfitnessoficial (Triana Angelina).

Los objetivos propuestos para esta investigación son:

1. Desentramar el significado de la noción del fitness a fin de entenderla en todos sus aspectos y poder ver los mecanismos mediante los cuales se auto-construye esta subjetividad personal a través de prácticas normalizadoras del cuerpo que impactan en el sujeto en su totalidad.
2. Indagar en profundidad el rol de las redes sociales en este fenómeno y la forma en que se volvieron el espacio predilecto para la generación de los vínculos al interior de la comunidad fitness.
3. Analizar las interacciones entre las cuentas elegidas y trazar similitudes y diferencias entre los tres perfiles. Además, observar la relación que entablan con sus seguidores a través de comentarios, el contenido que comparten en sus perfiles y cómo todo esto influye en la construcción de nuevas subjetividades.

Realizaremos una investigación exploratoria de tipo analítico descriptivo interpretativo en la que nos basaremos en un corpus acotado, delimitado por un recorte de tiempo específico para tener un acercamiento inicial a la problemática. La intención es poder interpretar, mediante la descripción densa de los casos, la significación profunda del fenómeno.

Nuestra investigación se centrará, en una primera instancia, en observaciones y análisis de publicaciones realizadas en la plataforma virtual Instagram y sus repercusiones. La elección de la misma para indagar en el fenómeno de la construcción subjetiva a partir de estas cuentas se debe a que es la plataforma en la que generan más contenidos y en la que tienen un mayor número de seguidores. Nuestro corpus de investigación estará compuesto por los posteos realizados por las tres cuentas en esta red social durante el primer semestre del 2016, analizando cantidad de publicaciones subidas por semana, tipo de contenidos (promocional, identitario, publicitario, informativo, etc) e interacción con los mismos.

En un principio elegimos un semestre entero para abarcar las temporadas de invierno y verano en el corpus, con el fin de explorar las diferencias de contenido en cuanto a la alimentación y la exhibición de los cuerpos según la estación. Luego la hipótesis no resultó tan relevante, pero el corpus se mantuvo sólido por los niveles de recurrencia encontrados en

la cantidad de posteos que suma un total de 2.553 publicaciones en todo el semestre, con un promedio de 142 posteos por mes por cuenta de Instagram. Aunque llama la atención el volumen de los mismos, estos son rápidos de leer y sus contenidos repetitivos. Los cuatro temas principales que tocan son: motivación, ejercicio, cuidado de la imagen y alimentación saludable.

3. Marco teórico-metodológico

En los últimos años, la existencia de las redes sociales despertó un nuevo interés por las cuestiones domésticas y la cotidianidad de las personas “reales”. Como sostiene Paula Sibilia, las antiguas formas de subjetividad moderna se desmoronaron y abrieron paso a un nuevo tipo de subjetivación considerada, cada vez más, como una mercancía. El cuerpo y la imagen tomaron un rol central en las plataformas virtuales, volviéndose indispensables para la conformación de la identidad de sus usuarios (Sibilia, 2008).

Este marco teórico se estructurará en tres ejes: Subjetividad, Subjetividad y Cuerpo y Subjetividad y Redes Sociales. El objetivo será introducir en el primer eje la noción de subjetividad que utilizaremos para nuestra investigación mediante los aportes teóricos que puedan ayudarnos a definirla. Esta noción estructurante se vinculará con otras que competen a nuestro trabajo, como son el cuerpo y las redes sociales. Al mismo tiempo, se definirán otras nociones basales de la investigación como imagen y normativismo.

3.1. Subjetividad

En primer lugar, creemos fundamental dejar en claro el punto de partida que adoptamos para comenzar nuestra investigación. En este sentido, consideramos pertinente realizar un breve recorrido por las nociones de subjetividad que tomamos en cuenta para nuestra conceptualización del término.

Jacques Ranciere define al proceso de subjetivación como “la formación de un uno que no es un yo sino la relación de un yo con otro.” (Ranciere, 2000, p.148). Para éste, el proceso de subjetivación es un proceso de desclasificación, es decir de no identificación con el otro. El sujeto se constituye como tal en tanto y en cuanto se diferencia del otro. Este último cumple un rol fundamental en la conformación subjetiva del individuo que, al diferenciarse, construye su propia individualidad. En pocas palabras, uno es lo que no es el otro. De acuerdo con Ranciere, “un sujeto es un in-between, un entre-dos” (Ranciere, 2000, p.149) ya que se conforma en un entrecruzamiento de identidades. Si bien este autor trata específicamente la subjetivación política, desde nuestra perspectiva compartimos esta definición y creemos es pertinente para nuestro trabajo. Tomamos sus conclusiones como punto de partida sosteniendo que el proceso de subjetivación no trata de una “afirmación simple de una identidad, sino que siempre es a la vez, una negación de una identidad impuesta por otro” (Ranciere, 2000, p.158).

Otro autor que estudia esta problemática es Zizek en su texto "Che Vouï?". Éste asegura, en línea con lo establecido por Ranciere, que un error común es el de creer en la identificación como imitación de modelos, ideales, héroes. Retomando la noción de construcción subjetiva de Lacan, este autor realiza una diferenciación respecto de la identificación simbólica y la identificación imaginaria y sostiene que ambas son parte del proceso constitutivo del sujeto. Como explica él en su texto:

En la identificación imaginaria, imitamos al otro en el nivel de la similitud, nos identificamos con la imagen del otro en la medida en que somos "como él", en tanto que en la identificación simbólica nos identificamos con el otro precisamente en un punto en el que es inimitable, en el punto que elude la similitud (Zizek, 1992, p.152).

Es en la interacción de la identificación imaginaria y la simbólica, bajo el dominio de la interacción simbólica que el sujeto se constituye como tal y se integra en un campo socio-simbólico determinado. La constitución del sujeto se da a partir del efecto de retroversión en el nivel imaginario, ya que está respaldado por la ilusión de ser un agente autónomo, presente desde el comienzo. Pero para esto, es decir "-para lograr identidad propia, el sujeto se ha de identificar con el otro imaginario, se ha de enajenar- pone su identidad fuera de él, por así decirlo, en la imagen de su doble." (Zizek, 1992, p.146).

Tomaremos las afirmaciones de estos dos autores respecto a la construcción de subjetividad para analizar qué tipo de identificación surge a partir de la aparición de las cuentas fitness, cómo éstas influyen en la construcción de subjetividad de sus seguidores y cómo se constituyen en diferenciación con otras cuentas en Instagram. Establecemos este punto de partida para analizar el modo en que la generación de contenido de estas influencers y su interacción a partir de comentarios con otros usuarios impactan en la construcción de esta nueva subjetividad fitness.

Finalmente, nos parece pertinente rescatar la definición que realiza Paula Sibilia de las construcciones subjetivas. De acuerdo con esta autora, las subjetividades son:

Formas de ser y estar en el mundo, lejos de toda esencia fija y estable que remita al ser humano como una entidad histórica de relieves metafísicos, sus contornos son elásticos y cambian al amparo de las diversas tradiciones culturales (...) es innegable que nuestra experiencia también está modulada por la interacción con los otros y con el mundo. Por eso, resulta fundamental la influencia de la cultura sobre lo que se es. Y

cuando ocurren cambios en esas posibilidades de interacción y en esas presiones culturales, el campo de la experiencia subjetiva también se altera en un juego por demás complejo, múltiple y abierto (Sibilia, 2008, p.20).

Estas consideraciones nos permiten dilucidar el carácter metamórfico de las subjetividades, que pueden variar sus formas con el paso del tiempo, de acuerdo a las distintas modalidades de interacción entre los individuos que vayan surgiendo. A través del análisis de las cuentas fitness en Instagram nos proponemos capturar pinceladas de esta nueva subjetividad.

3.2. Subjetividad y cuerpo

Si bien el fitness se autodefine como un estilo de vida saludable y no como una dieta o una rutina de ejercicios específica, el cuerpo cumple un rol fundamental dentro de este fenómeno. Una de las grandes metas a alcanzar por aquellos que deciden iniciarse en este camino es conseguir un cuerpo sano y tonificado, que brinde un rendimiento máximo. De esta forma, podríamos considerar a la noción de cuerpo como uno de los principales modeladores de esta subjetividad que surge en medio del estallido de las redes sociales, donde la imagen ocupa un rol central.

Dentro de nuestras aproximaciones teóricas creemos pertinente, para hablar de la noción de cuerpo, rescatar la definición de las sociedades disciplinarias de las que habla Foucault. De acuerdo con este autor, estas sociedades se encargan de disciplinar a los individuos mediante un trabajo directo sobre sus cuerpos. Se trata de una gama de dispositivos de poder que apuntaban a trabajar sobre el hombre administrando sus procesos biológicos. La idea fundamental era volverlos dóciles, mediante una serie de instituciones de encierro (como la escuela, la fábrica, el hospital, etc) que definían el comportamiento normal y sus desvíos. Los cuerpos estaban sometidos a una disciplina auto-impuesta, la cual se reforzaba continuamente por un complejo sistema de visibilidad y vigilancia. Las formas de subjetivación se forman a partir de un trabajo al interior de los individuos, docilizando los cuerpos y domesticando las almas (Sibilia, 2008).

Este normativismo del que habla Foucault perseguía un fin específico: “ortopedizar los cuerpos para adecuarlos a los modos de vida urbanos y al individualismo exigido por el capitalismo industrial” (Sibilia, 2005, p.204). Aunque con diferente finalidad, la técnica normalizadora de Foucault nos sirve para explicar la fuerte impronta de sacrificio y

autoexigencia que impone el fitness. La sociedad disciplinaria promovía una sociedad homogénea a través de un trabajo directo sobre las poblaciones, en cambio, las sociedades contemporáneas pueden definirse como sociedades de la heterogeneización. La construcción subjetiva fue modificándose con el advenimiento de la posmodernidad. En este contexto, se pasa de la modernidad donde la subjetividad se instaura como interioridad, a una posmodernidad donde la subjetividad se presenta como exteriorización de la interioridad (Sibilia, 2008). Deleuze da cuenta de esta crisis mediante el pasaje de las “sociedades disciplinarias” foucaultianas a las “sociedades de control” en las que el poder prescinde de las instituciones modernas de encierro (familia, escuela, hospital, cárcel) y se ejerce incesantemente, volviéndose difícil de identificar, pero profundo. Según Deleuze, “los encierros son moldes, módulos distintos, pero los controles son modulaciones, como un molde auto deformante que cambiaría continuamente, de un momento al otro, o como un tamiz cuya malla cambiaría de un punto al otro” (Deleuze, 1995, p.19). Podemos pensar en nuestra sociedad como una sociedad de nichos, en la que constantemente los individuos pasan de unos a otros. El fitness se puede considerar uno de estos nichos mediante los que se moldea una subjetividad específica que, sin embargo, conserva los rasgos normalizadores a los que refiere Foucault. La pregunta que nos hacemos es, ¿con qué fin?

Este normativismo viene de la mano de una auto-vigilancia exacerbada. De la misma forma que en las sociedades disciplinarias era necesario mantener a los hombres vigilados mediante reglas normalizadoras externas, en la actual sociedad de la heterogeneidad la vigilancia se produce desde el mismo individuo. Al mostrarse en las redes sociales, se produce una vigilancia que es autoimpuesta y a su vez expuesta. Como anuncia Le Breton:

La mirada se convirtió en el sentido hegemónico de la modernidad. La proliferación de las cámaras de video en los negocios, las estaciones de tren, los aeropuertos (...) muestra una derivación de la mirada hacia una función de vigilancia, de la que nadie ni nada escapan (...) Cada vez más, observamos al mundo a través de pantallas (televisión, videos pantallas de computadoras, etc.). (Le Breton, 2002, p.102-104).

Es decir, ya no se trata de una vigilancia acotada al espacio de las instituciones, sino de una que se ejerce constantemente bajo la mirada del otro que observa mediante las pantallas.

Esta vigilancia está fuertemente anclada con la exposición. En el caso de las cuentas fitness, esta exposición se da mediante los posteos de imágenes. En relación con esto, Debord

analiza una sociedad moderna en la que la vida social se sustituyó por su imagen representada:

Allí donde el mundo real se transforma en simples imágenes, las simples imágenes se convierten en seres reales, motivaciones eficientes de un comportamiento hipnótico. El espectáculo, como tendencia a hacer ver, por diferentes mediaciones especializadas, el mundo que no puede más ser directamente alcanzado, encuentra normalmente en la vista el sentido humano privilegiado. (Debord,1997, p.13).

La espectacularización que describe Debord se ve intensificada en las sociedades contemporáneas en las que, a través de las redes sociales, las personas exponen de manera constante la cotidianidad de sus vidas. Las cuentas fitness que analizamos son un claro ejemplo de esto. En un día normal, estas chicas pueden subir a su cuenta una imagen de comida y su receta, una imagen entrenando y otra en bikini en la playa. Esta espectacularización de sus vidas se ve alimentada con los comentarios y el *feedback* de sus seguidores. El otro, detrás de la pantalla se transforma en vigilante y a la vez en espejo. Es mediante esta auto-vigilancia espectacularizada en imágenes que se conforma una nueva subjetividad fitness.

Asociado al problema de la subjetividad aparece el cuerpo. Tomaremos para nuestra investigación la noción de cuerpo de Le Breton definido como un alter ego. Para este autor el cuerpo es donde se manifiestan el bienestar y el esfuerzo de la buena apariencia. Así, se hace del cuerpo un socio que se mima o un adversario al que se le combate para darle la forma deseada.

El cuerpo ya no es un destino al que uno se abandona sino un objeto que se moldea a gusto (...) El imaginario contemporáneo subordina el cuerpo a la voluntad, convierte al primero en un objeto privilegiado del entorno de la segunda. Cuanto más se centra al sujeto en él mismo, más importancia toma el cuerpo, a tal punto que invade el campo de las preocupaciones y lo sitúa en una posición dual (...) El cuerpo se convierte, entonces, en un doble, en un clon perfecto, en un *alter ego*. (Le Breton, 2002, p. 156).

Tal es el caso del fenómeno fitness, donde el cuerpo es uno de los pilares de la transformación que se establece como el reflejo de un estilo de vida que produce bienestar. Las chicas fitness construyen su propio cuerpo a modo de un rompecabezas, a costa de

sacrificar desde una torta de cumpleaños hasta tragos en salidas con amigos o pochoclos en una salida al cine.

Sin embargo, la preocupación por su cuerpo no se centra sólo en la imagen que proyectan presencialmente sino mucho más en aquella que se hace visible en las imágenes que suben a las redes. Dentro del fitness un cuerpo esculpido lo es todo, es prueba del esfuerzo y la constancia. Se transforma en el trofeo a conseguir y en el incentivo para no abandonar la rutina. Como sostiene Le Breton, el mundo se ha vuelto una muestra constante. Las imágenes corrigen las ambivalencias y reducen las sinuosidades del mundo real, transformando a la realidad en un espectáculo y al hombre en mirada, en detrimento del resto de los sentidos (Le Breton, 1997). La antropología de la imagen de Belting parte de que los medios modifican la percepción sobre los cuerpos a través de las imágenes. Como describe el autor:

Los medios digitales de la actualidad modifican nuestra percepción al igual que lo hicieron todos los medios técnicos que les antecedieron; sin embargo, esta percepción permanece ligada al cuerpo. Únicamente por medio de las imágenes nos liberamos de la sustitución de nuestros cuerpos, a los que podemos mirar así a la distancia. Los espejos electrónicos nos representan tal como deseamos ser pero también como no somos. (Belting, 2007, p.31).

Así, en las redes sociales se encuentra una representación de cuerpo moldeada para lograr la aceptación de aquellos que se encuentran del otro lado de la pantalla.

3.3. Subjetividad y redes sociales

Las redes sociales han surgido como un nuevo medio de comunicación, de interacción y formación social, modificando la constitución del sujeto de una manera radical. La vida cotidiana de los individuos se ha trasladado a Internet abriéndose paso a todo un nuevo abanico de relaciones posibles. Y es que, como asegura David Caldevilla Domínguez, “las redes sociales no son sólo el escenario, sino un nuevo agente y un nuevo medio para tener en cuenta en el mapa de la comunicación y que despunta con gran fuerza generadora de opinión y tendencias” (Caldevilla Domínguez; 2010, p.2).

Las cuentas fitness se desarrollan en el ámbito de las redes sociales en el que operan diferentes formas del decir y ver. Para adentrarnos en el fenómeno de la construcción de subjetividad en este ámbito, es fundamental definir el concepto de dispositivo. Con respecto a

esta noción, como señala Bernardo Suárez “tanto su delimitación como las precisiones acerca de su funcionamiento varían de acuerdo con los objetivos perseguidos y según la mirada desde la cual se observa el fenómeno” (Suarez, 2014, p.85). Para los fines de este trabajo, tomaremos la noción de dispositivo en términos de Deleuze quien, retomando a Foucault, lo define como un conjunto multilineal en el que se habilitan diferentes modos específicos de mirar, decir y no decir. Este conjunto funciona contextualizado en un momento histórico específico de visibilidad y enunciación; en el caso específico de este trabajo, el estallido de las redes sociales en la sociedad contemporánea. El dispositivo posee así un carácter social, es decir que “pertenece a ciertos dispositivos y obramos en ellos” (Deleuze, 1990, p.159).

Jonathan Crary, en un intento por definir los nuevos dispositivos que rigen hoy en día, caracteriza al mundo contemporáneo como uno 24/7. Se trata de un mundo en constante funcionamiento, en el cual la identidad personal y social de los individuos se ha ido modificando con el fin de ajustarse al funcionamiento ininterrumpido de los mercados y las redes informáticas. Para este autor, el mundo actual se caracteriza por una integración cada vez mayor del tiempo y las actividades personales al mundo electrónico. La facilidad con que uno puede comprar y consumir diferentes productos en Internet, ha llevado a la intrusión incesante de la temporalidad 24/7 en todos los aspectos de la vida social y personal. Para Crary nos encontramos ante la aniquilación de la singularidad del lugar y del acontecimiento. No se trata entonces de pensar en los dispositivos como aparatos físicos, sino como “diversos servicios e interconexiones que se convierten rápidamente en modelos ontológicamente dominantes o exclusivos de la realidad social de cada uno” (Crary, 2015, p.69). El fin último de la temporalidad 24/7, es la formación de individuos más eficientes a la vez que maleables y dóciles.

Esta nueva forma de consumo de las redes sociales está cambiando por completo la forma de experimentación y percepción de la vida de los individuos, comprometiendo hasta su tiempo de descanso. Tal como asegura Crary: “No queda una sola esfera significativa o interludio en la existencia humana que no hayan sido penetrados o tomados como tiempo de trabajo, tiempo de consumo, o tiempo para el marketing.” (Crary, 2015, p.9). Las cuentas fitness en Instagram son un claro ejemplo del fenómeno al que refiere este autor, ya que su funcionamiento consiste en un flujo constante durante las 24 horas de los 7 días de la semana, en el que hay poco tiempo para el descanso y la desconexión. Por ejemplo, en muchos de los posts se puede ver a las chicas fitness levantándose de noche para tomar un batido proteico e ir a entrenar antes de comenzar su día laboral. Además, resulta interesante observar cómo se

genera una interacción de comentarios a cualquier hora de la madrugada. Estos actos responden al miedo que genera la temporalidad 24/7 a quedar obsoleto si no se está a la orden del día. Las distintas cuentas fitness se preocupan por realizar posteos periódicos en donde sus seguidoras puedan encontrar las últimas tendencias y recetas para llevar adelante un estilo de vida saludable. Es que este tiempo 24/7 crea nuevas rutinas y necesidades que en realidad nadie ha elegido. Como asegura Crary: “La ilusión de elección y autonomía es uno de los fundamentos de este sistema global de autorregulación” (Crary, 2015, p.72).

Si bien esta temporalidad 24/7 puede acarrear una semejanza respecto a los patrones temporales de los individuos, Crary no cree en el desarrollo de una sincronización masiva en la cual todos hacen y piensan lo mismo. Para este autor, se trata de “temporalidades compartidas, en las que la copresencia de la diferencia y la otredad puede servir como base para comunidades provisorias” (Crary, 2015, p.76). Existen fragmentaciones de la experiencia compartida de los individuos, a partir de las cuales se crean identidades y singularidades subjetivas.

Participando de las redes sociales y de sus intercambios e interacciones, el sujeto se define a sí mismo diferenciándose de los otros. Como está referido en el texto de Caldevilla Domínguez:

Las Redes son formas de interacción social, definidas como un intercambio dinámico entre personas, grupos e instituciones en contextos de complejidad. Un sistema abierto y en construcción permanente (...) La intervención en red es un intento reflexivo y organizador de esas interacciones e intercambios, donde el sujeto se funda a sí mismo diferenciándose de otros (Conclusiones de las jornadas sobre Gestión en Organizaciones del Tercer Sector citadas por Cristina Alemañy Martínez en el texto de David Caldevilla Domínguez; 2010, p2).

Esto puede verse claramente en el caso de las cuentas fitness en el que, a través de interacciones mediante comentarios, posteos e imágenes, tanto el usuario como sus seguidores van conformando su identidad. Se distinguen del resto a través de la propagación de un estilo de vida saludable, marcando una línea diferencial inquebrantable con aquellos que no lo comparten.

Siguiendo esta línea, Laura Iribarren analiza en su texto sobre la construcción de la subjetividad en las redes sociales, las implicancias de la digitalización de la vida diaria. De

acuerdo con esta autora, la llegada de los discursos autobiográficos que apuntan a mostrar vidas comunes en las redes sociales, ha resaltado la faceta narcisista de los individuos que quieren y deben mostrarse continuamente buscando la mirada del otro. Se trata de un nuevo tipo de subjetividad donde el individuo se exhibe pero también observa, esperando ver el accionar del otro (Iribarren, 2014).

Esta diferenciación de identidad que los sujetos adquieren en las redes sociales, ha provocado cambios en las formas tradicionales de relacionarnos con los otros. Las redes sociales nos posibilitan todo un nuevo abanico de potenciales vínculos antes impensados en las interacciones cara a cara. Internet ha posibilitado que personas que comparten los mismos intereses o gustos puedan encontrarse e interactuar, desafiando las distancias geográficas.

Christakis sostiene que, con el auge de Internet y la tecnología celular, hemos llegado a un nivel de interacción con nuestros pares en el que nos encontramos hiperconectados. Estas redes de contacto constante moldean nuestra subjetividad al punto de que ya no somos enteramente dueños de nosotros mismos sino que nos construimos en función de la mirada constante del otro a través de la pantalla. Según el autor, buscamos satisfacer al otro imitando distintos tipos de comportamientos difundidos en esta vorágine digital. La irrupción de Internet ha traído consigo modificaciones radicales en los tipos de interacciones existentes hasta hace unos años atrás, entre ellas la capacidad de asumir identidades virtuales. Es por esto que “para saber quiénes somos, debemos comprender cómo estamos conectados” (Christakis, 2010, p.15).

Este fenómeno se puede ver en la comunidad fitness. Ésta nunca hubiese podido terminar de conformarse sin las redes sociales virtuales que son, no sólo su medio de comunicación, sino también su razón de ser. Más allá de ciertos encuentros presenciales esporádicos, la mayor interacción entre las chicas fitness y sus seguidores se da a través de sus publicaciones en Instagram. Estas últimas imitan las rutinas de ejercicios y siguen al pie de la letra los tips compartidos en estas cuentas. Tal como describe Deleuze, se trata de una evolución tecnológica acarreada por modificaciones sociales que introducen nuevas formas de subjetividad. En las sociedades actuales, los sujetos se encuentran en formación permanente, transitando en órbitas sobre una haz continuo (Deleuze, 1995). La máquina informática y el marketing se han transformado en las nuevas formas de control social. Los individuos viven, con Internet, bajo un control “a corto plazo y de rotación rápida, pero también continuo e ilimitado” (Deleuze, 1995, p.21) que los modela a su antojo.

4. Estado del arte

Antes de adentrarnos de lleno en el análisis de nuestra investigación, creemos necesario realizar un recorrido por los trabajos académicos previos en torno a la temática elegida. Con este objetivo, realizaremos lo que en términos de Althusser se define como el Gran Rodeo. De acuerdo con este autor, para conocer sobre lo que se está trabajando es necesario salir del propio mundo y ver lo que acontece en el mundo exterior:

Una filosofía que quiera verdaderamente, honestamente conocerse, saber qué lugar ocupa en el mundo filosófico y lo que la distingue como propia de las demás, tiene que hacer el Gran Rodeo por la historia de la filosofía, meterse con las obras próximas y lejanas (...) para poder regresar a casa cargada de comparaciones y descubrir un poco más lo que ella misma es. (Althusser, 2015, p.63).

De esta forma, decidimos estructurar nuestro estado del arte a partir de dos ejes divisorios que, a nuestro criterio, categorizan de la mejor manera los trabajos encontrados. En una primera instancia, daremos cuenta de aquellas investigaciones que nos antecedieron respecto a las temáticas del fitness, el cuerpo y la imagen. Nos parece necesario tratar estos conceptos en conjunto, ya que no se puede hablar de uno sin mencionar los otros dos.

En una segunda instancia, trabajaremos sobre las investigaciones escritas respecto a la aparición de las redes sociales en la vida cotidiana de los individuos. Estos análisis abarcan la temática de la construcción del sujeto y de las individualidades en la vorágine del mundo digital.

Finalmente, haremos referencia a algunos medios que tratan reiteradamente la propagación del fitness como estilo de vida saludable para dar cuenta del estado de discusión de la temática y su impacto en la agenda mediática argentina.

4.1. Fitness, cuerpo e imagen

Liuba Kogan fue una de las primeras investigadoras en ciencias sociales en tomar como objeto de trabajo la cultura fitness. En su texto, esta autora plantea que el body fitness se ha vuelto el sujeto ideal de la posmodernidad. Si bien su trabajo trata el fenómeno a partir de un espacio delimitado como el gimnasio, muchas de sus afirmaciones nos llevan a repensar la autodefinición del fitness como un estilo de vida saludable. Para Kogan, el sujeto de la cultura fit es aquel que se construye para seguir performando. Las personas fitness

asisten al gimnasio y pasan horas ejercitándose para poder seguir performando en la playa, en los bares, etc. (Kogan, 2005). Su vida es un show constante. El sujeto fitness tiene que tener los músculos marcados, tiene que levantarse a las cinco de la mañana y tomarse un batido proteico antes de ir al gimnasio. Así, el cuerpo y la imagen juegan un rol primordial en este mundo exhibicionista. De acuerdo con la autora, toda las sociedades generan una imagen de cuerpo deseable y las normativas a tener en cuenta para la construcción de esa corporalidad, pero en el mundo fitness se exige al cuerpo hasta llevarlo al límite. La performance de cada sujeto se mide en base a qué tan transpirado este su cuerpo y cuánto ejercicio ha realizado.

Estos sujetos que trabajan permanentemente para alcanzar los ideales socialmente establecidos de belleza, se construyen también diferenciándose de los otros, es decir de los cuerpos obesos, ancianos, bulímicos. De acuerdo con Kogan, los cuerpos que se encuentran en el margen de la sociedad discuten con la norma establecida y son considerados como potencialmente peligrosos. Kogan menciona el caso de las mujeres fisicoculturistas, que transgreden el límite establecido entre lo que es considerado como femenino y lo que es considerado como masculino. Para la autora, los sujetos son cuerpos y tienen cuerpos, comunican lo que ellos son y los mandatos sociales de lo que deben ser (Kogan, 2005).

Vilodre Goellner continúa con las investigaciones sobre el fitness considerado como un estilo o una forma de vivir y comportarse. Para esta autora, al igual que para Kogan, las sociedades fabrican una visión hegemónica de imagen deseada, a partir de la cual los cuerpos distintos pasan a ser los otros. El fitness, junto con el deporte, es el encargado de la producción de cuerpos genéricos, limpios de todo exceso o desbordamiento. En su investigación, Vilodre Goellner se centrará particularmente sobre la formación detallada de las representaciones de masculinidad y feminidad y sostendrá que:

El deporte y la cultura fitness actúan con la exposición de cuerpos que, al exhibirse y ser exhibidos, educan a otros cuerpos (...) Educan también para la construcción de una feminidad normatizada que no coloca en tensión representaciones socialmente construidas y aceptadas para lo femenino. (Vilodre Goellner, 2008, p.7/8)

Esta autora toma como ejemplo de lo expuesto a mujeres que, por su cantidad de músculos o sus preferencias deportivas, están cerca de la masculinización. Hace referencia a la forma en que la identidad sexual de éstas es puesta en duda, ya que se alejan de los parámetros considerados como bellos o sensuales para el género femenino. De esta forma,

para Vilodre Goellner “el cuerpo de la mujer al mismo tiempo que es suyo no le pertenece” (Vilodre Goellner, 2008,p.8).

Otra autora más reciente, pero que también trabaja sobre esta temática, es Sánchez Serradilla en su investigación sobre el estilo de vida fitness y la feminidad. Este artículo se encuentra más adentrado en la coyuntura actual ya que parte de observar la construcción del discurso y de los cuerpos fitness en la redes sociales. Esta investigadora define al fitness como un fenómeno sociocultural que plantea una concepción del cuerpo similar a la de un proyecto:

Se trata de un objetivo que se quiere alcanzar de manera voluntaria, a partir de la dedicación y constancia. La búsqueda de una estética corporal específica es un acto individual donde prevalece el deseo de cambiar físicamente con el fin de obtener una felicidad individual. (Sánchez Serradilla, 2015, p.22).

Sánchez Serradilla sostiene que el fitness fomenta los valores normativos de género como sinónimos de belleza femenina. La presencia de éstos tiende a mostrarse sobre todo en las concepciones de cuerpo e imagen que promulgan las cuentas fitness en Instagram. Las imágenes de los cuerpos que se comparten son idealizados, sólo la delgadez y la tonicidad son consideradas como belleza: “El cuerpo se convierte en el elemento central de preocupación y se concibe como emblema de la vida interior: del éxito personal” (Sánchez Serradilla, 2015, p.22). Para la autora, el estilo de vida fitness, que se basa en una dieta estricta y un entrenamiento físico intenso, intenta promulgar la creación de “la mejor versión de vos misma” pero por detrás sólo sigue promulgando una belleza hegemónica.

En línea con estas investigaciones, María Inés Landa tomó al fitness en Argentina y España para su estudio sobre subjetividades y consumos culturales. La autora parte del supuesto de que en las lógicas de producción y consumo de las prácticas del fitness se articulan, de una nueva forma, tecnologías de poder en términos de Foucault y Deleuze. En el fitness se configuran así organizaciones disciplinarias y de control que ofrecen al consumidor un espacio flexible para su tiempo libre, para su cuerpo, salud y apariencia personal. El cuerpo que promulgan estas prácticas, el *fitbody* “encarna los atributos de salud, belleza, calidad de vida, bienestar, eficiencia y rendimiento; se presenta como un tópico universal-esencial de las narrativas médico-deportivas y publicitarias del fitness” (Landa, 2005, p.17). La retórica de la transformación del cuerpo es la de un cuerpo plástico que puede ser moldeado a voluntad del sujeto a raíz de su esfuerzo personal. En este contexto, Landa resalta

la importancia de la imagen corporal en el presente a partir de la cual la alimentación y la actividad física han alcanzado una relevancia enorme para mejorar la salud, como experiencia de goce y como medio de integración y transformación corporal. El fitness, en el marco de una sociedad de consumo capitalista, pone al cuerpo en el centro de la batalla. Mediante las prácticas, narrativas y espacios del fitness se promulgan modos de parecer, actuar y ser que se inscriben en ciertas normativas y reglas prescriptas. Se forman dos figuras: la del normal y la del desviado (el gordo, el flácido, el muy flaco), quien puede corregir sus excesos y moldear su cuerpo eliminando los rasgos que lo alejan del estereotipo ideal del fitness.

Por último, podemos mencionar que la temática del fitness, el cuerpo y la imagen fue abordada anteriormente en nuestra casa de estudios por Fernanda Pascual y Pablo Nogueira en su tesina de grado. “Comer, comunicar, culpar: la creación mediática de la "alimentación saludable". Un análisis comunicacional de las representaciones del cuerpo y las tecnologías de la alimentación, lo light y lo saludable como matrices de sentido” trabaja sobre el rol del cuerpo y la alimentación saludable. Parten de que la alimentación funciona en las sociedades contemporáneas como combustible y medicina para el cuerpo, el cual no para en pos de la búsqueda de la perfección. “Hay que alimentarse de la mejor manera posible, en el menor tiempo, formando cuerpos sanos, dóciles, cuerpos aptos para diferentes empleos que hacen a la posibilidad de un sistema” (Pascual y Nogueira, 2009, p.75) Así, la industria alimentaria crea productos para las necesidades que genera, fijando pautas de cuidado corporal para que los consumidores moldeen su apariencia de la mano de la alimentación. Desde los medios de comunicación se trabaja la culpa frente al corrimiento de la dieta saludable mediante un discurso de índole religiosa. “El cuerpo es el objeto de manipulación perfecto de nuestros días” (Pascual y Nogueira, 2009, p.54) Los investigadores también reparan en que la actual sociedad es sumamente individualista, donde todos somos espectadores de los otros pero sin interactuar mayormente entre sí. Todos observamos y somos observados a la distancia, a veces sin saberlo, lo que nos hace vulnerables a la mirada del otro. “El narcisismo aparece como una nueva tecnología del poder, una nueva forma de inducir comportamientos y legitimar el orden social” (Pascual y Nogueira, 2009, p.57)

4.2. Performar en redes sociales

La propagación de estos modelos hegemónicos del ser se acrecentó de manera impensada con la llegada de las redes sociales. En su investigación “Formas tecnológicas de vida” Scott Lash analiza las características de la vida social tecnológica. Este autor parte de

afirmar que comprendemos el mundo por medio de sistemas tecnológicos y que no podemos operar sin ellos en la vida social. Las formas de vida se vuelven así tecnológicas, y esto las hace ser constitutivamente a distancia. Por ejemplo, puede haber una interacción a través de dos teléfonos en distintos lugares del mundo. Además, en este contexto se da un aplanamiento de la interioridad del sujeto. La subjetividad expresiva de la conciencia como una construcción para sí se erosiona, y la creación de sentido pasa a ser para otros. De esta manera, pensar y hacer se vuelve también comunicar. Según Lash, las formas tecnológicas de vida son no lineales en dos aspectos: como formas de sentido, ya que la narración se comprime en unidades abreviadas de información y respecto al tiempo, ya que el tiempo tecnológico es veloz y efímero. Las formas tecnológicas de vida son para el autor:

Tan expandidas que se hacen pedazos. El vínculo espacial y el lazo social se rompen. Luego se reconstituyen como enlaces de redes no lineales y discontinuas. La cultura tecnológica es una sociedad red. Los enlaces de las redes son tan tenues que prácticamente no ocupan extensión alguna. (Lash, 2005, p.7)

Por otro lado, estas formas de vida se encuentran desarraigadas y “elevadas en el aire”, cada vez menos se las puede asociar con un lugar en particular y puede ser cualquiera o ninguno, es un espacio genérico. (Lash 2005). Por ejemplo, las plataformas (como la de Windows) se encuentran en estos espacios en el aire. El autor concluye que todas estas características son signos de un poder no tan disciplinario y nómada basado en la inmediatez de la información y las comunicaciones.

Carolina Di Próspero, interesada también por los efectos de la tecnología en nuestra vida diaria, analiza en su tesis de maestría cómo se constituye una subjetividad mediática a través de la autopresentación del yo en Facebook. En esta red social, los individuos comparten información personal muchas veces ligada a deseos y aspiraciones del sujeto. Así, se constituye un perfil de lo que se quisiera ser, de un aspiracional al que se quiere llegar. Facebook, por su lógica de funcionamiento, lleva a los sujetos a realizar una introspección y dilucidar cómo es que se definen a sí mismos y se quieren mostrar ante el resto. Los cambios de estado propuestos por éste, conducen a una autocomprensión del yo que modela las subjetividades de los individuos. Esta autora asegura que en las redes sociales los sujetos crean un yo especialmente moldeado para sus seguidores con la intención de brindarles siempre el mejor show. Caracterizada por la instantaneidad y la omnipresencia de las que permite disfrutar a sus usuarios, esta red social alienta a la construcción de “un yo hasta cierto

punto “mutante” (...) respondiendo a una autocomprensión que constituye una subjetividad situada, en el momento de la interacción” (Di Próspero, 2011, p.50). Finalmente, esta autora hace alusión a la posibilidad que traen las redes sociales de que los individuos se constituyan como protagonistas y público a la vez, es decir publican y suben distintos tipos de contenidos mientras miran y comentan los de sus amigos. Estas miradas de unos sobre otros llevan, para Di Próspero, a un nuevo ideal del yo contemporáneo: “Facebook constituye para sus usuarios una oportunidad diaria de renovar el plazo fijo con el éxito individual, no sólo en el mercado laboral sino ante las exigencias de la sociedad contemporánea misma y sus valores y modelos imperantes” (Di Próspero, 2011, p.52).

Con este mismo objetivo, Aguilar Rodríguez y Said Hung investigan sobre las versiones ideales de sí mismos que las redes sociales otorgan a los individuos. Facebook, entre otras, permite a los sujetos convertirse al mismo tiempo en emisores y en mensajes. Es decir, el individuo organiza su identidad dentro de estos espacios como si fuese un mensaje a decodificar. Para los autores:

Se facilita la posibilidad de diseñar, a plena conciencia, la imagen de sí mismo que el sujeto quiere proyectar. Las comunidades virtuales están diseñadas, precisamente, para permitir a sus usuarios la posibilidad de re-crearse, re-diseñarse y convertirse en versiones, quizás mejoradas, de sí mismos. (Aguilar Rodríguez y Said Hung, 2010, p.194).

Los individuos en las redes realizan una performance que no siempre se condice con la que llevan a cabo en la vida real. Se genera una bidimensionalidad, en la que el sujeto virtual y el no virtual se superponen y crecen juntos. De acuerdo con los autores, el yo virtual es un reflejo idealizado en el cual se pueden corregir, borrar u omitir todas las imperfecciones de las cuales el yo no virtual no puede deshacerse (Aguilar Rodríguez y Said Hung, 2010).

Dentro de nuestra casa de estudios, la problemática de introducción de las redes sociales a la vida cotidiana de los individuos y su influencia en la conformación de nuevas subjetividades ha sido abordada en diferentes ocasiones. María Valeria Álvarez y Pablo Ignacio Ferrer, en su tesina de grado “La comunicación intersubjetiva y el cuerpo digital en las redes sociales de Internet” se proponen como objetivo analizar las especificidades de esta intersubjetividades que se generan a partir de la llegada de Internet. Los autores sostienen que en este contexto virtual los individuos desarrollan nuevas identidades y el cuerpo, concebido como algo físico, desaparece dando lugar al nuevo cuerpo virtual. A diferencia de lo que

plantean Aguilar Rodríguez y Said Hung, para estos autores el yo digital se construye de una manera mucho más libre que el yo real. En las redes, los individuos se desligan de los prejuicios y de las barreras entre lo público y lo privado. No realizan una performance permanente. Al no haber una cercanía física que los limite a la hora de interactuar, todo fluye espontáneamente sin censuras. El sujeto comparte sus pensamientos sin tener conciencia del alcance de sus comentarios, ya que en cuestión de segundos sus actos más íntimos pueden ser compartidos (Álvarez y Ferrer, 2012). Se borran las dimensiones espacio temporales presentes en otros tipos de interacciones. Igualmente, estos autores creen también que las redes sociales pueden servir como revancha de lo que sucede en la vida real. El sujeto cada vez que carga sus datos y preferencias personales en una nueva red social construye un perfil renovado de sí mismo. Se crean “identidades de vacaciones” (Álvarez y Ferrer, 2012).

A modo de cierre, cabe resaltar que el mundo fitness, inspirador de un estilo de vida saludable, se instaló en la Argentina hace ya unos años. Sin embargo, no fue hasta el estallido de la redes sociales que se hizo viralmente conocido. Con la llegada de Instagram las cuentas fitness comenzaron a multiplicarse creando un fenómeno rápidamente detectado por todos los medios tradicionales del mundo. Si bien puede ser considerado como un fenómeno relativamente reciente su continua expansión y crecimiento es innegable.

Como publicó la revista MUSA Argentina “El culto a la vida saludable llegó a las redes sociales de la mano de las “fitgirls”. Se trata de chicas comunes y corrientes que optaron por un estilo de vida sano y lo comparten con sus miles de seguidores”. En Argentina, ya desde 2015 notas de distintos medios comenzaron a alertar sobre esta moda y a sugerir las cuentas fundamentales a seguir para no quedarse afuera de este boom. En una nota publicada por Infotechnology, Carolina Potocar asegura “Ahora, las cuentas más populares de Instagram tratan sobre algo muy distinto: ensaladas y gimnasios. La movida Fit (...) hoy atrae a miles de seguidores y convierte a sus protagonistas en celebridades. (...) El nivel de seguidores que atraen las fit girls –alrededor de 60 mil cada una – les permiten a las fanáticas de la vida saludable obtener ganancias a través de publicaciones auspiciadas y canjes con marcas”.

Respecto a las cuentas elegidas para nuestro corpus, hemos encontrado que diferentes medios argentinos las posicionan como referentes de la vida sana. En el diario La Nación, Florencia Fernández explica cómo fue su transformación hacia el estilo de vida fitness. Las mismas protagonistas cuentan cómo llegaron a tener miles de seguidores compartiendo

recetas, tips y mostrándose como chicas normales que intentan sentirse y verse bien. En la nota relata: "Nos ven como personas reales, cercanas, y entonces la gente se anima a interactuar y logra conectar con vos. Mis seguidores no buscan ser como yo o como las otras chicas, o una celebrity, sino alcanzar la mejor versión de sí mismos." Florencia cuenta cómo las redes sociales ayudaron a esparcir este fenómeno del cual se sienten orgullosas de ser parte.

Por otro lado, Triana Maida, @serfitnessoficial en Instagram, es tomada como referente en una nota de la revista Ohlala sobre instagrameras fit en la declara que "la gente tiene que entender que no hay que compararse con otro, sino encontrar su mejor versión (...). Si uno quiere ver cambios físicos, es un 70% dieta equilibrada y el resto actividad física. Yo consumo alimentos naturales y dejé de lado todo lo que es procesado (...) si alguien tiene un metabolismo lento y aumenta rápido de peso, debe dejar a un lado las harinas, las golosinas y las frituras". Los tips para sus seguidoras nunca están ausentes, y tampoco su afición por el ejercicio físico ya que es embajadora de la marca deportiva Reebok.

Por último, en la Revista Para Tí encontramos una nota titulada "Una Dieta Real" que es un diario de cómo Agustina Dandri, otra de las cuentas que analizamos, bajó 10 kilos y cambió sus hábitos alimenticios. Declara en ésta que "hacer dieta no se trata únicamente de elegir bien los alimentos, sino de educar la voluntad y ser consecuente cada minuto con lo que uno decide (...) cada día uno tiene que decidir cómo quiere vivir y mi idea es mantener una dieta sana, equilibrada y consciente".

El tratamiento de esta temática en los medios y la mención a las cuentas de Instagram seleccionadas para nuestro corpus dan cuenta de la importancia del fitness en la agenda actual. Son significativas para nuestra investigación ya que muestran cómo se instauró esta temática en la sociedad en los últimos tiempos.

5. Sumergidas en el mundo fit

Tal como sostiene Vilodre Goellner, las sociedades contemporáneas sitúan como una de sus preocupaciones principales a la imagen estética. La publicidad, a la que nos vemos expuestos todos los días, muestra cuerpos esculturales e irreales como sinónimo de éxito, felicidad y salud. Estos ideales de belleza, transmitidos y potenciados por los medios masivos de comunicación, advierten a los sujetos sobre los beneficios de tener una buena imagen o el “cuerpo perfecto”. Los anuncios tratan cada vez menos de reflejar lo que somos para instruirnos cada vez más en lo que deberíamos ser. Se trata de un modelo donde se pondera la perfección y el cual parece:

Estar incorporado en nosotros, naturalizado (...) cuyas inversiones dirigidas al cuerpo femenino no cesan de crecer y diversificarse. Estas inversiones pueden ser observadas en varias instancias culturales, tales como revistas, propagandas, outdoors, programas televisivos, carteles, filmes; así como en las calles, playas, shopping-centers. (Vilodre Goellner; 2008, p.7).

Estos ideales aspiracionales conllevan a una exigencia extrema sobre el cuerpo para poder estar a la altura de los requerimientos sociales. Se ejerce presión sobre los sujetos creando nuevas necesidades que derivan en una insatisfacción personal. Las sociedades premian a los cuerpos delgados, esbeltos y armoniosos, cuerpos que triunfan ante las tentaciones de la comida chatarra. Los sujetos comienzan a invertir grandes cantidades de tiempo en alcanzar aquel cuerpo ejemplar que nos recuerda diariamente que necesitamos no tener celulitis, tonificar los músculos y estar saludables. Todas estas obligaciones supieron ser cooptadas y promulgadas por la cultura fitness transformándose en sus cimientos.

El objetivo de este primer capítulo es explorar la noción de fitness a fin de comprenderla en todos sus aspectos. Desentrañar su significado para dar cuenta a qué hace alusión este concepto que parece referir a un modo de auto-construir la subjetividad personal a través de prácticas normalizadoras del cuerpo pero también del sujeto en su totalidad.

En una primera instancia podríamos definir al fitness como una práctica deportiva. Se trata de una actividad continua en el tiempo, que contiene ciertos ejercicios que hacen a su identificación. Entre ellos se encuentran: crossfit, zumba, pilates y otros. El objetivo de esta práctica es conseguir un cuerpo tonificado y fuerte de una forma saludable. El fitness

consiste, desde esta perspectiva, en un entrenamiento integral a partir de rutinas específicas que trabajan todas las partes del cuerpo combinadas con una dieta balanceada.

Sin embargo, si buscamos su definición literal, encontramos que la palabra fitness se traduce como buena forma en español. Se trata de un término amplio y abarcativo que deja entrever la esencia de este fenómeno que refiere no sólo al aspecto físico sino a la transformación de la vida de los sujetos de manera integral.

El fitness se autodefine como un estilo de vida saludable. Si bien a simple vista se lo asocia con la búsqueda de una imagen corporal perfecta, este fenómeno abarca todos los ámbitos de la vida de quienes lo comparten. Tal como argumenta Rodríguez:

El fitness se fue transformando en un estilo de vida que llegó a otras áreas de la vida cotidiana distintas a la del entrenamiento, actividad generalmente realizada en el tiempo de ocio, y comenzó a cooptar otras esferas. Los espacios de socialización -con los amigos, ¿siempre de copas?-, ahora también pueden -y deben- ser más fitness; el tiempo compartido con la familia lo mismo (...) Incluso las maneras de viajar hacia el lugar de trabajo (ya sea en coche, moto, transporte público o a pie) o el modo en que se pasea una mascota también pueden convertirse en actividades de este tipo, siempre y cuando uno tenga voluntad. (Rodríguez, 2014, p.6).

De acuerdo con este autor, la noción de estilo de vida está intrínsecamente vinculada a los hábitos, valores, prácticas y cursos de acción que llevan a una estilización particular de la vida fitness. Para Rodríguez, tanto los cuerpos como las mentes de los sujetos pueden y deben volverse cada vez más fit para adaptarse a los nuevos requerimientos sociales.

El fitness es una forma particular de enfrentar el mundo, una identidad que acompaña todas las decisiones y momentos del día a día. Se trata de un conjunto de rasgos particulares que caracterizan a sus integrantes. Una cultura, un tejido social que abarca ciertas formas y expresiones determinadas. El fitness es una conducta que se refleja en los hábitos cotidianos, las prácticas, las relaciones personales, los modos de consumo y las formas de vestir, como así también en las actitudes y los comportamientos de los sujetos. Es un esquema dentro del cual uno obra, piensa y siente, una forma compartida de entender la vida.

Otra de las palabras que encontramos al buscar la definición de fitness es aptitud. La traducción literal al español de la palabra fit es encajar, y para encajar dentro de la cultura fitness hay que contar con ciertas aptitudes y cumplir con determinadas normas. El fitness se

concibe como un lugar de pertenencia, dentro del cual se espera que los sujetos tengan cierto comportamiento y cumplan con sus reglas. Al igual que los espacios de encierro de los que habla Foucault, el fitness delimita el lugar de acción de los sujetos con el fin de educar sus cuerpos y codificar su comportamiento (Foucault, 2002). Sin embargo resulta inevitable preguntarnos ¿Qué tan conscientes son los sujetos fitness de este mecanismo de control que parece dejarlos decidir con libertad pero se impone de forma silenciosa actuando de manera constante?

El fitness opera bajo una lógica de promesas y garantías. Se sigue la creencia de que estando bien exteriormente, con una imagen física que nos satisfaga, estaremos bien al interior de nosotros mismos y seremos felices. Se trata de un cambio que se expande de afuera hacia adentro. El objetivo es superar todos los obstáculos posibles que nos limitan a llegar al punto en el que nos agradamos ante nuestra propia mirada. La disciplina y la perseverancia para conseguir un cuerpo tonificado, valen la pena porque traen recompensas a futuro. Para Foucault, las disciplinas pueden ser definidas como métodos minuciosos que permiten el control sobre las operaciones del cuerpo, garantizando la sujeción de sus fuerzas y su utilidad. Éstas tratan al cuerpo como objeto y blanco de poder. De acuerdo con este autor “es dócil un cuerpo que puede ser sometido, que puede ser utilizado, que puede ser transformado y perfeccionado” (Foucault, 2002, p.125). Es en base a estas afirmaciones que podríamos pensar el fitness como una disciplina que manipula de forma detallada el cuerpo de los sujetos realizando una coerción de sus distintos elementos y gestos. Al igual que las anatomías políticas que describe este autor, el fitness no realiza una apropiación violenta de los cuerpos sino que tiende “a la formación de un vínculo que, en el mismo mecanismo, lo hace tanto más obediente cuanto más útil, y al revés” (Foucault, 2002, p.126). El fitness conforma una relación de confianza con aquellos que se unen a esta práctica, garantizando su felicidad a costa del sacrificio y la perseverancia. Sobre esta base se edifica la promesa fitness, sobre la construcción de cuerpos y mentes fuertes, sanos y en forma. La garantía de sentirse a gusto con uno mismo es el horizonte al final de su camino.

Como todo estilo o filosofía de vida, el fitness tiene ciertas exigencias de cabecera: esfuerzo, sacrificio, voluntad, perseverancia, bienestar y felicidad. Estas nociones basales, son propagadas constantemente por sus referentes, quienes tratan de inculcar al resto la idea de convertirse en “la persona que querés ser”. Para el fitness no hay límites, es sólo cuestión de esfuerzo el alcanzar las metas deseadas. Todo depende de la energía y el empeño con el que nos proponemos vencer nuestros obstáculos y alcanzar nuestros objetivos. El sacrificio se

presenta como cualidad esencial para poder triunfar y comenzar a “ver resultados”. El alcohol, la comida chatarra, los días de ocio son placeres que uno debe dejar de lado para poder disfrutar de un premio mayor. El fitness tiene un modo de operar dentro del cual se trabaja en pos de una recompensa a futuro. Se trata de una cadena en la que comer bien lleva a rendir más, rendir más lleva a tener un buen estado físico, tener un buen estado físico lleva a obtener el cuerpo deseado, obtener el cuerpo deseado lleva a querer seguir comiendo bien y así sucesivamente. Sin embargo, esto no es tarea fácil. Dentro del fitness, la voluntad y la perseverancia son piezas fundamentales a trabajar para no abandonar en el camino. Tener firmeza y dedicación son las claves del éxito para lograr la figura deseada. Al igual que la biopolíticas que describe Sibilia, el fitness trata de una serie de reglamentaciones para administrar el cuerpo humano. Sin embargo, su alcance no se limita sólo a éste último, sino que despliega su accionar articulando y organizando una nueva subjetividad que opera cumpliendo ciertas exigencias en pos de alcanzar la acepción de la mirada del otro. Dentro del fitness se trata de dominar lo imprevisible, de formatear cuerpos y almas para lograr una vida saludable, lejos de los excesos y las tentaciones (Sibilia, 2005). La producción biopolítica, de acuerdo con Sibilia, tiene como finalidad última el controlar los eventos biológicos o aminorar sus efectos. Lo mismo podríamos decir del fitness el cual posee:

Normas claras y explícitas (...) como también saberes centrados en la construcción de la corporalidad: nutrición, uso de sustancias para aumentar la masa muscular, salud, uso de atuendos especiales para ejercitarse y, sobre todo, de tecnologías corporales para el ejercicio físico. (Kogan, 2005, p.156).

Una de las exigencias fundamentales del fitness es el camino a la felicidad. Los referentes de esta práctica hacen hincapié de forma constante en la importancia de descubrir el bienestar en lo que uno es y hace. Uno empieza a sentirse bien a medida que pasa el tiempo y se siente a gusto con los cambios en su cuerpo. Se interpela de esta forma a los sujetos, en tanto que sujetos libres, a unirse al fitness guiados por la promesa y a la vez exigencia de ser felices. Así se pone en manos de los mismos sujetos sus propios destinos, haciéndolos completamente responsables de los rumbos que puedan tomar o de los cambios que puedan surgir. Si uno se siente desanimado y disconforme con su cuerpo es por decisión propia. Siempre hay posibilidad de cambio, sólo hay que saber aprovecharla y pelear por ella.

Sin embargo, tal y como sostiene Deleuze, ningún fenómeno es analizable sin tener en cuenta el dispositivo dentro del cual opera. En este caso, el paradigma neoliberal. El fitness

surge dentro del neoliberalismo, el cual transforma a los sujetos en dispositivos de rendimiento y de goce. El neosujeto empresarial debe trabajar sobre sí mismo con el objetivo de transformarse permanentemente, maximizando su rendimiento y volviéndose cada vez más eficaz. Como sostienen Laval y Dardot:

La racionalidad neoliberal produce al sujeto que necesita, disponiendo de los medios de gobernarlo, para que comporte realmente como una entidad que compite y que debe maximizar sus resultados exponiéndose a riesgos que tiene que afrontar asumiendo enteramente la responsabilidad ante posibles fracasos (Laval y Dardot, 2010, p.332).

En su texto, los autores describen la forma en que opera esta nueva racionalidad neoliberal, la cual, además de autoexigencia y auto-culpabilización, demanda de los sujetos el ser felices. Para tener éxito uno debe tener una autoestima alta, debe conocerse y amarse. Se tiene que disfrutar del proceso de transformación porque es en beneficio de sí mismo. Esto se puede observar dentro de la cultura fitness. El objetivo no es únicamente trabajar por un cuerpo y una mente más saludables mediante un cambio en el modo de vida. El sujeto fitness debe además ser feliz, debe exigirse llegar más lejos, debe mantenerse positivo y demandarse cada día más para llegar a sus metas y, una vez resueltas, proponerse nuevas con optimismo y entusiasmo.

El fitness actúa mediante una pedagogía particular en la que se predica y se habla al resto desde el ejemplo y la propia experiencia. No impone de manera directa el hecho de tener un cuerpo delgado, sino que lo proclama a través de frases como «be fit, not skinny» o «sé la mejor versión de ti misma». Existen dentro de esta práctica sujetos que, gracias a la particularidad de sus casos, se han vuelto referentes. Se los reconoce como “gurús del fitness” y son considerados como maestros o guías espirituales que alientan e incentivan a continuar a todos los que siguen sus pasos. Si bien cada uno transita su transformación de manera particular, los referentes allanan el camino brindando consejos y tips para poder conseguir un cuerpo sano y fuerte. Remiten a su historia, sus fracasos, sus logros y sus aprendizajes. Sus casos se transforman en garantía de que con disciplina y voluntad todo es posible, siempre y cuando sigamos al pie de la letra los consejos sugeridos.

Y es que parte crucial de entrar en el universo fitness es ajustarse a sus mandamientos. Este movimiento exige de sujetos disciplinados, que sepan acatar las reglas para cumplir sus objetivos. Los referentes del fitness incentivan de forma permanente a sus seguidores para

que sigan sus instrucciones bajo la promesa de que así llegarán a tener el cuerpo perfecto. Existen normas claras y explícitas en la construcción de la corporalidad fitness:

1. Realizar ejercicio diariamente. Lo importante es moverse, ya sea realizando ejercicios intensos o ligeros como caminar, trotar o nadar.
2. Tener una dieta balanceada. Evitar alimentos altos en carbohidratos y grasas. Es fundamental elegir alimentos naturales, sin conservantes ni ingredientes agregados, que aporten fibras y proteínas al cuerpo para tener un alto rendimiento físico.
3. Controlar las porciones. Si bien es importante realizar toda la comida del día para evitar tener hambre, se deben controlar las porciones.
4. No tomar alcohol. Las bebidas alcohólicas tienen muchas calorías que nada aportan al cuerpo. Se debe tomar agua o bebidas dietéticas sin azúcares agregados.
5. Descansar bien. Se deben dormir al menos 7 horas diarias para descansar la musculatura y reponer energías.

Se promueve también la utilización de tecnologías corporales, las cuales se centran en una forma particular de construir y de exhibir los cuerpos. Se trata de distintos mecanismos de control expresivo. Para ser fitness hay que sentirse y mostrarse como tal. Se debe llevar el cuerpo erguido y tener los músculos bien definidos.

Dentro de esta práctica no existen los excesos. Todo tiene que ser medido y calculado, cerrado. Tanto las porciones de comida, como las repeticiones de cada ejercicio físico, hasta las horas de sueño son contabilizadas. Los cuerpos fitness se caracterizan por ser esbeltos, performativos y acatados a los parámetros contemporáneos de belleza. Se diferencian de manera radical de los cuerpos grotescos que describe Bajtín. Estos últimos son exacerbados, abiertos, con protuberancias. Son cuerpos hipertrofiados e incontrolados, cuerpos del disfrute:

El cuerpo grotesco no está separado del resto del mundo, no está aislado o acabado ni es perfecto, sino que sale fuera de sí, franquea sus propios límites. El énfasis está puesto en las partes del cuerpo en que éste se abre al mundo exterior o penetra en él a través de orificios, protuberancias, ramificaciones y excrecencias (...) Es un cuerpo eternamente incompleto, eternamente creado y creador. (Bajtín 1987, p.14).

Tal como describe este autor, dentro del realismo grotesco, el principio material y corporal es el principio de la alegría, de la fiesta y la buena comida. El cuerpo abierto, deforme, es visto como algo positivo ya que se asocia con el renacer. Un cuerpo degradado es un cuerpo que está en comunión con la vida (Bajtín, 1987). El fitness, por el contrario, es un

un espacio de producción de cuerpos genéricos. Como sostiene Vilodre Goellner, éste apunta a la educación de los cuerpos definidos como “puntos vulnerables sobre los cuales inciden varias intervenciones dirigidas a la estandarización (...) que valoriza la belleza, gracia y armonía corporal” (Vilodre Goellner, 2008, p.3). Los cuerpos rígidos y saludables son considerados dentro de los parámetros de la normalidad, mientras los cuerpos grotescos y amorfos son considerados los otros. El cuerpo del sujeto fitness se define en contraposición a estos otros desproporcionados y repugnantes. Estos últimos son la representación “del exceso, de la corpulencia, del desbordamiento, en fin, deformidades, cuya corrección se da, entre innumerables posibilidades, a través de la adhesión al universo fitness: espacio virtuoso de higienización de los cuerpos, de las apariencias y de las subjetividades. (Vilodre Goellner, 2008, p.3).

Dentro del fitness nada es librado al azar. Se concibe al cuerpo como una máquina a la que se debe alimentar y cuidar para su buen funcionamiento. Como asegura Sloterdijk, la diferencia entre amo y esclavo o sujeto y objeto deja de tener sentido. Esta bivalencia caduca ante el hombre que se vuelve operable. Para este autor, el hombre de hoy es auto-manipulable. Cada vez que nuevas tecnologías y productos salen al mercado el hombre intensifica su autopraxis. En el caso del fitness, la utilización de distintos productos para ganar masa muscular, las fajas reductoras, y las nuevas maquinarias para ejercitar, intervienen de forma directa en el cuerpo de los sujetos para transformarlos en “máquinas quemadoras de calorías”. De acuerdo con Sloterdijk:

La incubadora para el hombre y la humanidad es producida por tecnologías de hardware, y su clima determinado por tecnologías de software (...) Si 'hay' hombre es porque una tecnología lo ha hecho evolucionar a partir de lo pre-humano. Ella es la verdadera productora de seres humanos, o el plano sobre el cual puede haberlos. (Sloterdijk; 2000, p25).

Finalmente, y teniendo en cuenta estas últimas palabras de Sloterdijk, resulta importante definir al fitness como un movimiento con una identidad particular que atraviesa fronteras y se extiende a lo largo del mundo. No se trata de una actividad llevada a cabo en un espacio físico particular sino que traspasa los límites geográficos para situarse en todo momento y en todo lugar. A partir de la globalización y cada vez más mediante las redes sociales, las distancias se acortan y su propagación se hace más fácil. Los usuarios que se unen a la red pueden conectar con otros de distintas nacionalidades pero igualmente

partícipes. Entre ellos se motivan e imitan, creando un contagio permanente que incita a quienes están detrás de la pantalla a sumarse a este estilo de vida. Es decir, el fitness se conforma no sólo en la intimidad del gimnasio sino también en la coparticipación de las redes. Tal y como sostiene Kogan, el sujeto de la cultura fitness es un sujeto performativo. Es aquel que performa para seguir performando. Éste asiste al gimnasio para sentirse a gusto consigo mismo y poder continuar mostrándose en la playa, en el boliche y sobretodo en la Internet. El sujeto fitness se forma y se define a partir de su desempeño en las redes.¹ Los gurús del fitness comparten tips y experiencias propias incentivando a potenciales afiliados de esta disciplina. De esta forma, “los saberes se separan de espacios particulares para convertirse en saberes expertos, compartidos transnacionalmente” (Kogan, 2005, p.154).

Se trata de un fenómeno que “consiste en exponer la propia intimidad en las vitrinas globales de la red” (Sibilia, 2008, p.16). Se convoca a las personas a que se muestren y compartan. El fitness es un claro ejemplo del desplazamiento que está ocurriendo desde una subjetividad interiorizada hacia una nueva forma de autoconstrucción caracterizada por el espectáculo. De acuerdo con Sibila,

No se trata apenas de Internet y sus mundos virtuales de interacción multimedia. Son innumerables los indicios de que estamos viviendo una época limítrofe, un corte en la historia, un pasaje de cierto “régimen de poder” a otro proyecto político, sociocultural y económico. Una transición de un mundo hacia otro. (Sibilia, 2008, p.19).

Debord, al igual que Sibilia, analiza la transición hacia una sociedad moderna en la que la vida social se sustituyó por su imagen representada. Para este autor, el espectáculo no es un suplemento al mundo real sino que es el momento histórico que nos contiene. La sociedad actual es una sociedad fundamentalmente espectacularista: “toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación”. (Debord, 1967, p.3).

Esta espectacularización de la vida aumenta en las sociedades contemporáneas en las que, a través de Internet, las personas exponen de manera constante su cotidianidad. El fitness es un reflejo de esto, en donde gran parte del sentido de pertenencia se logra mostrando y compartiendo imágenes, comentarios y testimonios con otros usuarios. Las redes

¹Esta idea será tratada en profundidad en el próximo capítulo de nuestro trabajo de investigación.

sociales, en nuestro caso particular Instagram, permiten a los usuarios montar un show de su vida privada llevando a cabo este desplazamiento del que habla Debord en el cual pasamos del *tener al parecer* (Debord, 1967).

En el siguiente capítulo, procederemos a presentar las cuentas de las principales referentes del fitness de Argentina en Instagram con el fin de introducirnos en el surgimiento y la construcción de los distintos perfiles. Además veremos en profundidad el rol de las redes sociales en el fenómeno y la forma en que los vínculos se generan a partir de este espacio virtual en el que la comunidad fitness encontró el lugar para afianzarse y crecer exponencialmente.

6. Las redes sociales como hábitat del fitness

Si bien el fitness como práctica deportiva ya se encuentra consolidado hace tiempo, no podemos dejar de pensar este fenómeno contextualizado en un momento histórico específico en el cual las actividades y las relaciones interpersonales de los sujetos se encuentran definidas por el mundo electrónico. La llegada de Internet incentivó la generación de nuevas conexiones sociales entre usuarios permitiendo al fitness alcanzar una popularidad antes inimaginada. Las redes sociales cambiaron radicalmente nuestra manera de vincularnos, abriendo un nuevo espacio para generar encuentros. Como dice Caldevilla Domínguez, “el fenómeno de las redes sociales ha revolucionado nuestro concepto de relación social clásica y nuestra inversión en tiempo libre” (Caldevilla Domínguez 2010, p.1). Para este autor, la aparición de las redes es un fenómeno tanto tecnológico como social, ya que en muy poco tiempo se instalaron como centro y protagonistas de la sociedad digital. Hoy en día todos tenemos naturalizada la impronta de la inmediatez y la instantaneidad que provee el uso de las mismas. Esta fluidez generó la posibilidad de conectar enormes caudales de personas por afinidades o intereses en cuestión de segundos sin importar los límites geográficos.

En este marco, Instagram se estableció como la red social de la imagen por excelencia y la más adecuada para la expansión de prácticas como la del fitness. La posibilidad de visualización que ofrece hizo que muchas mujeres desconocidas, pero fieles practicantes de este estilo de vida, cobraran protagonismo teniendo cada vez más seguidores. Surgieron así las *fit girls*, mujeres líderes con gran poder de persuasión sobre sus seguidores que realizan publicaciones sobre su experiencia personal (Sánchez Serradilla, 2015).

Al igual que Facebook y Twitter, Instagram se caracteriza por la inmediatez de la interacción. Los sujetos se encuentran en contacto permanente, generando y haciendo circular contenidos nuevos todo el tiempo. Lanzada por primera vez en octubre de 2010, esta red social permite a sus usuarios subir cualquier tipo de foto o video, con la opción de aplicar diversos efectos fotográficos. Se trata de una plataforma en donde los sujetos arman sus perfiles y suben las imágenes y contenidos que desean para ser compartidos. Dependiendo del grado de privacidad que tengan seleccionado, sus publicaciones pueden ser vistas únicamente por sus seguidores o por todos los usuarios de la red. La idea central es que los sujetos puedan ver las cuentas de las personas que conozcan o que sean de su interés, y pongan “like” en las publicaciones que les hayan gustado. Se crean así biografías personales a través de imágenes que atraen o tienen llegada a los usuarios de una manera mucho más impactante.

“Lo que empezó como una nueva herramienta de comunicación social se convirtió poco a poco en un fenómeno mundial. Instagram, comparada con su por aquel entonces hermano mayor Twitter, ahondaba mucho más en las emociones” (Alonso Reig, 2015, p.10)

En los últimos años, Instagram cobró especial importancia dentro de las investigaciones sociales, ya que resulta fundamental para el estudio de la construcción identitaria de los sujetos en la actualidad. Cada vez más, la vida de los individuos se encuentra mediada por las tecnologías digitales, lo que las vuelve una fuente, antes impensada, para la recolección de información acerca de los procesos de subjetividad y sociabilidad de los mismos. Se trata de “una generación que será recordada por la fiebre de congelar el pasado, de salir en la foto, pero sobre todo de compartir en comunidad” (Alonso Reig, 2015, p.16).

Como sostiene Scott Lash estamos ante la presencia de formas tecnológicas de vida, dentro de las cuales nuestra comprensión del mundo se da a través de sistemas tecnológicos. De acuerdo con este autor, los sujetos operan como una interfaz hombre-máquina que navega por las formas tecnológicas de la vida social. Se genera entonces una conjunción de sistemas orgánicos y tecnológicos: “En mi condición de interfaz orgánico-tecnológica, digo: «No puedo funcionar sin mi teléfono móvil inalámbrico. No puedo vivir sin laptop, videocámara digital, fax, automóvil” (Lash, 2005, p.3). De este modo, resulta imposible para nuestra investigación analizar el fenómeno del fitness sin tomar en consideración el impacto de las redes sociales en la subjetivación de quienes forman parte de él. Éstas, además de cumplir un rol fundamental en su constitución como movimiento y su propagación como estilo de vida, son mediadoras en la cotidianidad de los sujetos fitness. Estos últimos se motivan, se exponen y se reinventan a partir de lo que se comparte en las redes. El cuerpo social del mundo fitness, a comparación del cuerpo físico, es aquel que se abre y se extiende. Tal y como sostiene Lash:

En las formas tecnológicas de vida (...) el cuerpo social, se convierten en constelaciones más o menos abiertas. Mi cuerpo sólo puede hacer interfaz con los sistemas tecnológicos si están más o menos abiertos. Los cuerpos sociales sólo pueden hacer interfaz entre sí si tienen cierto grado de apertura. Cuando los cuerpos individuales o sociales se abren, sus órganos a menudo se externalizan a distancia (Lash, 2005, p.3).

Centrándonos en el caso particular de los casos seleccionados para nuestro corpus, la llegada de Instagram les abrió la posibilidad de tener una audiencia mucho mayor. Su público se fue ampliando, su participación creciendo y sus prácticas contagiando hasta formar lo que hoy se autoproclama como *comunidad fit*. Bajo hashtags como #Fit, #Fitness, #Chicafit, #Saludable, #Training, entre otros, esta *fitfamily* crea su propio grupo social en el que comparten su día a día y se motivan unos a otros. Al igual que sostiene Christian Licoppe, este fenómeno es resultado de un cambio en los patrones de construcción de los lazos sociales. Este autor, define las relaciones humanas contemporáneas a partir del concepto de “*presencia conectada*” el cual hace referencia al momento en que un sujeto, ausente físicamente, se hace presente mediante su accionar virtual en el espacio de otra. Dentro de esta urdimbre de relaciones conectadas los límites entre ausencia y presencia se borran. Cada nuevo invento tecnológico de comunicación que se lanza al mercado transforma de manera radical todo este patrón en el cual la sociabilidad impersonal es la regla de juego. Con la llegada de los celulares, la comunicación con otros que no están en el mismo espacio físico se volvió una práctica cotidiana en la que se materializan las presencias en un mismo espacio compartido. Es así como en este caso el fitness se establece como una comunidad de presencia (Licoppe, 2004).

Si bien forman parte de un todo, cada una de las chicas fit que analizamos tienen sus hábitos personales y su forma particular de llevar adelante esta práctica. Cada cuenta realiza posteos en los que comparten recetas, rutinas de ejercicio, las transformaciones de sus cuerpos y otros más generales en los que apelan a motivar a sus seguidores. Nos interesa en este capítulo realizar una introducción de cada una de éstas con el fin de ir analizando la manera en que surgieron, los rasgos que tienen en común y las particularidades de cada historia.

La primera en sumergirse en el mundo fitness fue Agus Dandri. A los 24 años de edad, Agustina se fue a vivir con su novio. Como suele suceder cuando se deja la casa de la familia, las responsabilidades comenzaron a crecer y preparar la comida de todos los días se convirtió en una de ellas. Resolvían la cena con alimentos congelados o delivery. La Coca Cola, la cerveza, las papas fritas, las galletitas, la prepizza y las empanadas eran habituales en su menú semanal. Un día, sin mucha meditación previa, Agustina decidió cambiar sus hábitos. El click fue al verse en las fotos de cumpleaños de su papá y sentirse más grandota que él. Al día siguiente se levantó determinada a bajar esos kilos de más. Sacó turno con una nutricionista y arrancó la dieta. Además, se empezó a interesar por la alimentación saludable

y se interiorizó en la temática investigando. A prueba y error, fue perdiendo peso hasta sacarse 10 kilos y un 15% de grasa de encima. Para este cambio también tuvo que dejar su vida sedentaria que oscilaba entre el sillón de su casa y la redacción de la revista Para Tí, donde trabajaba como periodista full time. Se anotó en un gimnasio, en el que empezó por tomar clases tres veces por semana y terminó entrenando todos los días, rigurosamente. Agustina no tenía intenciones de volverse una referente fit en Instagram, su cuenta @Agusdandri, creada en 2014, era su cuenta personal de siempre en la que, al adoptar su nuevo estilo de vida, comenzó a compartir tips, recetas y su experiencia personal. Esos posteos empezaron a darle más y más seguidores día a día hasta llegar a los 202 mil que tiene hoy. Sin planearlo, se volvió la musa, como la llaman sus followers, de la *fitfamily* en Instagram.

Casi al mismo tiempo, Florencia, quien se convertiría más adelante en su BFF (*best fitness friend*), comenzaba a acercarse al fenómeno fitness. A sus 22 años, se fue de intercambio estudiantil 4 meses a Europa con amigas. Era invierno y el frío y la vida social la fueron llevando a comer cosas más calóricas que de costumbre y a tomar alcohol casi todos los días. Sin privarse de nada, volvió a Buenos Aires con diez kilos de más. Fue entonces cuando decidió cambiar sus hábitos por unos más saludables. Empezó a comer más sano, a preocuparse por la composición de los alimentos que consumía y a hacer ejercicio físico a diario. Motivada a perder esos kilos ganados, creó @thehealthyblogger. Su objetivo en ese entonces era llevar un registro de sus comidas y recetas, así como también seguir a otras cuentas similares a modo de inspiración. Casi sin darse cuenta, la cantidad de seguidores fue aumentando hasta llegar a los 236k que tiene actualmente. Si bien no estudió nutrición, su acercamiento amateur a esta nueva forma de vida hizo que comenzara a informarse y aprender sobre la alimentación saludable y las rutinas de ejercicios más convenientes. Instagram fue la herramienta que le permitió compartir todos los conocimientos adquiridos que la convirtieron en el referente que es hoy para sus miles de seguidores. Sus recetas y sus consejos son esperados con ansias por todos aquellos que siguen sus pasos a diario.

En cuanto a Triana, fue en uno de sus tantos viajes por trabajo a Miami cuando se enamoró de la cultura fitness. Atravesando un momento difícil en su vida y sobrepasada por ciertas situaciones emocionales, lo que ésta chica de 25 años buscaba era reencontrarse con ella misma y comenzar a sentirse mejor anímicamente. Se trataba de un desafío personal, una aventura que la ayudaría a llenar el vacío interno provocado por una etapa de exclusión social y delgadez extrema. Decidida a renovar energías, Triana comenzó a interesarse y a conocer

más sobre la alimentación saludable y el ejercicio físico. Fue así que, al regreso de su viaje, creó @serfitnessoficial. El objetivo principal era poder motivar a otras personas a que se quieran, se cuiden y se animen a tener una mejor calidad de vida.

Hoy en día Triana se levanta a las siete u ocho de la mañana, se prepara el desayuno con paciencia y dedicación y espera 45 minutos o 1 hora para luego ir a entrenar. Come alrededor de cinco veces al día y trata de que todos sus platos sean lo más completos posibles, es decir que contengan carbohidratos, fibra, grasas buenas y proteínas animales o vegetales. Siempre acompaña sus comidas con agua, nunca con gaseosas o jugos. Su trabajo como modelo y actriz, el cual ejerce hace 13 años, le permite tener horarios flexibles y practicar distintos deportes como clases de Boxeo, yoga, baile y rutinas de entrenamiento. Además, cuenta con el tiempo disponible para trabajar con sus redes sociales y dictar talleres u organizar workshops acerca de su nuevo estilo de vida. Instagram, la dio la posibilidad a Triana de compartir su historia y motivar a miles de personas a sumarse al fitness. Actualmente, cuenta con 112 mil seguidores y es considerada como un ejemplo a seguir. Además de ser embajadora de Reebok, utiliza su cuenta para compartir recetas y diferentes tips para llevar adelante una vida saludable.

Si observamos en detalle cada historia, podemos notar que estas tres cuentas presentan numerosas similitudes. Por empezar, resulta interesante cómo, a pesar de ser una práctica unisex, en Argentina las principales referentes del fitness son mujeres. Si bien existen algunos usuarios hombres, la mayor parte de estas gurús son chicas jóvenes que rondan entre los 20 y 40 años. Flacas, con curvas marcadas, imponen moda y tendencia. Se presentan como mujeres independientes, modernas, que no se dejan llevar por los malos comentarios. Las fit girls son el reflejo de un estereotipo de mujer que comenzó a instaurarse en el siglo pasado y que continúa vigente hasta el día de hoy. Tal y como sostiene Sánchez Fernández en su tesis sobre tendencias fitness, la imagen de la mujer fue cambiando con el paso de los años cobrando cada vez mayor protagonismo.

Se empezó a destacar la figura de una mujer adulta, segura de sí misma y a la que le preocupaba su imagen, por lo que compraba productos que le ahorran trabajo y le otorgaban tiempo libre para ella, para que se cuidara (...) Se empieza a imponer entonces, el modelo de mujer joven y delgada que perdura hasta nuestros días (Sánchez Fernández; 2015, p.17/18).

La investigadora Sánchez Serradilla analiza este fenómeno del fitness y la feminidad. Describe este movimiento plagado de voces de mujeres que han inundado la concepción femenina del cuerpo en los últimos años. Así, mediante un canal de comunicación masivo como es Instagram, distintas mujeres pueden acceder a un poder de persuasión sobre muchísimos seguidores. Comparten en su cuenta listas de tips y dan órdenes respecto a comportamientos a seguir a los usuarios. Sánchez Serradilla explica que este tipo de sucesos puede verse en una primera instancia como un empoderamiento de la mujer mediante una práctica que fortalece su autoestima y bienestar. Pero también, por otro lado, este fenómeno tiende a reproducir las construcciones normativas de género y el discurso patriarcal que tiende a homogeneizar los cuerpos y controlar la corporeidad (Sánchez Serradilla, 2016). Si bien para algunos el contenido fitness que estas gurús publican en las redes puede causar un efecto positivo sobre la mayoría de sus seguidores, para otros también puede tener un impacto negativo. La exposición de imágenes de cuerpos idealizados puede causar daño sobre la autoestima y la concepción de la imagen corporal de aquellos que siguen sus pasos. En el próximo capítulo analizaremos en profundidad la relación y el modo que tienen estas cuentas de comunicarse con sus seguidores, así como el contenido de sus publicaciones.

Por otro lado, podemos notar que tanto la creación de los tres perfiles como el adentramiento en el mundo fitness de sus protagonistas surgieron de un modo similar. Hubo algo en sus vidas personales que las desacomodó: un viaje al exterior, una convivencia, un momento de inestabilidad emocional. Estas situaciones repercutieron en sus formas de alimentarse y ejercitarse. Así, sus cuerpos se transformaron a la par de estos cambios, devolviéndoles una imagen que no les gustaba. En el caso de @agusdandri y @thehealthyblogger fue un aumento repentino de peso lo que las desequilibró y en el caso de @serfitnessoficial fue un descenso de su peso normal. Al sentirse desorientadas respecto a qué hacer y sin rumbo, encontraron en el fitness una guía para volver a estar conformes consigo mismas. Siguiendo el ejemplo de gurús internacionales, fueron copiando sus recetas y rutinas, compartiéndolas a su vez en sus perfiles. Motivadas por otras mujeres, se propusieron también ser ejemplos para mejorar ellas mismas y ayudar a otras. De esta forma la comunidad fitness pasó a ser un sostén en sus vidas, un propósito, un lugar de pertenencia. Mejorando su estilo de vida y mostrándolo, ayudan a otras personas, se ven motivadas por ellas y juntas persiguen un cambio en el que enfocan sus energías.

Haciendo hincapié específicamente en sus perfiles de Instagram, notamos que las tres cuentas tienen descripciones muy parecidas entre sí. Todas siguen un mismo modelo de

presentación en el cual vuelcan sus datos personales más relevantes a los ojos del mundo fitness. Como argumentamos anteriormente, pertenecer a esta comunidad impacta en la conformación de las subjetividades de las personas que forman parte de ella. De acuerdo con Ranciere, dentro del proceso de subjetivación, el yo se forma en relación con un otro (Ranciere, 2000). Se trata de un proceso de no identificación. Los sujetos, al diferenciarse del otro, construyen su propia identidad. Estas cuentas fitness se forman distinguiéndose de aquellas que están en contra de este estilo de vida o simplemente no lo comparten, como pueden ser las cuentas de ciertas nutricionistas o de ciertos food lovers que recomiendan lugares para salir a comer. Adquieren características específicas que las hacen identificables y al mismo tiempo diferenciables del resto de las comunidades en Instagram. De esta forma, no resulta sorprendente observar que incluso los datos que estas fit girls ponen para la presentación de sus cuentas sean similares. Como sostiene Iribarren en su artículo acerca de la construcción subjetiva en Internet, completar el perfil en una red social como es Instagram sugiere:

Una manera de construir el retrato del “yo que habla” a partir de la inclusión de imágenes, datos personales y gustos o preferencias: la música que te gusta, los programas de televisión que hayas visto, los libros que has leído, etc. (Iribarren; 2014, p.17).

En la descripción de la cuenta de @agusdandri podemos encontrar que se autopresenta como: autora del libro “Diario de una chica fit”, periodista de la revista Para Ti y fit girl. Además, deja como referencia sus cuentas en otras redes sociales como Facebook y Twitter.



Por otra parte, si nos dirigimos al perfil de @thehealthyblogger podemos observar que ella misma se define en principio como cocinera y propulsora de una vida saludable. Luego, hace alusión a su libro “The Healthy Book” y deja escrita su dirección de mail como forma de contacto.



Finalmente, en el perfil de @serfitnessoficial podemos observar que se presenta como: autora del libro “Ser Fitness”, embajadora Reebok (marca deportiva), técnica en gastronomía, modelo y personal trainer. Para cerrar con la descripción, al igual que @thehealthyblogger, deja su mail para contacto.



Si realizamos una comparación de las tres presentaciones, notamos que todas hacen referencia a su estilo de vida saludable. @agusdandri lo hace de una manera más explícita, considerándose como una fit girl, mientras @thehealthyblogger y @serfitnessoficial utilizan calificativos como healthy life o personal trainer. Además, en las tres cuentas se hace alusión a la profesión que cada una lleva en paralelo a esta práctica deportiva. @agusdandri se define

como periodista de la revista “Para Ti”, mientras que @thehealthyblogger y @serfitnessoficial comparten su afición por la gastronomía. Mientras una se proclama como cocinera, la otra utiliza términos más formales como técnica en gastronomía y modelo.

Por otro lado, notamos que todas son autoras de distintos libros fitness. @agusdandri escribió “Diario de una chica fit”, el cual se centra principalmente en relatar su transición por este nuevo estilo de vida. Similar es el libro de @serfitnessoficial: “Ser Fitness”, en el cual habla de cómo el fitness le sirvió de camino para encontrarse consigo misma y para llevar una vida equilibrada y saludable. El libro de @thehealthyblogger: “The Healthy Book”, en cambio, está mayormente abocado a presentar recetas saludables para todos los días y para todos los gustos.

Finalmente vemos que mientras la cuenta de @agusdandri se presenta como una cuenta personal, la de @thehealthyblogger se califica como blog personal y la de @serfitnessoficial como comunidad. Se deja entrever de este modo, desde qué posición se dirigen estas gurús hacia sus seguidores y qué percepción es la que desean que tengan de ellas. @agusdandri se introduce a sí misma como una chica corriente, que habla desde el lugar de par. No creó ninguna cuenta especial, sino que se comunica con sus seguidores desde su perfil personal. Por su parte, @thehealthyblogger deja en claro que su cuenta se trata específicamente de un blog. Ésta tiene su perfil personal separado de su cuenta fitness. Su blog, si bien contiene su marca personal, se limita a posteos de recetas e intereses fitness como rutinas de ejercicios. Además, a diferencia de los otros dos, su perfil cuenta con la verificación de Instagram, lo que genera confianza y le otorga veracidad a los ojos de otros usuarios. Si nos detenemos en @serfitnessoficial, se puede observar cómo ésta presenta su cuenta desde una mirada más holística. Su intención es que los usuarios se sientan parte de este fenómeno fitness y ayuden a que este estilo de vida se expanda cada día más. La categorización de comunidad invita a que los usuarios comenten y realicen distintas sugerencias.

En este sentido, podemos pensar a las redes sociales como una vidriera constante de estados mentales y deseos en donde las subjetividades e identidades fluyen constantemente. Quienes están en ellas se exponen, creando un perfil en el que muestran ciertos aspectos de su vida para crear una imagen deseada. Las redes interpelan a los sujetos a describirse en pocas palabras, a mostrar su mejor versión y su felicidad. Carolina Di Próspero asegura que, además de gestarse en el seno familiar y en lo que queda de las instituciones, la subjetividad

contemporánea se constituye en los medios. En Internet, los sujetos crean un yo para el público. Es decir, interpretan un rol para la audiencia que se encuentra detrás de la pantalla. El objetivo es poder brindarles el mejor show posible. Se trata de la construcción del propio *frontstage* a partir de la producción y edición de la información y las imágenes personales, tanto para los demás como para uno mismo. En palabras de la autora, una red social “constituye para sus usuarios una oportunidad diaria de renovar el plazo fijo con el éxito individual (...) ante las exigencias de la sociedad contemporánea misma y sus valores y modelos imperantes” (Di Próspero, 2011, p.52). Ese es el caso del fitness, en el cual los sujetos utilizan las redes como vidrieras donde muestran sus triunfos diarios y su compromiso con este estilo de vida saludable. Como observábamos anteriormente, los sujetos fitness eligen qué aspectos de su vida mostrar en las redes. Su perfil se arma de acuerdo a la imagen que desean que sus usuarios perciban de ellos. Así, reafirman estar dentro de los parámetros esperados por la sociedad en cuanto a sus cuerpos e imagen en general. El sujeto fitness se define por lo que expone en las redes. Es como si hubiese un medidor constante de performance en el que si no subimos suficientes posts o no nos mostramos haciendo ejercicio en Instagram no participamos del mundo fit. Cabría preguntarse, ¿hay forma de ser un sujeto fitness fuera del circuito de las redes, en soledad y sin mostrarse?

De acuerdo con Di Próspero, este sujeto que se constituye en las redes es un yo omnipresente. La circularidad propiciada por las redes sociales, en donde el perfil de una cuenta está disponible las 24 horas independientemente de que su dueño se encuentre conectado o no, conlleva a la creación de un yo descentrado que se constituye en el espacio virtual (Di Próspero, 2011). Con las redes sociales, los usuarios pueden dejar sus comentarios a toda hora y desde cualquier lugar sin importar si del otro lado hay alguien *online*. Esta es la caracterización del sujeto fitness. Un sujeto siempre presente, que vive bajo una filosofía 24/7. Las gurús del fitness están constantemente realizando posts y subiendo fotos, desde el momento que se levantan hasta que se van a dormir. Todo lo que hacen o dejan de hacer lo comparten con su *comunidad fit*. Esta última, y aquellos que forman parte de ella, se convierten en amigos cyberneticos omnipresentes en los que confiar o con los cuales es posible contar en todo momento.

El fitness es un estilo de vida que se exhibe de forma constante en las redes sociales. Crary estudia el fenómeno de la temporalidad 24/7 y asegura que “No queda una sola esfera significativa o interludio en la existencia humana que no hayan sido penetrados o tomados como tiempo de trabajo, tiempo de consumo, o tiempo para el marketing.” (Crary, 2015, p.9).

Para este autor, la definición y la elaboración de la identidad personal del sujeto se ha reorganizado para adaptarse al funcionamiento ininterrumpido de los sistemas y las redes de información. Un entorno 24/7 es un modelo de rendimiento maquínico que tiene como costo la suspensión total de la vida de los sujetos. Esto se refleja de forma clara en el funcionamiento del fitness: no hay un segundo en el día de quienes lo practican que quede fuera de este estilo de vida. Desde las decisiones acerca de cómo alimentarse o cuánto ejercitar hasta el bombardeo en redes sociales de información e intercambio con otros usuarios, todo queda pautado dentro del inventario fitness. El tiempo de ocio desaparece como posibilidad. La temporalidad 24/7, dentro de la cual opera la práctica fitness, “está modelada alrededor de los objetivos individuales de competitividad, progreso, adquisición, seguridad personal y confort” (Crary, 2015, p.67).

Para entender mejor esta dependencia de las redes y la retroalimentación que se vive en el mundo fitness en el próximo capítulo analizaremos en profundidad las interacciones entre las cuentas elegidas. Observaremos en detalle sus similitudes y diferencias para entender el patrón que las llevó a ser modelos a seguir para el resto de sus adeptos. Nos enfocaremos principalmente en la relación con sus seguidores, el contenido que comparten y cómo influyen éstas en la construcción de nuevas subjetividades.

7. Al interior de las cuentas

La eclosión de las redes sociales y la posibilidad de comunicación directa que brindan los entornos 2.0, motivaron la aparición de un nuevo perfil de prescriptores a los que los usuarios recurren de forma constante. Se trata de personalidades que, gracias a su continua actividad en la red y experiencia en una temática concreta, se han convertido en líderes de opinión con gran reputación y visibilidad. Son los llamados influenciadores, o en términos de marketing influencers, los cuales se caracterizan por su habilidad para detonar cambios de actitud y comportamiento en aquellos que siguen sus pasos (Brown Sánchez, 2016).

Las gurús fitness forman parte de este grupo de influencers. A través de sus distintas publicaciones, lograron cautivar a miles de seguidores que adoptan sus consejos a diario y los cumplen al pie de la letra. Tal y como las define la revista digital *Fitness Lifestyle by Kei*: “Los influencers en fitness son personalidades de las redes sociales con un gran número de seguidores por su disciplina, entrega, carisma y resultados en el mundo del acondicionamiento físico”. Sus reiterados posteos y sus grandes conocimientos acerca de la alimentación saludable y rutinas de ejercicios fueron dándoles cada vez mayor credibilidad hasta llegar a transformarse en los íconos fitness que son actualmente. De acuerdo con Brown Sánchez, las redes sociales como Instagram permitieron a estas mujeres el poder “abrirse a sus seguidores ofreciendo proximidad y accesibilidad a su día a día en todo momento” (Brown Sánchez, 2016, p.28). Se genera entonces un ambiente íntimo en el cual, a pesar de no haber contacto personal físico, se crea un alto grado de confianza.

Las gurús del fitness, al igual que muchos otros influencers, no se presentan ante sus seguidores como casos ejemplares, sino que construyen sus narrativas del yo a partir de vidas comunes (Iribarren, 2014). Estas mujeres digitalizan su vida diaria mediante fotos, frases o videos propios. Se trata de una puesta en escena en las redes de su cotidianidad, lo que lleva a una disolución entre lo público y lo privado. Las chicas fit se adaptan, cambian y se construyen mediáticamente (Iribarren, 2014). Son consecuencia de este desplazamiento de una subjetividad interiorizada hacia una nueva forma de autoconstrucción. Se trata de un “yo más epidérmico y dúctil, que se exhibe en la superficie de la piel y de las pantallas (...) construcciones de sí orientadas a la mirada ajena o exteriorizadas, no más introspectivas o intimistas” (Sibilia, 2008, p. 28).

7.1 ¿De qué hablan sus posteos?

Resulta fundamental para entender en qué consiste esta subjetividad fitness el analizar las publicaciones que realizan estas gurús a diario, tratando de identificar sus similitudes y diferencias. A medida que nos adentramos en el corpus, podemos notar que los posteos tratan ciertas temáticas recurrentes que podríamos clasificar en tres series:

- Motivación e incentivo
- Cuerpo e imagen
- Alimentación saludable

7.1.a. Motivación e incentivo

En primer lugar, y a simple vista, podemos notar que las tres cuentas se caracterizan por realizar posteos que apelan a motivar a sus seguidores en su día a día. Mediante frases optimistas como “buscá ser tu mejor versión” buscan contagiar a otros usuarios a seguir su camino. Afianzan su estilo de vida y dan lineamientos a todos aquellos que quieran adentrarse en este mundo saludable. De acuerdo con los discursos de estas mujeres, a la mejor versión de uno mismo se llega con disciplina, voluntad y perseverancia. Sin embargo, si nos adentramos un poco más en sus publicaciones podemos notar cómo utilizan distintos métodos para alcanzar este mismo objetivo y llenar a sus seguidores de una dosis de motivación.

Por un lado, apelan al recurso de la experiencia personal. Si bien la mayoría de sus seguidores conocen sus historias y su transición hacia el mundo fitness, el recordarles el camino recorrido funciona como motivador para demostrarles que ellos también pueden lograrlo. Esto mismo se puede observar con claridad en el posteo que realiza @agusdadri el 16 de enero en el que comenta: “Animate a luchar por esa mejor versión de vos mismo!!! Yo voy 2 años y medio de cambio de hábitos, no fue una transformación de un día para el otro. Durante los primeros 3 meses casi no vi cambios pero, apenas empecé a sentir y ver los resultados de tanto esfuerzo, ¡cuidarse se volvió adictivo! (...) Ya sabés lo que tenés que hacer: comer saludable, hacer ejercicio regularmente y descansar bien. Sumate a la movida saludable y sé parte de esta Fit Family hermosa”. En esta ocasión intenta motivar a sus seguidores a unirse a esta práctica fitness con la garantía de que, al igual que ella, van a lograr los resultados deseados. Este tipo de publicaciones inspiracionales son recurrentes en su cuenta. Acompañando sus fotos con hashtags como #motivación #inspiración #fitinspiration

#fitfamily #sise puede entre otros, deja entrever cómo se posiciona como una amiga a la cual recurrir en momentos de desgan. Utiliza los posteos para motivar a otros usuarios a seguir adelante aunque también como motivación personal. Se autocomprende como un sostén para su seguidores y viceversa. Juntos forman la *Fit Family* dispuesta a arrasar con todo lo que se interponga en su camino. Así lo muestra en su posteo del 21 de enero: “Cada día me levanto pensando en ustedes, me motivan a ser una mejor versión de mi misma pero, sobretodo, me motivan a ayudarlos a ustedes para que sean una mejor versión de ustedes mismos!!!!.”

Otro ejemplo donde podemos advertir el uso de este recurso de apelar a las vivencias personales para generar una motivación en el otro es en el posteo que realiza @thehealthyblogger el 24 de abril en el que argumenta: “En mi caso comía mucho industrializado, no tomaba agua, no controlaba mis porciones, tomaba más alcohol que en otros momentos de mi vida y no hacía ejercicio (...) Hoy en día disfruto mucho más de estas comidas que antes que las comía por comer. El estilo de vida saludable es para disfrutar, no es un sacrificio como muchos piensan. Hace más de un año que estoy con esto y no puedo estar más feliz. Hay que probar y probar hasta encontrar lo que a uno más le guste!”. En este caso, podemos observar también cómo se presenta como punto de apoyo para todos aquellos que transitan estos cambios. Los motiva a seguir progresando a pesar de los intentos fallidos y las frustraciones. En la foto se la ve a ella comiendo fruta junto al titular “Mi experiencia. The Healthy Blogger”. Deja en claro su objetivo de influenciar a estas mujeres desde un lugar positivo. Trata de que su propia historia sea el motor que empuje a sus seguidores a iniciarse en este cambio, inspirados por la promesa de conseguir los mismos resultados que ella: un cuerpo fuerte y saludable.

Es interesante analizar a partir de estos ejemplos la forma en la que opera esta subjetividad fitness dentro de la cual el sentido de pertenencia resulta fundamental. Gracias a la instantaneidad que brindan hoy en día las redes, la construcción de los lazos sociales ha ido mutando hasta el punto de generar vínculos amistosos con sujetos mediatizados por la Internet. Como explica Porras Martínez, “más que deteriorarse y desaparecer, la actividad social se ha liberado progresivamente de la necesidad de anclaje físico, poniendo como base la elección por afinidad más allá de la simple contigüidad” (Porras Martínez, 2014;3). Para este autor, si bien las aplicaciones disponibles en Internet permiten la creación de interacciones sociales entre personas con intereses y gustos similares, existe otro elemento fundamental en la construcción de una comunidad cibernética. Se trata del elemento identitario. Éste trasciende los vínculos simples o múltiples que puede establecer un conjunto

de personas o actores cuando se perciben mutuamente dependientes. Porras Martínez define el elemento identitario como “un constructo, movible y múltiple” (Porras Martínez, 2014, p.4), que modifica las condiciones de espacialidad y temporalidad propias de la construcción de comunidades físicas. Este elemento es fundamental dentro de la *Comunidad Fit*. Los usuarios se identifican con estas mujeres que se exhiben de forma continua en la pantalla y buscan unirse al círculo social dentro del que se mueven. Se genera una especie de hermandad, propulsada por el hecho de saber que todos están transitando el mismo camino. Es la empatía con aquel que veo en la pantalla lo que motiva a los seguidores de estas gurús a unirse a una vida saludable. El fitness se presenta como un colectivo que se genera en las redes, del cual todos podemos formar parte y donde la motivación sirve para empujarse unos a otros. Dentro de la comunidad fitness, los sujetos se relacionan para intercambiar información pero también para construir saberes y sentimientos en común.

Sin embargo, hablar de su historia personal no es el único recurso utilizado por estas mujeres para generar motivación. En varios de sus posts se ponen en evidencia los beneficios de volverse un sujeto fitness, apelando a la racionalidad de la decisión. El 1 de febrero @thehealthyblogger postea una foto suya al aire libre en la que se la ve sonriente y con ropa deportiva. Bajo la descripción de “*motivation monday*”, propone tips a sus seguidores para comenzar la semana de una manera distinta haciendo caso omiso a los comentarios negativos y dejándose llevar por las ganas de generar un cambio. Se trata de una lista con diferentes mandamientos entre los que se encuentran: “☐ No te pongas metas imposibles, proponete mejorar las cosas que quizás te molesten de vos/ Objetivos cercanos y fáciles de alcanzar. ☐ Y lo más importante, es encontrar esa versión de uno mismo que nos hace felices y estar bien con nosotros. Bajar esos kilitos que nos hacían sentir inseguras, hacernos un cambio de look, empezar el gimnasio, mimarnos (...) así que no hay excusas que impidan lograr mi meta: SER MI MEJOR VERSIÓN”. En esta ocasión se trata de motivar a sus seguidores a partir de la promesa de alcanzar los objetivos deseados pero dejando en claro cuales son los pasos a paso para poder lograrlo. @thehealthyblogger habla de la pereza y la negatividad como un obstáculo a superar o un rival a combatir. Enseña a sus seguidores a aprender de los errores cometidos y fortalecerse con el aprendizaje obtenido. Remarca, además, la importancia de mantenerse fiel a uno mismo y luchar para alcanzar metas personales. Uno tiene que estar decidido y entender con claridad cuál es el proceso a seguir para volverse un sujeto fitness. Se trata de generar motivación a partir de la relación costo-beneficio. Tal y como especificamos en el primer capítulo de nuestro análisis, el fitness

posiciona como exigencia esencial al sacrificio personal: “sin sacrificio no hay paraíso”. Para este estilo de vida los resultados que logremos dependen de nuestra voluntad y nuestro esfuerzo.

Del mismo modo, el 10 de marzo@serfitnessoficial sube una foto en la que se encuentra con ropa deportiva practicando crossfit junto a la frase “Cree en vos!”. Intenta dar una serie de lineamientos a sus seguidores para que puedan empezar a transitar el cambio. Se trata de una lista de nueve tips entre los que se destacan: “✓ Identifica que quieres modificar en tu vida y en tus hábitos . ✓ Ponete objetivos a corto plazo . Todo esto es progresivo . ✓ Concéntrate en en proceso. No mires más allá porque vas a frustrarte , las cosas no se dan de un día para el otro ✓ No mires a otros ni te compares , sos único y tenés que resaltar lo mejor de vos (...) ✓ Encontrá tu mejor versión. Descubre cuál es tu talento y entrénalo”. Termina la descripción utilizando los hashtags #serfitness #jueves #motivation #siemprefit #lovefitness #lovecrossfit. Se posiciona como una guía en este proceso de transformación. La lista de recomendaciones con la que provee a sus seguidores hace pensar que sólo se necesita fuerza de voluntad para poder seguir al pie de la letra sus consejos y conseguir ese cuerpo delgado tan codiciado.

Desde este enfoque, podemos observar cómo opera esta subjetividad fitness dentro del dispositivo neoliberal, impulsando al sujeto a una hiper-responsabilidad respecto de su propio destino. Éstos tienen a su alcance lo que necesitan para comenzar una vida saludable, todo depende de lo que estén dispuestos a sacrificar. Gracias a los tips saludables y las rutinas de ejercicio que nos acercan estas gurús no hay excusas que impidan volvernos fit girls/boys. Los sujetos tienen en sus manos la decisión de unirse al mundo fitness y ser felices, tienen la decisión de unirse al mundo fitness y obtener el cuerpo deseado, tienen la decisión de unirse al mundo fitness y obtener la mejor versión de uno mismo. Como sostienen Laval y Dardot, se trata de crear una empresa de sí como técnica del desarrollo a lo largo de toda la vida. “Es decir, que cada uno debe aprender a convertirse en un sujeto activo y autónomo en y mediante la acción de que debe llevar a cabo sobre sí mismo” (Laval y Dardot; 2010, p.342). El fitness hace felices a quienes lo practican y estas personas se desempeñan en forma más eficiente y son más optimistas a la hora de enfrentar cualquier desafío que se les pueda plantear.

Este tipo de publicaciones suelen ser recurrentes en sus cuentas de Instagram. Frases como “lo único imposible es aquello que no intentas...” u “hoy empiezo por mí” son

características a la hora de dirigirse a sus seguidores. Otro ejemplo en donde se observa de forma clara la utilización de este recurso es en el posteo del 17 de febrero. En esta ocasión, @serfitnessoficial realiza una publicación de una imagen que contiene una frase en inglés que dice: “Every day is another chance to make your dreams come true”. Ésta es acompañada por una extensa descripción en donde realiza una reflexión y les asegura a sus seguidores que el cambio “Depende de vos y de nadie más. No pongas excusas donde no las hay y no delegues culpas a nadie porque solo vos sos dueño de tu vida y de tus sueños. Comenza hoy si aún no empezaste Todos los días son válidos para decir ‘sí, puedo’ ”. Trata de transmitir siempre la idea de que la decisión está en las manos de cada uno. Todos somos dueños de nuestro destino y si fracasamos no será por cuestiones que nos exceden sino por no haber luchado lo suficiente. Para convertirse en un sujeto fitness uno tiene que desear. El sujeto empresa, o en este caso el sujeto fitness, debe trabajar para mejorar su propia eficacia. El dispositivo neoliberal dentro del cual surge este estilo de vida, actúa bajo la voluntad de realizarse uno mismo. Hace creer a los sujetos en esta necesidad de intensificar su esfuerzo “como si esa conducción viniera de él mismo, como si le fuera ordenada desde el interior por el mandamiento imperioso de su propio deseo, al que le es imposible pensar en resistir” (Laval y Dardot; 2010, p.332). Como sostiene Sibilia, estos cambios no son producto únicamente de Internet y sus mundos virtuales de interacción multimedia sino que estamos transitando un corte histórico, un pasaje “a otro proyecto político, sociocultural y económico (...) En ese movimiento se transforman también los tipos de cuerpo que se producen cotidianamente, así como las formas de ser y estar en el mundo” (Sibilia, 2008, p.19).

7.1.b. Cuerpo e imagen

El cuerpo es un elemento fundamental dentro de los posteos que realizan los referentes del fitness. Si bien muchas veces aparece la palabra directamente plasmada en sus comentarios, muchas otras son las imágenes las que hacen que éste cobre importancia. Hoy por hoy las redes, gracias a su inmediatez, son consideradas como vidrieras de la vida cotidiana de los sujetos. Vivimos en un mundo en el cual la subjetividad se ha convertido en la exteriorización de la interioridad mediante la exposición de imágenes y comentarios que revelan hasta nuestros detalles más íntimos. En el caso de las cuentas fitness, las fotos son un elemento fundamental que acompañan la transición de sus transformaciones hacia una vida saludable. En sus publicaciones de Instagram podemos ver parte de su historia y de sus

cambios a nivel corporal. Tal es el caso de los posts denominados por la propia *Comunidad Fit* como “antes y después”.

El 12 de marzo @agusdandri postea una foto suya del momento antes (en bikini) y después (con ropa deportiva) de introducirse en el mundo fitness. En la descripción de la misma afirma: “Ni en tres meses, ni eliminando alimentos ni con personal trainer... Entre foto y foto pasaron : ✓ 3 años de paciencia , disciplina y voluntad . ✓ aprox 5 días de entrenamiento por semana (principalmente trabajo de fuerza y pesas). ✓ cambio de hábitos alimenticios. ✓ 10 kilos menos (pero lo que es más importante , gané músculo y perdí grasa). ✓ muchas frustraciones, pero MUCHAS más satisfacciones. NO esperes al lunes o a que falten 30 días para el verano, CAMBIÁ HOY MISMO. Yo lo comprobé”. Si bien en este comentario se puede observar nuevamente el recurso de apelar a las experiencias personales y el llamado a las exigencias fundamentales del fitness como son la voluntad y la perseverancia, resultan de mayor relevancia para esta instancia las imágenes que se muestran en el posteo. Como explicamos en el capítulo anterior estas cuentas surgen de un modo similar: a partir de un break down emocional que se traduce en la transformación de sus cuerpos.



Como pudimos ir observando a lo largo de nuestro análisis, dentro de la cultura fitness obtener un cuerpo esculpido es uno de los objetivos primordiales. Parte de lo que implica sentirse bien y ser feliz es alcanzar una figura deseada, que se pueda mostrar con orgullo ante el mundo. El fitness incluso tiene ciertas normas o tips acerca de cómo exhibir

un cuerpo entallado. Se promueven saberes para alcanzar el máximo control expresivo sobre el cuerpo los cuales incluyen:

Incluye todo tu cuerpo en la foto. Mientras mejor podamos verte, mejor podremos ver cuánto has cambiado (...) Utiliza ropa en tus fotos de Antes que puedas usar nuevamente en tus fotos de Después. Utiliza fotos que muestren mucha piel para poder ver cuan dramáticos han sido los cambios. No trates de esconder nada en las fotos de Antes (Kogan, 2005;156/157).

Esta construcción de la corporalidad específica del fitness se puede notar con claridad en el posteo de @agusdandri en el cual podemos observar como esta gurú selecciona imágenes específicas en las que lleva su abdomen al descubierto. Su objetivo es poder causar el mayor impacto posible es sus seguidores, diferenciándose de aquella Agus rellenita y sedentaria. Mientras en la primer foto lleva un traje de baño apretado que marca sus imperfecciones, en la segunda se muestra con la panza chata y los abdominales sobresalientes.

Los cuerpos fitness marcados deben diferenciarse de aquellos con excesos y deformidades. Tal y como sostiene Kogan, la representación del otro en el fitness se da en el cuerpo de los obesos. Los sujetos performativos se constituyen como tales en tanto que no son aquellos cuerpos deformes y atrofiados. Los obesos son “los sujetos del espacio de la inferioridad estructural. Desde el ideal del fitness han sido estereotipados, categorizados, caricaturizados y ridiculizados: aparecen como sujetos infantilizados, asexuados y sin esperanza, debido a su incapacidad de performar entusiasta y sostenidamente” (Kogan, 2005, p.162). En el posteo de @agusdandri podemos notar cómo, si bien se trata de la misma persona, la imagen izquierda (el “antes”) representa, para ella misma y para sus seguidores, este cuerpo “obeso” que era necesario transformar. Podemos notar en los hashtags que utiliza al final de su descripción como son: “#antesydespues #chicafit #nopainogain #bodytransformation #bodybuilding #dieta #bajardepeso #weightloss” esta necesidad de las chicas fit de adaptarse a la versión hegemónica del cuerpo femenino donde prevalece la estética de lo trabajado y donde el cuerpo debe ser delgado y armónico. Incluso el lugar en el que fue tomada la foto indica esta diferencia entre el sujeto fitness performativo y el otro. Mientras en la foto de la izquierda se la puede observar a @agusdandri en la playa, la foto actual se sitúa en el gimnasio. Hay un desplazamiento de un lugar vacacional y de ocio hacia un espacio para el movimiento que condensa actividades centradas en la corporalidad.

Otro ejemplo en el que podemos notar esta transformación del cuerpo de la que parten los sujetos fitness es el posteo que realiza @thehealthyblogger el 21 de marzo en su cuenta de Instagram. En esta ocasión, publica también una foto suya del momento antes en Londres y después de introducirse en el mundo fitness. En la descripción de la misma explica: “En el 2014 me fui de intercambio a Londres por la facultad. En el transcurso de los cuatro meses, mis hábitos se volvieron poco saludables, (...) Hoy después de un poco más de un año baje 8 kilos, empecé el gimnasio (voy 3 o 4 veces a la semana) y opte por una vida saludable en la cual en la mayoría de las veces opto por comidas lo más natural posible: pescado, pollo, carne, verduras, frutas, cereales, etc”.



En su posteo se puede notar a la izquierda una imagen de ella con ropa abrigada cubriendo el cuerpo hasta el cuello con la palabra “ANTES” y a la derecha una imagen de ella en ropa deportiva junto a la palabra “DESPUÉS”. Este tipo de publicaciones propias de las chicas fit responden a una concepción contemporánea del cuerpo en donde éste deja de representar un error incorregible para comenzar a visualizarse como una vía de rescate. Cómo sostiene Le Breton, en la sociedad moderna el valor del cuerpo se invierte, dejando de ser el signo de la caída para transformarse en una tabla de salvación. Comienza a situarse ya no como una carga sino como un socio al que hay que cuidar y mediante el cual nos juzgan. Se genera un paso del cuerpo objeto al cuerpo sujeto. El cuerpo se convierte en un alter ego (Le Breton, 2002). Este es el caso de las cuentas fitness, en las cuales éste adquiere un papel fundamental en la conformación y transformación de las mismas en tanto que sujetos. Para el estilo de vida fitness uno es feliz cuando se siente a gusto con su figura. Se le pide al cuerpo

que modifique el carácter del sujeto y que suprima sus malestares. Se trata de cambiar el cuerpo para cambiar la vida.

En este sentido, resulta habitual encontrar también imágenes e incluso vídeos donde estas gurús enseñan a sus seguidores cómo realizar rutinas específicas de trabajo de fuerza. Además de generar motivación y sugerir tips para bajar de peso, las fit girls suelen realizar publicaciones con distintos ejercicios para ayudar a sus seguidores a moldear su cuerpo a gusto. El 18 de febrero @serfitnessoficial realiza un posteo en el que publica un video suyo entrenando y comenta: “UN POQUITO MÁS DE PILAS QUE LO QUE DEMORAS EN HACER ESTE WOD ES UN MINIMO PORCENTAJE DE TU DÍA!! □□□□ ACTÍVATE!!! #serfitness #serfitnessswods #sinexcusas #biggcrossfit (...) El Home WOD de hoy son: 10 Rounds x tiempo de: 10 segundos de repiqueteo en el lugar, 5 sentadillas y 5 sprawls (igual a los burpees que hicimos la semana pasada pero sin saltar y aplaudir) #bemorehuman #crossfit #motivation #fitness #reebok”. Hace hincapié en la importancia de realizar ejercicio físico para iniciarse en este estilo de vida saludable. Lo introduce como un modo ideal para perder peso pero también de sentirse bien con uno mismo, liberando energías y comenzando de una manera activa el día.



En este caso particular, @serfitnessoficial comparte su propia rutina de ejercicios. En el video se puede observar también su abdomen al descubierto y sus músculos marcados por la entallada ropa deportiva que lleva puesta. Deja ver su cuerpo ejercitando, en movimiento

constante. El fitness trata al cuerpo como un socio reticente al cual es necesario domesticar para convertirlo en un compañero de ruta agradable. Es necesario mimarlo y cuidarlo, como si fuese un socio al que hay que seducir, como si fuese un motor al que hay que mantener en condiciones para que rinda al máximo (Le Breton, 2002). De esta forma, el entrenamiento fitness es siempre intenso, se debe “trabajar como una bestia”, y el tiempo dedicado a ello es corto. Además, el tiempo de entrenamiento recomendado es de cinco días a la semana como máximo, con el objetivo de dar descanso al cuerpo y posibilidad de regeneración a los músculos (Sánchez Serradilla, 2015). Como argumenta Le Breton cuanto más se preocupa el sujeto por él mismo, más importancia toma el cuerpo al punto que se lo sitúa en una posición dual. Podemos dar cuenta con estos ejemplos, de la concepción fitness del cuerpo en la cual éste toma el lugar de “persona completa al mismo tiempo que espejo (no espejo del otro en el campo del símbolo, sino espejo del ser que remite a sí mismo), valor. El individuo se vuelve su propia copia, su eterno simulacro” (Le Breton, 2002, p.157).

Esta preocupación por el cuerpo se vio intensificada con la llegada de las redes sociales como Instagram. Las chicas fit no sólo se interesan por la imagen que proyectan presencialmente, sino mucho más por aquella que se hace visible en las fotos que comparten en la Internet. Como argumentamos con anterioridad, el surgimiento de las redes informáticas ha facilitado, entre otras cosas, la digitalización de la vida diaria de los sujetos. En el caso de las chicas fitness, las imágenes que ellas mismas suben a sus cuentas funcionan como espejos y al mismo tiempo como vidrieras virtuales en las que se observan y se dejan observar por sus seguidores.

Por un lado, podríamos pensar en las fotografías que suben a la red como una ayuda para visualizar el paso del tiempo desde que empezaron con estos hábitos saludables hasta la actualidad. Una fuente de motivación y un acto de orgullo por el camino recorrido hasta el momento. Sin embargo, no podemos olvidar que vivimos en una sociedad espectacularista. Los sujetos en las redes se esfuerzan por mostrar aquellos aspectos de su persona que creen son más agradables hacia la mirada del otro. Se trata de utilizar las imágenes para corregir los defectos del cuerpo y las irregularidades del mundo real, convirtiendo a la realidad en un show constante. Tal y como sostiene Iribarren, si nos centramos en la actividad de este yo que se exhibe y se muestra a la vez que observa a los demás, lo que parece estar puesto en foco hoy es el cronotipo narcisista que se fortalece con la llegada de las nuevas tecnologías. Éste último se muestra siempre atento a la mirada del otro esperando recibir de él una condición de reciprocidad. En palabras de la autora:

La mirada narcisista se despliega en un marco de búsqueda de aceptación de los demás, pendiente de los “me gusta”, del rechazo, de los bloqueos o de que los comentarios sean eliminados. Las pantallas son espejos en los que el sujeto se construye una identidad al diferenciarse y también al identificarse con otro, para que el otro le devuelva una imagen de sí mismo (Iribarren, 2014. p.6).

Al igual que los espejos en el gimnasio, las pantallas digitales cumplen la función de exacerbar el ego. Pendientes de los “me gusta” y la cantidad de visualizaciones, las redes sociales les dan la posibilidad a los sujetos fitness de crear versiones ideales de sí mismos, carentes de defectos y repletas de virtudes.

7.1. c. Alimentación saludable

Dentro del inventario de posteos fitness que realizan estas gurús, aquellos acerca de la alimentación saludable son fundamentales. De acuerdo con las palabras de esta referentes, una buena alimentación es el 80% de la clave para bajar de peso. Si bien realizar ejercicio físico periódicamente es muy importante, si uno no prioriza la calidad de los alimentos y no respeta las porciones recomendadas nunca podrá obtener el cuerpo deseado. Podemos reconocer dentro de este universo de publicaciones tres sub-categorías distintas.

En primer lugar, encontramos los posteos que contienen información nutricional. Estas cuentas se caracterizan por compartir con sus seguidores ciertos tips nutricionales para elegir alimentos naturales y evitar aquellos que están prohibidos dentro del mundo fitness. Su meta es ayudar a sus seguidores a inclinarse por la opción más saludable. Además, recomiendan en qué cantidades se deben consumir cada uno de ellos. El 28 de abril @thehealthyblogger realiza una publicación en la que comenta: “Comer sano y saber qué comer no es de un día para el otro, yo no me desperté una mañana teniendo un libro de nutrición dentro de mí. Un tip que a mí me super sirvió es saber qué comer y cómo combinar las comidas. Se los quiero compartir: un ALMUERZO ideal debe ser como el de la foto 1/2 plato de vegetales (preferiblemente hojas crudas, sacian y tienen baja carga calórica) + 1/4 carbohidratos (te dan energía) + 1/4 plato de proteína (van a controlar tu hambre durante todo el día). En el caso del almuerzo yo condimento la ensalada con aceto y limón, considero que ya tenemos una fuente de energía (carbohidratos) y por ello no necesito agregar oliva o palta (grasas buenas)”. Se puede notar como realiza una división cuasi matemática de los que se debe ingerir durante el día. La incorporación de verduras en una dieta diaria es esencial, ya que otorgan saciedad y son bajas en grasas y calorías. Este comentario está acompañado por

su descripción gráfica. En la imagen se muestra un plato dividido que contiene una ensalada, una pechuga de pollo y arroz blanco.



La comida es uno de los elementos principales que caen dentro del normativismo exacerbado del fitness. Al igual que en el Panóptico de Benthan que describe Foucault, los sujetos fitness automatizan una auto-vigilancia impuesta a partir de las reglas alimenticias recomendadas y divulgadas por estas cuentas. El éxito de las normativas fitness radica en inducir en sus adeptos “un estado consciente y permanente de visibilidad que garantiza el funcionamiento automático del poder” (Foucault, 2002, p185). Con la llegada de las redes sociales, la posibilidad de un otro que me examina y observa mis movimientos se volvió más una realidad que una posibilidad. De esta forma, al igual que los detenidos en el panóptico, el sujeto fitness se sabe vigilado, insertándose en una situación de poder de la que él mismo es portador. El poder que el fitness adquiere con el advenimiento de las redes como Instagram es uno que se caracteriza por ser visible e inverificable (Foucault, 2000). El sujeto sabe que es observado por un otro pero no tiene idea en qué momento. Debe acatarse a los mandamientos fit de forma permanente ante la posibilidad de estar siendo evaluado. Mediante su exposición en las pantallas digitales, los sujetos fitness se autovigilan constantemente para no abandonar la vida saludable, convencidos de que el cambio no tiene como objetivo agradar a otros sino ayudarse a ellos mismos a estar mejor. Se trata de buscar el camino para sentirse bien y ser feliz.

Otro ejemplo en el que podemos notar este normativismo característico de la alimentación fitnesses en la publicación que realiza @agusdandri el 13 de abril en su cuenta de Instagram. En esta ocasión publica una imagen en la que se puede observar un listado de alimentos agrupados en diferentes categorías. En la descripción de la foto propone ciertos tips fitness para no tentarse a la hora de realizar las compras en el supermercado e inclinarse por opciones más saludables: “Lo primero que tenés que hacer cuando querés bajar de peso es ir al supermercado a equiparte con los alimentos que vas a necesitar para llevar tu nueva dieta saludable. Con la heladera llena de chatarra o vacía es muy muy difícil hacer buenas elecciones (...) TIPS PARA UNA COMPRA FIT INTELIGENTE Escribir en un papel todo lo que vas a necesitar: proteínas magras , carbohidratos complejos , grasas saludable y muchas fibras . NO vayas al súper con hambre , ¡te vas a tentar con cualquier cosa! NO te dejes llevar con las ofertas de productos innecesarios o que no son saludables. Tratá de comprar la mayor cantidad de alimentos NATURALES y andá reduciendo los industrializados . Siempre es mejor lo que sale de la tierra que lo sale de un paquete. Compará tablas nutricionales. A veces las segundas marcas o alguna que no es tan famosa tiene mejores nutrientes?”.



A diferencia de sus otras publicaciones en las que motiva a sus seguidores de forma positiva, se puede observar en estos comentarios las negativas propias del fitness. Se imponen reglas a partir de la prohibición. Las normas fitness tratan más de lo que no se puede hacer que de lo que está permitido. Tratan de alejar a sus seguidores de la tentación, obligándolos a

del cheat meal”. En la descripción comenta: “Si ya hiciste tu comida trampa o pensás hacerla pronto, te doy mis tips para que pongas en práctica al día siguiente: □ Aprovechá la carga de glucógeno que te metiste y hacé ejercicio! Vas a tener energía de sobra! □ Tomá mucha agua! Probablemente estés reteniendo líquido ya que las comidas pecaminosas están llenas de grasa y sodio. □ No pienses "ya cagué la dieta, ya fue todo!!" y sigas comiendo mal. Volvé a tus hábitos saludables con normalidad (...) □ Al día siguiente, si el cheat meal fue muy pesado, reducí los carbohidratos y grasas (sin eliminarlos). Apoyate en los vegetales, frutas y proteínas magras”

Resulta interesante pensar en las estructuras sociales que se ponen en juego a la hora de comer. Tal y como sostienen Pascual y Nogueira, existe en nuestros días una identidad alimentaria que se asocia a la obtención del ideal del cuerpo bello (Pascual y Nogueira, 2009). Comer saludable es sinónimo de ser una persona fit y ser una persona fit es sinónimo de un cuerpo fuerte y esculpido. Los sujetos reproducen diariamente esta identidad alimentaria en mayor o menor medida para no quedar por fuera de su grupo de pertenencia. Existe una estructura social que legitima quién puede comer qué cosa dentro de la cual nos movemos de forma permanente. Incluso cuando creemos haber escapado de ésta y nos saltamos las reglas estamos actuando dentro de sus márgenes. El cheat meal, por ejemplo, está por fuera de la norma, pero habilitado por la misma. Los sujetos nos alimentamos de representaciones que nos hacen creer que podemos proceder según nuestras preferencias, de forma libre, aunque realmente seguimos actuando de acuerdo a los límites impuestos por nuestro grupo social. “Hasta lo que creemos que son transgresiones a las normas no son más que “transgresiones permitidas” (vaya paradoja) que nos hacen creer que escapamos por un instante de la presión social, cuando en realidad ni comenzamos a hacerlo” (Pascual y Nogueira, 2009, p53).

Finalmente, y llegando a la última de nuestras sub-categorías, las cuentas fitness se caracterizan por compartir con sus seguidores una gran cantidad de recetas fit para transformar las comidas de todos los días en platos healthy. Se interesan por mostrar lo que consumen en el día y una variedad de diferentes productos recomendables para aquellos que quieren comenzar a cuidarse y estar más sanos. El 24 de marzo, por ejemplo, @thehealthyblogger realiza una publicación en la que explica paso a paso cómo poder realizar una “rosca de pascuas fit&healthy”. Un mes después, el 25 de abril, postea los pasos e ingredientes a seguir para poder realizar su versión de “healthy guacamole”.

Una de las recetas infaltables en los perfiles de estas mujeres es la de los clásicos pancakes de avena en sus diferentes versiones. En una publicación del 1 de marzo @thehealthyblogger postea una imagen de pancakes de canela con frutillas en la que comenta: “Tengo una PANCAKE ADDICTION ☐☐♥☐ tremenda #sorrynotsorry. A veces dejo de recomendar este desayuno pero por su bien!!! Por qué son tan ricos que van a querer desayunarlos todos los días”. En esta publicación comparte la receta para poder realizarlos y una variedad de alimentos con los cuales acompañalos o usarlos de toppings. Son un clásico que nunca falla. Con el mismo objetivo de promocionar este producto estrella @serfitnessoficial realiza una publicación el 30 de marzo en la que comenta: “Creo que las panquecas de avena no se comparan con nada ! Amo la avena ♥☐ es uno de los carbohidratos complejos más beneficiosos y completos que hay! Y lo peor es que la mayoría de la gente la subestima”. En la imagen se pueden notar los panqueques recién salteados acompañados con rodajas de banana, castañas de cajú, coco y pasas de uvas.

Esta gurú, al igual que sus compañeras, suele publicar fotos y recetas de lo que ella misma consume apuntando a inspirar a todos aquellos que la siguen a comer de una forma variada y saludable. El 19 de abril, por ejemplo, postea una imagen de unos creppes la cual acompaña con la descripción: “Martes ♥☐ Otro día para quedarse en casa ☐. Y yo de casting en casting... Mochila cargada, bolso, Espalda lista, paraguas y allá voy!!! Mi desayuno: CREPPES DE HARINA DE ARROZ ☐4 claras ☐2 cucharadas de harina de arroz integral ☐pedacito de banana ☐canela☐1 cucharadita de Chia ☐stevia ☐vainilla ☐chorrito de leche descremada o de almendras o agua .Licúa , cocina y adentro!! ”. Comparte la receta de su desayuno y trata de mostrar a los usuarios que están del otro lado de la pantalla cómo no hay que poner excusas para seguir adelante. Intenta crear una identificación con sus seguidores y hacerles ver que la alimentación healthy no tiene por qué ser aburrida o repetitiva, un mismo alimento puede prepararse o consumirse de formas muy distintas. De esta forma, ya sea compartiendo recetas, healthy tips o consejos nutricionales, el mensaje detrás es siempre el del esfuerzo y la perseverancia.

7.2. ¿Qué tono utilizan?

Como explica Iribarren, las redes sociales producen nuevas discursividades en las que conviven la presencia de la dimensión corporal, las narrativas del yo y los fenómenos de retoma interdiscursiva. Todo esto complejizado por la velocidad del proceso de circulación (Iribarren, 2014). Una forma de analizar estas discursividades es reparando el tono en que se

dirigen las referentes fitness a sus seguidores. En el caso de nuestro corpus, las tres cuentas utilizan un tono imperativo mediante el que interpelan a los usuarios a actuar y cambiar sus vidas siguiendo los lineamientos y pautas que ellas brindan. Situadas en el rol de entrenadoras, lideran a su equipo para alcanzar su rendimiento máximo. Ellas son las responsables de que la *fit family* siga de pie y creciendo cada día más.

Esto se puede observar en la publicación que realiza @thehealthyblogger el 16 de mayo en la que postea una imagen donde aparece escrita la frase: “No esperes a que llegue tu oportunidad. Levántate y trabaja por ella!”. Podemos notar cómo se dirige a sus seguidores de un modo directo, sin rodeos, impulsándonos a cambiar tanto a nivel espiritual como corporal. Es la voz de la experiencia, que ya pasó por los mismos obstáculos y desafíos para bajar de peso. Posee un estilo positivo de motivación constante. Incluso con los mensajes más imperantes y de contenido más pesimista, siempre aprovecha lo malo para convertirlo en una forma de aprendizaje, en algo positivo de lo que sacar provecho y mejorar en el futuro (Sánchez Serradilla, 2015).

De una manera aún más entusiasta, @agusdandri se dirige a sus seguidores también de forma imperativa. Mediante sus posts con tips fitness, da órdenes de forma clara y directa a los usuarios. Para Dandri no hay excusas y siempre se puede llegar más lejos. Verbos como tomá, hacé, ocupá son comunes dentro de sus publicaciones. El 20 de marzo realiza un posteo en el que da una serie de recomendaciones a seguir para combatir la ansiedad. Si bien se presentan como sugerencias, el modo imperativo que utiliza las posiciona como órdenes que se deben obedecer de manera estricta. Junto a una imagen suya escribe: “Mascá chicle sin azúcar y/o tomá un vaso de gaseosa light fría, distraé el falso apetito ☐ (...) Hacé ejercicio regularmente, liberá endorfinas y bajá la ansiedad. Hacé un collage con tu "antes y después" o buscá fotos de cómo te gustaría verte. La motivación se fomenta como una fogata. ¡Hacéla crecer! ☐☐ ¿Tenés algún tip para agregar? La lista es interminable, en la #FitFamily estamos para ayudarnos. No están solos mis monstritos fit”. Trata de transmitir con sus palabras energía y vivacidad pero sin correrse de su lugar de guía. @agusdandri conoce a la perfección las reglas de todo lo que se requiere para ser una persona fitness: alimentación, ejercicio, bienestar, etc. El modo en el que les habla a sus seguidores es avasallante y los impulsa a actuar sin pensarlo dos veces.

Por su parte, @serfitnessoficial se dirige hacia sus seguidores de una forma más relajada, aunque siempre conservando el modo imperativo característico del fitness. Como

expeníamos anteriormente, y al igual que sus colegas referentes, sus publicaciones suelen narrar experiencias propias apelando a las emociones de sus seguidores y empujandolos a lograr sus objetivos. Utiliza palabras de aliento, calidez y afecto. El 7 de marzo publica en su cuenta una imagen en la que se muestra sonriendo con los brazos en alto y la frase “tu mente y tu cuerpo son uno”. En la descripción comenta: “Todo lo que quieras hacer depende de vos, ponete objetivos a corto plazo, no seas ansioso, concéntrate en el proceso. No va a ser fácil, pero si luchás contra tus rivales vas a lograrlo, todo está en tu mente y en tus ganas (...) Se fuerte! Encontrá tu mejor versión y cree en vos”. Se puede ver su estilo de hablar desde los sentimientos, incitando a generar cambios desde la calma y el interior de cada uno. Sus palabras, al mismo tiempo que incentivan, apuntan a contener y a resaltar las particularidades de cada uno como herramienta fundamental para el proceso. En este sentido, el 19 de mayo realiza un posteo en el que escribe: “No mires con los ojos de otra persona, mira con los tuyos (...) que lo físico no esté delante de todo (...) Evalúa tus logros. Prémiate. Está orgulloso de vos (...) Compíte contigo y desafiate para lograr ese equilibrio que tanto cuesta”. Su tono busca generar en aquellos que leen una introspección personal, más allá de lo físico. Parecería, por el modo en que se dirige a sus seguidores en la mayoría de los posts, que su nivel de exigencia es menor y su ritmo más relajado.

Esta forma de dirigirse a sus seguidores con un tono imperativo adquiere más fuerza e impacto con las imágenes que acompañan los posts. Las chicas fitness eligen con detenimiento aquellas fotos que suben a la red. Iribarren analiza cómo la imagen fotográfica otorga un plus de autenticidad al discurso, revalidando lo que se dice: “la imagen fotográfica es siempre recibida como la señal de un acontecimiento real” (Schaeffer citada en Iribarren, 2014, p.10)

El 23 de marzo @agusdandri publica una foto en su cuenta en la que se pueden observar escritos ciertos tips para perder grasa. Cada uno de éstos está acompañado por una ilustración en reemplazo de los check ticks. En la descripción de la imagen @agusdandri comenta: “andá haciendo pequeños cambios cada día, comé lo más saludable posible y hacé ejercicio! □□□□□□ #fitness #fit #fitfam #fitfamily #fitgirl #chicafit #perderpeso #weightloss #dieta#ejercicio #gym #tipsfit”. En este caso, la imagen refuerza los consejos o reglas que estas gurús del fitness comunican de forma constante.



Otro ejemplo de lo establecido es el posteo que realiza @thehealthyblogger el 28 de marzo bajo el titular: “Busca ser... TU MEJOR VERSIÓN!”. Éste viene acompañado de un collage de imágenes del proceso que ella misma atravesó para llegar a su mejor versión. Las diferentes fotografías muestran principalmente las transiciones de su cuerpo a través del tiempo. Son ejemplos visuales de los cambios que éstas comentan todos los días. Tal y como sostiene Iribarren, las imágenes “pueden servir de identificación o mostración del propio yo como pueden ser imágenes que testimonian un aspecto de la vida de la persona y que conecta la vida del sujeto con el hecho mostrado” (Iribarren, 2014, p.5)



Podemos afirmar, salvando las diferencias de estilos, que las tres cuentas utilizan un tono imperativo mediante el que interpelan a los usuarios a unirse al mundo fitness y transformar sus cuerpos a través de los lineamientos y pautas que ellas comparten. Este tono tiene un efecto particular en el modo en que los lectores reciben sus mensajes y en la forma en que les responden. Debido a la sensación de cercanía que ofrece Instagram, las

publicaciones muchas veces son tomadas de forma personal por sus seguidores, quienes encuentran en los comentarios el medio ideal para manifestarse.

7.3. ¿Y los comentarios?

Retomando las palabras de Iribarren, “el uso de las redes sociales como medio para difundir estados de ánimo, momentos de la vida cotidiana, escenas, rituales o retratos, supone la existencia de un lector que quiere saber y que puede participar a través de sus propios comentarios” (Iribarren, 2014, p9). En estas cuentas, los seguidores cumplen un papel fundamental. Son ellos quienes hacen posible que las gurús del fitness cobren visibilidad y adquieran el nivel de influencia que tienen actualmente. Aquellos que están del otro lado de la pantalla tienen un rol activo, interactuando constantemente y expresándose a través de los comentarios. “No se trataría de un destinatario “pasivo” sino que supone un destinatario que interactúa, produce y responde a través de intervenciones que a su vez serán reproducidas, comentadas y leídas por otros, en un proceso virtualmente ilimitado” (Iribarren, 2014, p15). La mayoría de los mensajes que las cuentas fitness reciben a diario son de cariño y de reconocimiento a la inspiración que generan en la vida de sus seguidores.

En un posteo realizado el 1 de febrero, @thehealthyblogger recibe un comentario que dice: “Flor, fui una de tus primeras seguidoras en ig y nada más te escribí para darte las gracias. Gracias porque me ayudaste no sólo a cambiar mi estilo de vida sino el de mi hermana (que es la persona que más amo) y el de mi familia. Gracias a tus recetas y por tu buena onda mi hermana se copo con el mundo fit y pudo bajar los kilitos de más que tenía y que el vestido de 15 le quede hermoso!!☐ Seguí haciendo lo que haces porque lograste cambiar muchas vidas, sos una bendición. Te deseo todo lo mejor y nuevamente gracias!!!☐☐☐☐”. En este comentario se puede ver el afecto que le tienen y el impacto que produce en la vida cotidiana de sus seguidores. La admiran e incluso veneran por las transformaciones que causan sus posteos. De acuerdo con los testimonios, éstos generan un cambio de 360° en todos los aspectos de la vida, no sólo a nivel físico sino también interno y actitudinal. Las personas suelen expresar que se sienten más felices y más a gusto consigo mismas gracias a su ayuda. Esto puede verse nuevamente en un comentario que recibe en un posteo del 1 de marzo: “GRACIAS por ayudarme a salir adelante (...) hace un mes que empecé a hacer ejercicio, cambié totalmente mi alimentación, y me siento feliz, llena de energía (...) me tomó meses tomar la decisión pero la tomé y hace un mes que soy más feliz,

porque soy una mamá sana para mi hija y llena de energía. GRACIAS POR AYUDARME A SABER QUE SE PUEDE SALIR”.

Analizando de forma simultánea los comentarios recibidos por @agusdandri, notamos que muchos de sus seguidores podrían considerarse fanáticos de sus posteos. Levantarse a primera hora del día y chequear las publicaciones que ésta realiza forma parte de su rutina habitual. Tal como comenta una de sus seguidoras en un posteo del 17 de mayo “Te idolatro a vos y tu grupo de chicas FIT! Las re sigo! Lo primero que hago al abrir el instagram es ver sus publicaciones! El año pasado viajé 500 kms para ir a verlas en un evento que hicieron en Crossfit de Palermo! Hasta me compré tu libro, ☐ quiero conocerlas y hacer merienda FIT con uds! Ojalá que sí! Te mando un abrazo de oso y vamos por más! ☐☐☐”. La mayoría de sus seguidores busca ser parte de la comunidad fitness, queriendo compartir salidas y “*planazos*”, como los llama @agusdandri, que incluyen rutina de ejercicios con amigas y almuerzos fit. Esto puede verse en la publicación del 15 de mayo, en la cual @agusadandri postea una imagen en la que se la ve con otras referentes del fitness, entre ellas @thehealthyblogger, compartiendo un snack saludable. En la descripción de la foto escribe: “Gran domingo con amigas fit a puro kickboxing (...)”. Sobre este tipo de publicaciones recibe comentarios como “Que linda la banda” e “Inviten quiero formar parte de ese equipo!”. Existe un anhelo de pertenencia muy grande por parte de sus seguidores quienes son capaces de viajar miles de kilómetros para poder asistir a sus charlas y encuentros fitness. Los sistemas tecnológicos actuales dentro de los cuales obramos y nos constituimos como sujetos, otorgan la posibilidad de crear lazos afectivos cibernéticos que dan la sensación de ser reales pero que verdaderamente sólo se pueden sostener mediante la interfaz de las redes sociales.

A partir de sus posteos, las gurús del fitness generan contagio. Y los usuarios buscan entusiasmarse con las rutinas de ejercicios y las recetas que éstas comparten para poder iniciar sus propios cambios. Son referentes innegables a las que muchos usuarios veneran. El cariño y la admiración se hacen sentir en todo momento. Los usuarios se identifican con sus historias y las sitúan como casos de éxito a los que hay que imitar. Su criterio se centra en: “si ellas pudieron, yo puedo”. Podemos tomar como otro ejemplo de lo expuesto al posteo que realiza @serfitnessoficial el 17 de enero en su cuenta. En esta ocasión publica una imagen suya con un texto sobrepuesto que dice “Cuestiones”. Este posteo es el tercero de una secuencia en la cual realiza un descargo acerca de los prejuicios o señalamientos que suele sufrir a diario por pertenecer a la comunidad fitness. Sus seguidores le responden con

comentarios de aliento y adoración: “Sos hermosa y mi mayor ejemplo a seguir. Gracias por cada consejo, por contestar, por tu tiempo y dedicación. Ojala pueda lograr lo que quiero!!!” o “AMO tu cuenta!!!! Todos los días me inspira y motiva a no bajar los brazos!! Gracias por compartir con nosotros!!□□”. Otro tipo de comentarios recibidos son aquellos que expresan la identificación causada con lo que publica: “La historia de mi vida □□cada vez que quiero comer sano y hacer ejercicio, lo primero que piensan es que quiero adelgazar más □” o “Es horrible estar sana y querer subir de peso SANAMENTE y que la gente diga que puedes comer lo que sea, total estás “flaca” pero no por eso voy a descuidar mi alimentación. Hemos [sic] flacas sanas :)”.

Comentarios como este último se generan a raíz de los mensajes negativos que surgen también en estas publicaciones. Si bien la inmensa mayoría de los comentarios que reciben son de amistad y apoyo, en algunos posteos se generan opiniones adversas respecto al fitness. Otro gran caudal de mensajes que reciben se manifiestan en contra de todo lo que estas cuentas promueven. Los “*haters*”, como ellas los titulan, son la cara opuesta al estilo de vida saludable. Manifiestan su desacuerdo siempre que pueden, ya sea por comentarios en las publicaciones o de forma silenciosa por mensajes directos a las cuentas. No se sienten identificados ni motivados por sus posteos y hasta las llegan a considerar estúpidas o perjudiciales para la salud ya que provienen de personas no especializadas en el tema. Esto último puede verse con claridad en el posteo del 23 de marzo en el que @agusdandri publica una imagen que contiene una lista de tips para perder grasa. En esta ocasión, la mayoría de los comentarios que recibe son negativos ya que los lectores creen que lleva la restricción a un extremo. Una seguidora le comenta: “Esta foto es totalmente errónea, no se debe dejar de consumir ni azúcar ni harinas, no se puede postear estas cosas con tanta naturalidad!, el exceso de proteínas también es malo!!, hay que tener muchísimo cuidado con estos mensajes tenés muchos seguidores y lo esto [sic]que publicaste no está bien!, no se jode con la salud”. Otro usuario deja un mensaje asegurando: “no, no y no. Post desacertado. Mala información... que pena leer algo así: especialmente la mala influencia que ejerce en adolescentes que luego caen en trastornos. No hace falta restringir nada, solo equilibrar y disfrutar la vida”. Los haters tildan de obsesivas a estas mujeres y aseguran que sus cuentas son una mala influencia para los adolescentes que utilizan la red. De acuerdo con esta postura, el ser influenciador conlleva una responsabilidad que las chicas fit no saben o no están dispuestas a asumir. El mundo digital y sobretodo el de las redes sociales, es muy persuasivo y aquellos más vulnerables pueden caer ante los malos consejos de estas mujeres.

Otro ejemplo en el que podemos notar lo expuesto es en el comentario que recibe @thehealthyblogger en su publicación del 31 de mayo. En este espacio una usuaria comenta: “De verdad no puedo creer como retrocedieron 15 años en madurez: entre fit y fat y fitfamily, dios□□□□ (...) Felicidad es equilibrio. Equilibrio es poder comer una milanesa o unas empanadas en familia y con amigos, sin llevarse una viandita aparte. Es no pensar todo el tiempo en comida. Se armaron un personaje, se creen importantes, revolucionarias e idolatradas”. Para estos sujetos, las mujeres fitness reproducen y fomentan una feminidad enfatizada en la visión hegemónica de belleza que sostiene que sólo los cuerpos delgados y disciplinados son socialmente aceptables. Tal y como asegura Sánchez Serradilla, de acuerdo con esta postura “la preocupación no solo por el cuerpo, sino también por la imagen corporal y la apariencia física, refuerza valores tradicionales de género, donde las mujeres se preocupan más por el «parecer» y los hombres por el «hacer»” (Sánchez Serradilla, 2016, p22). Los sujetos fitness promulgan la construcción de la identidad de la mujer a partir de la preocupación obsesiva por la obtención de un cuerpo sexy y tonificado.

Si nos remitimos al significado de la palabra podemos encontrar que hate es la traducción de odio en inglés. Las gurús del fitness tildan a estos sujetos como seres envidiosos, que atacan por pura maldad. Personas que tiene un vacío espiritual tan grande que no pueden hacer otra cosa que perjudicar al otro. Estos comentarios en contra de la cultura fitness suelen ser habituales en las publicaciones e incluso tan reiterativos que las mismas gurús deciden borrarlos. Sin embargo, existen situaciones de hartazgo en las que éstas realizan posteos acerca de los haters. El 4 de abril @agusdandri publica una imagen en la que aparece escrita la frase: “Aléjate de aquellos que dicen que no puedes”. Esta frase viene acompañada con un comentario en el que advierte a sus seguidores acerca de las malas influencias: “Identificá a la gente tóxica que, con directas o indirectas, te haga sentir que no sos capaz de lograr tus sueños. Son personas miedosas o frustradas que no quieren ver triunfar al resto... Vos SÍ PODÉS!!!! □□□□□□□□□#motivación #inspiración #fit #fitness#fitfam #fitfamily #fitgirl #chicafit #healthy#sisepuede #nopainnogain”. Si bien no los nombra directamente su mensaje advierte a sus seguidores acerca de los posibles peligros de dejarse influir por las palabras de los haters. El sujeto fitness no debe caer ante los comentarios negativos, sino tener siempre presente que depende de uno y de nadie más el poder conseguir los resultados deseados. Los haters son una piedra más en el camino que hay que superar. Otro ejemplo es la publicación que realiza @serfitnessoficial el 13 de abril. En esta ocasión publica una imagen que contiene la frase: “No odies al que te odia, quiere a

quien te quiere”. En la descripción del posteo realiza una reflexión acerca del lugar que ocupan los haters en la vida de los sujetos fitness y cómo se debe actuar ante estas situaciones: “Todos somos distintos. Siempre va a haber alguien en este mundo que no esté de acuerdo contigo, que te envidie, que no le cierres. Así creas que no tiene motivos para hacerlo. Pues ... Vas a tener que acostumbrarte. Vas a tener que aprender a no hacerte cargo, a no confrontar. Vos concentrate en la gente que te quiere, en tus sueños y en tus metas”. En este caso, afirma la importancia de mantenerse fiel a uno mismo y no responder con la misma moneda. Las chicas fitness tratan de transmitir siempre alegría a sus seguidores recordándoles de forma constante que deben buscar la propia felicidad a costa de todo lo demás.

Esta posibilidad de reconstrucción de lo que sucede en las redes siguiendo las huellas de los comentarios o de los posteos generados parece crucial a la hora de dar cuenta de los discursos autobiográficos (Iribarren; 2014). De acuerdo con Iribarren, en las redes sociales la construcción del yo es una labor “paradójicamente colectiva: soy yo para otro en tanto el otro me reconoce, me diferencia como tal. Los discursos de los sujetos se sitúan en el conocimiento de las identidades, de los estereotipos y de los colectivos sociales puestos en juego” (Iribarren, 2014, p.7). Es decir, las chicas fitness construyen su subjetividad en tanto y cuanto los haters las reconocen como tales y viceversa. No se concibe al yo como una substancia o una esencia que nace y se conforma de una vez y para siempre, sino que es un sujeto que se fabrica, que se elabora en la vorágine de retomas interdiscursivas propias de la red. En este sentido la importancia de analizar los intercambios entre individualidades que suceden a diario en las cuentas de estas gurús del fitness.

De acuerdo con las ideas de Iribarren, las redes sociales parecen ser hoy en día el refugio de las emociones. Con el paso del tiempo se han transformado en el lugar que encuentran los sujetos para manifestarse, para opinar o para recrearse. Se trata de un espacio virtual de encuentro entre individualidades y de diálogo ilimitado (Iribarren, 2014). En redes sociales como Instagram, en las cuales los usuarios no son necesariamente amigos entre ellos sino que se constituyen como un público seguidor de una persona, lo interesante es poder saber qué está sucediendo minuto a minuto. Los seguidores entran a las cuentas de estas gurús para ver a quiénes siguen, quiénes son sus seguidores y los posteos que las fit girls realizan. El placer aquí es el de “espiar por el ojo de la cerradura” (Iribarren, 2014, p.8). En consecuencia, el nivel de fanatismo y de dependencia de las redes hace que muchas veces los seguidores defiendan a las gurús del fitness antes de que ellas mismas puedan responder a los comentarios haters. Se desatan entonces discusiones imparables entre seguidores. Tal es el

caso del posteo del 23 de abril en el que @agusdandri publica una imagen con la frase “No la cagues”. En la foto se puede observar la imagen de ella pateando una botella de vodka. Podemos notar un ida y vuelta constante principalmente con comentarios a favor como: “Para qué perder tiempo y energía en alguien q NO VALE LA PENA, la tal argentinian esaaaa nada mas hay q ver la foto de lo GORDA Q ESTA... No debe ni tener la mas minima idea de lo q hablas. Asi q agus tus post son maravillosos echate vaselina y q todos los comentarios envidiosos te resbalen SUERTE eres una DURAA□□□□□□□□□□□□□□ [sic]”. Se pueden notar los comentarios despectivos que se generan entre usuarios. Más adelante, a este mismo comentario otra usuaria contesta: “Horrible, después se ponen mal cuando ven gente enferma de anorexia o bulimia, si hasta vos que no la conoces le hablas así imagínate. Ojalá ella se de cuenta que no todo pasa por el físico, por ej prefiero tener unos kilitos de más y no ser una bosta de persona”. Se evidencia entonces esa rivalidad y tensión con aquellos usuarios que tienen una postura diferente y piensan al fitness como una disciplina que promueve trastornos alimenticios. Se trata de una discusión de todos contra todos en la cual a medida que pasa el tiempo se van agregando participantes a la conversación.

Finalmente, otro tipo de comentarios que estas gurús suelen recibir a menudo son aquellos relacionados con las consultas nutricionales. En las publicaciones donde dejan recetas o tips de cocina, es habitual que surjan dudas de sus seguidores acerca de los alimentos a utilizar y las formas de preparación más recomendables dentro de este estilo de vida saludable. El 23 de febrero @thelathyblogger publica en su cuenta una receta de un budín de zanahoria y naranja y los pasos a seguir para poder realizarlo. Dentro de los 71 comentarios recibidos, 13 son respecto a dudas de la preparación e información nutricional. Entre ellos se encuentran: “@thelathyblogger flor. Se puede reemplazar con edulcorante? que cantidad? porq [sic] mascabo y stevia no tengo” o “Buenos días! Cuántas porciones se pueden consumir desayuno?? Y todos los días????”. Si bien las gurús del fitness suelen aclarar que no son profesionales en nutrición, resulta inevitable para sus seguidores posicionarlas como la voz de la razón. Aquello que comunican a través de sus posteos y comentarios es compartido y difundido por sus seguidores hasta el punto de convertir sus palabras en “la verdad”.

Como argumenta Iribarren, la publicación en serie de distintos posteos realizados por estas fit girls conforma un relato plural, que construye por yuxtaposición sus historias de vida (Iribarren, 2014). Estas mujeres buscan conformar una imagen y un discurso particular que las identifique como parte del mundo fitness. Sin embargo, si bien las publicaciones en redes

son independientes y autónomas, son también dialógicas. La acción de realizar o responder a distintos comentarios que se generan en los posteos forma parte de un proceso de retoma discursiva que amplifica la circulación de los mensajes que estas gurús desean transmitir. El observar en detalle estas interacciones nos otorga una imagen panorámica de este “mundo dialógico, por momentos conflictivo, donde conviven multiplicidades de subjetividades autónomas” (Iribarren, 2014, p13).

En pocas palabras, el fitness se conforma no sólo en la interioridad del gimnasio sino, y sobretodo, en la urdimbre de las redes sociales. Si bien posee lineamientos específicos que hacen al reconocimiento de sus integrantes, no está totalmente delimitado sino que se regenera y se sostiene a partir de los millones de posteos y comentarios que surgen a diario en las diferentes plataformas virtuales. Un sujeto performativo aislado jamás podría ser considerado como fitness. Aquellos que quieran formar parte de este universo deben compartir sus saberes y expresar sus emociones al resto de la comunidad virtual. Se genera entonces una retroalimentación constante que lleva a la construcción de lazos sociales entre usuarios que legitiman, fortalecen y mantienen en pie este estilo de vida.

8. Conclusión

Voluntad, disciplina, ejercicio físico, alimentación saludable y redes sociales: los pilares que conforman y sostienen el estilo de vida fitness. Para ganarse un lugar en esta comunidad hay que respetar a rajatabla sus mandamientos y estar dispuesto a compartir cada paso del camino con los otros miembros a través de las redes.

A lo largo de nuestro análisis pudimos percibir esta construcción del fitness como una forma de vivir en la que nada queda librado al azar. No hay maniobra ni movimiento individual posible para quienes lo practican, sino que se trata de seguir lineamientos. En tanto y cuanto los sujetos cumplan al pie de la letra las reglas propuestas o impuestas por esta práctica, tienen garantizada la entrada en el mundo saludable. La *fitfamily* funciona entonces como un lugar de contención, como promesa de comunidad y pertenencia en el solitario mundo posmoderno. Es mediante una fuerte y continua actividad en Instagram que el fitness construye y sostiene sus lazos sociales, los cuales se forman desde el momento en el que los sujetos detrás de la pantalla se hacen presentes en la vida de otros mediante su accionar virtual (Licoppe, 2004). Así, las cuentas de @agusdandri, @serfitnessoficial y @thehealthyblogger funcionan como guías, modelos a seguir para el resto de los usuarios que pertenecen a esta comunidad.

La constitución del sujeto fitness se da a partir de esta inmersión en las redes. No se puede concebir el fenómeno aislado de las mismas, ya que no existe un lugar físico más fuerte que el espacio virtual que opera como hogar y motor de esta comunidad. La espectacularización de la vida, en términos de Debord, a la que da paso la llegada de Internet es parte constitutiva de la subjetividad fitness. Es decir, el espectáculo no suplanta al mundo real sino que es el momento que nos contiene (Debord, 1997). Esto es lo que sucede con la comunidad fit: su hábitat es en las redes y ese es el único lugar donde podría desarrollarse.

Si bien pudimos notar que existen casos en los que éstas referentes fitness tienen encuentros físicos, éstos no son más que vestigios de relaciones efímeras. Los lazos fitness se crean en y para las redes. Christakis explica en su libro *Conectados* las especificidades de los vínculos virtuales. De acuerdo con este autor, la llegada de Internet ha facilitado nuevas formas sociales que introducen cuatro modificaciones radicales en los tipos de redes de interacción existentes hasta el momento: enormidad, especificidad, virtualidad y comunidad.

Ésta última refiere a la ampliación en nuestra escala social que nos permite compartir información con otros sujetos participando y contribuyendo así en distintos colectivos. Sin embargo, los lazos sociales o amistades que se crean a partir de estas comunidades cibernéticas se distinguen sustancialmente de nuestros amigos reales. Éstas tienden a ser acumulativas e influidas por el medio dentro del cual se desarrollan (Christakis, 2010). Es decir, en el mundo fitness los sujetos se interesan por añadir nuevas conexiones virtuales y nunca cortarlas. El objetivo es conseguir cada vez más seguidores, haciéndole frente a esta sensación de soledad que caracteriza nuestro tiempo histórico. Sin embargo, estas amistades se encuentran medidas por las redes sociales, transformándose en conexiones fugaces. La comunidad fitness se jacta de “pequeñas llamaradas de actividad en lugar de conversaciones sostenidas” (Christakis, 2010, p.285).

Mediante distintas publicaciones online, las referentes fitness imponen estrictas pautas a sus seguidores combinadas con frases alentadoras y positivas que buscan incentivarlos a unirse al mundo fit. Con la promesa de un bienestar general como recompensa, intentan persuadir a los sujetos a alcanzar las metas propuestas y sobrepasar los obstáculos con el objetivo de superarse a sí mismos. De acuerdo a estas referentes fit el cambio depende de uno y de nadie más. En esta línea, todo es posible si se quiere. La pretensión de felicidad es constante y profunda. Como pudimos observar a lo largo de nuestro análisis, existen en el sujeto fitness rasgos del sujeto neoliberal del cual hablan Laval y Dardot al que definen como “correlato de un dispositivo de rendimiento y de goce” (Laval y Dardot, 2010, p.225). Éste debe entregarse por completo a las actividades que realiza, debe participar y comprometerse plenamente para alcanzar aquello que desea. La fit girls/boy, al igual que el sujeto empresa, debe exigirse y competir para obtener los máximos resultados posibles, haciéndose enteramente responsable por los percances o fracasos que puedan ocurrir. El estilo de vida fitness cumple a la perfección con el mandato neoliberal que obliga a los sujetos a ser felices mediante la interpelación a la libertad individual. Uno es propietario de sí mismo y puede optar por lo que desee en función de los intereses personales (Murillo, 2015). Se libra entonces a los sujetos a su propia suerte, hecho que les provoca angustia y los lleva a buscar contención en la comunidad fitness.

Sin embargo, pudimos encontrar una contradicción entre la supuesta contención familiar que otorga pertenecer a esta comunidad y las exigencias a las que hay que someterse para ser parte de la misma. Las pautas fitness moldean una subjetividad específica que,

mediante técnicas normalizadoras, homogeniza a sus integrantes. ¿Con qué fin? ¿Qué se gana de vivir bajo esta demanda?

Esta lógica normalizadora es similar a la de las sociedades disciplinarias de Foucault pero en un contexto de posmodernidad en el que el poder, en términos de Deleuze, prescinde de las instituciones de encierro y se ejerce incesantemente, de modos difíciles de identificar. Así, el fitness opera de una manera foucaultiana mediante la imposición de pautas específicas de alimentación y rutinas de ejercicio a las cuales los sujetos se deben adaptar, reafirmandose mediante la exposición de estos comportamientos en Instagram. En este espacio virtual los usuarios se relacionan entre sí y se autocontrolan en comparación con los otros.

Las cuentas fitness en Instagram funcionan bajo una intervención permanente las 24 horas del día, los 7 días de la semana. La preocupación constante por quedar fuera de juego, característica de este mundo posmoderno liderado por las redes informáticas, lleva a los sujetos fitness a integrar cada vez más sus tiempos y actividades personales al mundo electrónico. Los momentos de desconexión disminuyen para poder estar conectados 24/7 (Crary, 2015). De esta forma, el fitness se instala bajo una forma de vigilancia autorregulada internalizada y camuflada por la sensación de esfuerzo colectivo en un universo compartido con otros usuarios en la red. Esto se relaciona con la metáfora del ciber panóptico planteado por Berardi (2003) como un guardián que observa a sus prisioneros sin que éstos sepan que son observados. Los usuarios están permanentemente visibles garantizando así que el poder funcione automáticamente en todo momento, con una omnipresencia invisible. Las pantallas virtuales funcionan como herramientas de auto-vigilancia constante de los sujetos fitness para obligarse a no abandonar en el camino y convencerse de que el cambio no se trata de agradar a otros sino de ayudarse ellos mismos a estar mejor. Las cuentas fitness en Instagram funcionan de manera incesante a través de comentarios, posteos, interacciones con otras personas de la red en todo momento y en todo lugar. Cómo pudimos comprobar a lo largo de nuestro análisis, ya sea de día, de tarde o de noche los sujetos fitness deben estar siempre actualizados. Así, se va moldeando el comportamiento de sus usuarios mediante su participación e interacción. La vida de quienes forman parte de la *fitfamily* queda completamente cooptada por su intervención en este mundo, no hay un aspecto de su cotidianidad que quede fuera de este estilo de vida. El tiempo de ocio desaparece como posibilidad.

Este mecanismo de control parece dejar a los sujetos decidir con independencia, pero está operando constantemente. Es la ilusión de autonomía la que hace posible que este estilo de vida auto-regulado crezca cada día más. Los sujetos fitness son “libres” para decidir y actuar aunque guiados siempre por los healthy tips. Podemos pensar entonces al fitness como una nueva forma de normativismo que actúa camuflada bajo la idea de libertad, pero que se encuentra efectivamente internalizada.

Seguramente la respuesta a qué se gana de vivir bajo esta exigencia sea la seguridad de pertenecer a algo más grande y la tranquilidad de estar a la altura de los requerimientos sociales que necesitan para llegar a ello. El sacrificio es el único camino posible para ser lo que se quiere llegar a ser. Y la autodisciplina para alcanzarlo debe exponerse en las redes. Mediante la espectacularización, se revalida una y otra vez la pertenencia a esta comunidad. Ahora bien, ¿qué tan libres son sus integrantes? Al estar mostrando constantemente sus físicos y sus comportamientos, se vuelven muy vulnerables a la mirada del otro con quien, a su vez, se están comparando en todo momento.

La subjetividad fitness podría describirse como un show 24/7 con un entramado complejo en el que la apariencia, la exigencia y el normativismo son lo único que vale y el sacrificio de ajustarse a estos parámetros se justifica con la promesa de un mayor bienestar personal. El fitness demanda entrega, esfuerzo y restricción, pero a cambio nos provee de una familia virtual que nos apoya y motiva del otro lado de la pantalla. La pregunta final, y un posible disparador para futuras investigaciones, probablemente sea: ¿Vale la pena aislarse tanto del mundo real y sus comportamientos sociales en pos de pertenecer a una comunidad virtual?

9. Bibliografía

- Aguilar Rodríguez, D. E. y Said Hung, E. (2010). *Identidad y subjetividad en las redes sociales virtuales: caso de Facebook*. Barranquilla, Colombia: Zona Próxima.
- Alonso Reig, M. (2015). *We instagram: El nuevo espacio de cultura creativa*. España: Grupo Planeta.
- Althusser, L. (2015). *Iniciación a la Filosofía para no filósofos*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Álvarez, M. V. y Ferrer, P. I. (2012). *La comunicación intersubjetiva y el cuerpo digital en las redes sociales de Internet*. (tesis de grado) Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Bajtin, M.(1987). *La cultura popular en la Edad Media y el Renacimiento*. Madrid, España: Alianza.
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires, Argentina: Katz Editores.
- Berardi, F. (2003). *La fábrica de la infelicidad*. Nuevas formas de trabajo y movimiento global. Madrid, España: Traficantes de sueños.
- Brown Sánchez, D. A. (2015). *Evolución del Marketing de influencers en los últimos años España*. (trabajo final de grado). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Caldevilla Domínguez, D. (2010). Las Redes Sociales. Tipología, uso y consumo de las redes 2.0 en la sociedad digital actual. *Revistas UCM*. Recuperado de: <http://revistas.ucm.es/index.php/DCIN/article/viewFile/dcin1010110045a/18656>
- Crary, J. (2015). *Las 24 horas del día y los siete días de la semana. El capitalismo tardío y el fin del sueño*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Paidós.
- Christakis, N. (2010). *El sorprendente poder de las redes sociales y cómo modelan nuestras vidas*. Madrid, España: Editorial Santillana.
- D´Andraia, A. (2016) *Una dieta real*. Recuperado de: <http://www.parati.com.ar/belleza/dietas/una-dieta-real/14963.html>
- Debord, G. (1997). *La sociedad del espectáculo*. Santiago de Chile, Chile: Ediciones Naufragio.
- Deleuze, G. (2004). *El lenguaje libertario*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Terramar.
- Di Próspero, C. E. (2011). Autopresentación en Facebook: un yo para el público. *Revista Latinoamericana de Estudios sobre Cuerpos, Emociones y Sociedad número*

6, pp 44 -53. Recuperado en:

<http://www.relaces.com.ar/index.php/relaces/article/view/39/90>.

- Foucault, M. (2002). *Vigilar y castigar: nacimiento de la prisión*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores.
- Gómez Cruz, E. (2016) *De la cultura Kodak a la imagen en red. Una etnografía sobre fotografía digital*. Barcelona, España: Editorial UOC.
- Iribarren, L. A. (2014). *La construcción de la subjetividad en las redes sociales: temporalidad y mecanismos de retoma en la circulación discursiva*. (en Prensa).
- Kogan, L. (2005) *Performar para seguir performando: la cultura fitness*. Lima, Perú: Anthropologicnmo XXHI.
- Landa, M. I. (2014). Subjetividades y consumos corporales: un análisis de las prácticas del fitness en España y Argentina. *Razón y Palabra*, número 69.
- Lash, S. (2005) *Crítica de la información*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Laval, C. y Dardot, P. (2010). *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona, España: Gedisa.
- Le Breton, D. (2002). *Antropología del cuerpo y modernidad*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Nueva Visión.
- Licoppe, C. (2004). 'Connected presence: the emergence of a new repertoire for managing social relationships in a changing communication technoscape. *Environment and planning D: Society and space*, vol. 22, 135-156.
- Murillo, S. (2015) Neoliberalismo y gobiernos de la vida. Diagrama global y sus configuraciones en la Argentina y América Latina. *CLACSO-Prometeo*, pp 17- 40.
- Pascual, F. y Nogueira, P. (2009) *Comer, comunicar, culpar: la creación mediática de la "alimentación saludable. Un análisis comunicacional de las representaciones del cuerpo y las tecnologías de la alimentación, lo light y lo saludable como matrices de sentido* (tesis de grado) Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Potocar, C. (4 de febrero de 2016). *Infotechnology*. Recuperado de: <http://www.infotechnology.com/internet/Movida-Fit-quienes-son-las-argentinas-detras-fenomeno-que-es-furor-en-Instagram-20160204-0004.html>
- Porras Martínez, J. I.(2014) Internet y Comunidad: Una aproximación desde el enfoque del estudio de redes personales, *Polis*, número 39. Recuperado en: <http://polis.revues.org/10480>.
- Ranciere, J. (2000) Política, identificación y subjetivación. En: Ardití, B. (comp.) *El reverso de la diferencia. Identidad y política*. Caracas, Venezuela: Nueva Sociedad.

- Reina, L. (19 de marzo de 2016). Los gurús de la vida sana. *La Nación*. Recuperado de: <http://www.lanacion.com.ar/1881103-los-nuevos-gurus-de-la-vida-saludable>
- Rodríguez, A.(2014). El fitness es un estilo de vida: Gimnasios y sociabilidad en una perspectiva crítica. VIII Jornadas de Sociología de la UNLP, 3 al 5 de diciembre de 2014, Ensenada, Argentina. *Memoria Académica*. Recuperado en: http://www.memoria.fahce.unlp.edu.ar/trab_eventos/ev.4733/ev.4733.pdf
- Sánchez Fernández, B. (2015) “*Tendencias Fitness*” *Consumo de productos para la imagen personal*. (trabajo final de grado). Universidad de Sevilla, Sevilla, España.
- Sánchez-Serradilla, C. (2015) *Discursos de feminidad en el estilo de vida fitness. Estudio de caso de @vikikacosta en Instagram*. Barcelona, España: Universitat Pompeu Fabra.
- Sibilia, P. (2005). *El hombre postorgánico. Cuerpo, subjetividad y tecnologías digitales*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Fondo de Cultura Económica.
- Sibilia, P. (2008). *La intimidad como espectáculo*. Buenos Aires, Argentina: FCE.
- Sloterdijk, P. (2000). *Normas para el parque humano*. Madrid, España: Ediciones Siruela.
- Suárez, B. (2014). ¿Qué estás pensando? El dispositivo de enunciación en la red social Facebook. *Revista La Trama de la Comunicación*, vol 8. Recuperado en: <http://www.latrama.fcpolit.unr.edu.ar/index.php/trama/article/view/468>
- Vilodre Goellner, S. (2008). Deporte y cultura fitness: la generalización de los cuerpos contemporáneos. *Revista Digital Universitaria*, vol. 9, número 7. Recuperado en: <http://www.revista.unam.mx/vol.9/num7/art47/art47.pdf>
- Yoshiki K.(25 de enero de 2018) Fitness Influencers Mujeres en Instagram. *Fitness Life Style by Kei*. Recuperado de: <https://keifit.com/fitness-influencers-mujeres-en-instagram/>
- Zizek, S. (1992). *El sublime objeto de la ideología*, Ciudad de México, México: S XXI.
- Autor desconocido (30 de mayo de 2016). Fitgirls: la vida sana está de moda. *Musa Argentina*. Recuperado de: <http://www.musaargentina.com.ar/estilo-de-vida/fitgirls-la-vida-sana-esta-de-moda>
- Autor desconocido (29 de abril de 2016). Instagrameras fit: ¿quiénes marcan tendencia en las redes? *Ohlala*. Recuperado de: <http://www.revistaohlala.com/1893693-intagrameras-fit-quienes-marcan-tendencia-en-las-redes>

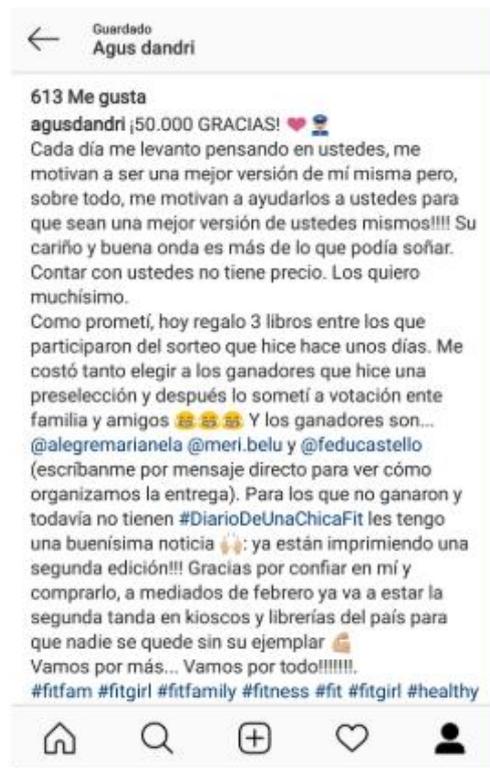
- Autor desconocido (28 de septiembre de 2017) Entrevista a Triana Angelina Maida: Ser Fitness, un estilo de vida. *Green Vivant*. Recuperado de:<http://greenvivant.com/muevete/fitness/entrevista-triana-angelina-maida-fitness-estilo-vida/>

10. Anexo

- *Figura 1 - Posteo @agusdandri 16/01/2016*



- *Figura 2 - Posteo @agusdandri 20/01/2016*



- *Figura 3, 4 y 5 - Posteo @thehealthyblogger 24/04/2016*



← Guardado THB

2 ¿Cómo arrancar? Trata de ver que es lo que estarías haciendo mal. En mi caso comía mucho industrializado, no tomaba agua, no controlaba mis porciones, tomaba más alcohol que en otros momentos de mi vida y no hacía ejercicio. Una vez que detectas tus posibles errores, intenta modificarlos sutilmente. Empeza por lo más fácil: en mi caso fue dejar el alcohol por completo (mientras tenía que bajar), comer más natural: frutas, verduras, cereales, pescado, pollo, carne, arroz, quinoa, lácteos, etc. El ejercicio me costó, pero después de intentar con varias disciplinas encontré lo que verdaderamente disfruto. No fue un cambio drástico, si no que de a poquito uno va cambiando ciertos hábitos e incorporando otros. Hay que ir acostumbrando al cuerpo a este cambio, no va a servir que lo hagas drásticamente. Sigue en los comentarios 📌 📌 📌

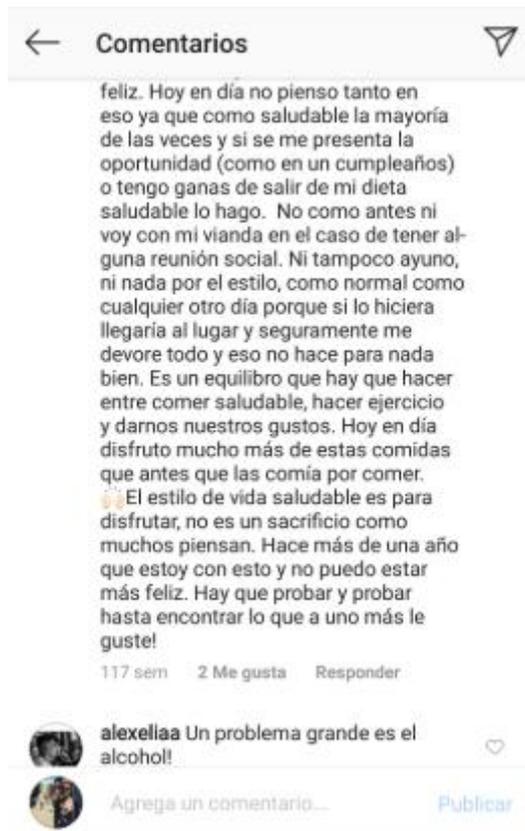
Ver los 84 comentarios

norelysg28 @yuveiny_guzman

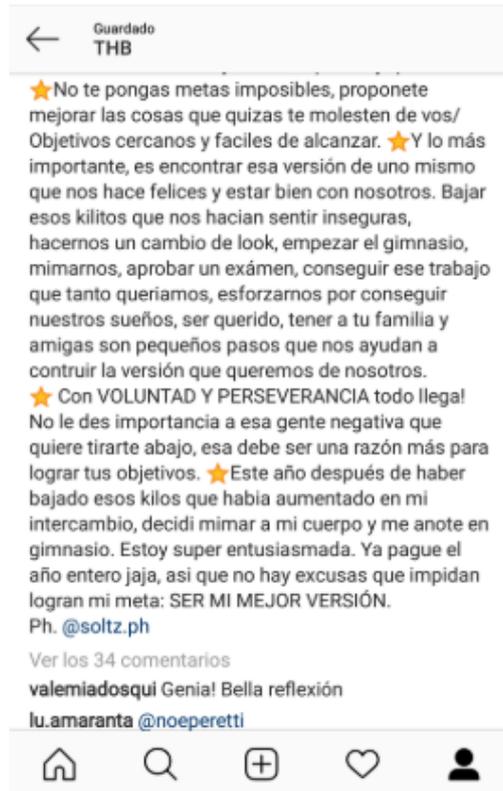
antocampo16 Gracias @thehealthyblogger! Inspiras mucho! Haces mucho bien! 😊😊😊😊😊😊

24 DE ABRIL DE 2016 · VER TRADUCCIÓN

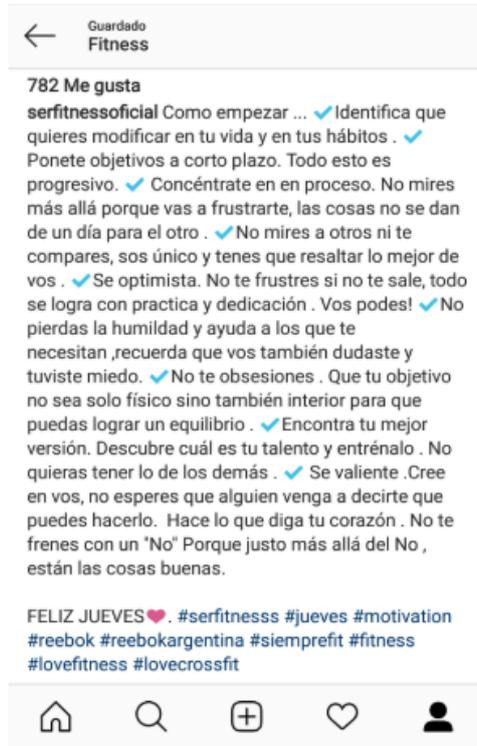
← Guardado THB



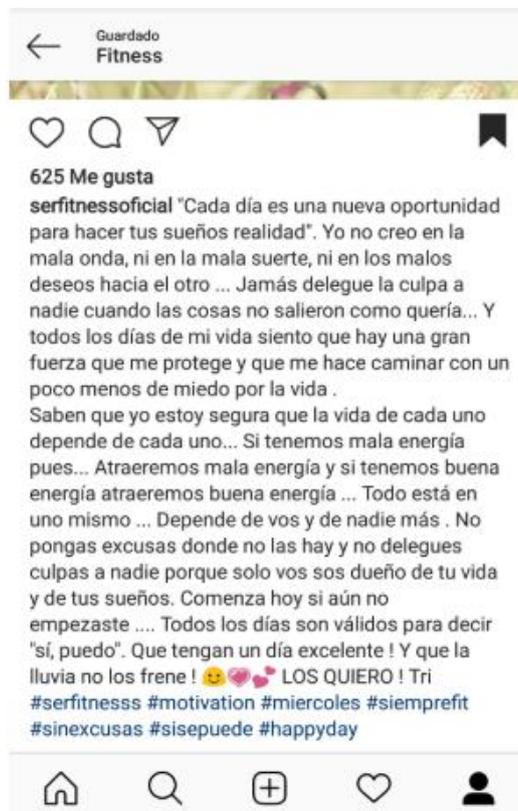
- *Figura 6 - Posteo @thehealthyblogger 01/02/2016*



- *Figura 7 - Posteo @serfitnessoficial 10/03/2016*



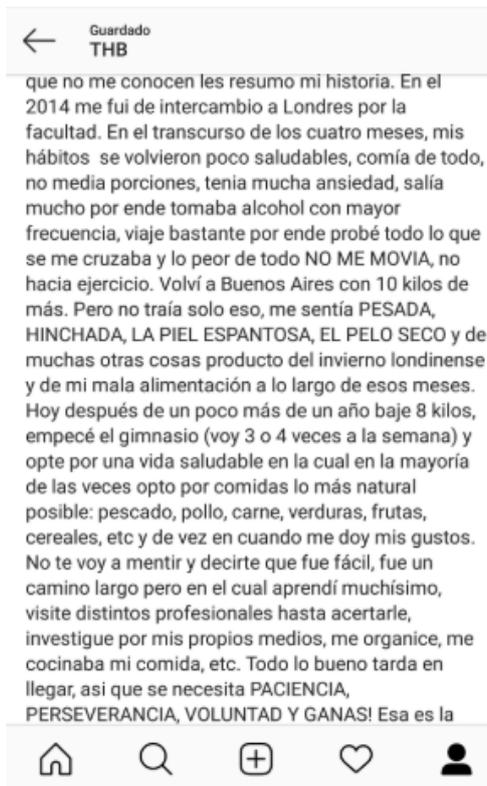
- *Figura 8 - Posteo @serfitnessoficial 17/02/2016*



- *Figura 9 - Posteo @agusdandri 12/03/2016*



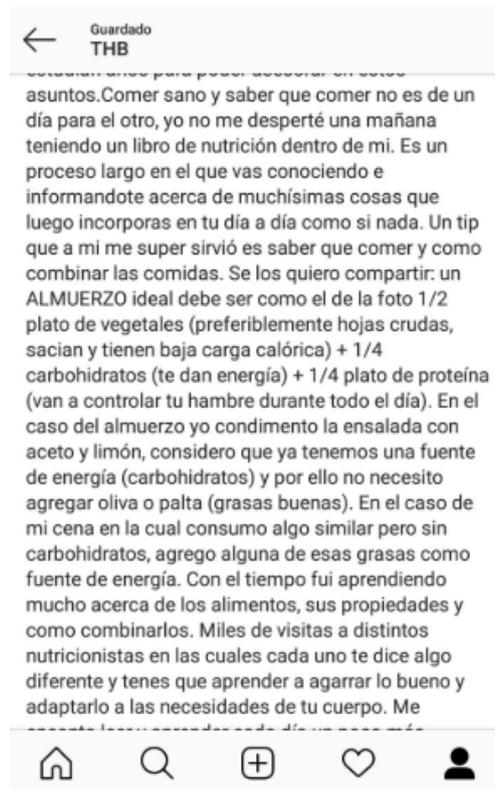
● *Figura 10 - Posteo @thehealthyblogger 21/03/2016*



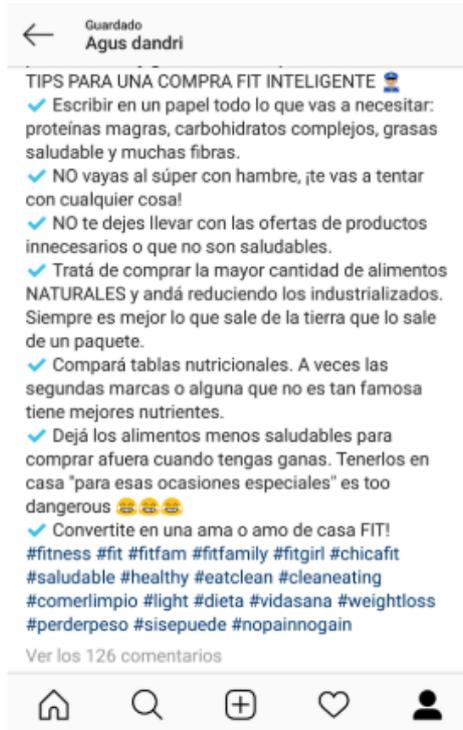
● *Figura 11 - Posteo @serfitnessoficial 18/02/2016*



- *Figura 12 - Posteo @thehealthyblogger 28/04/2016*



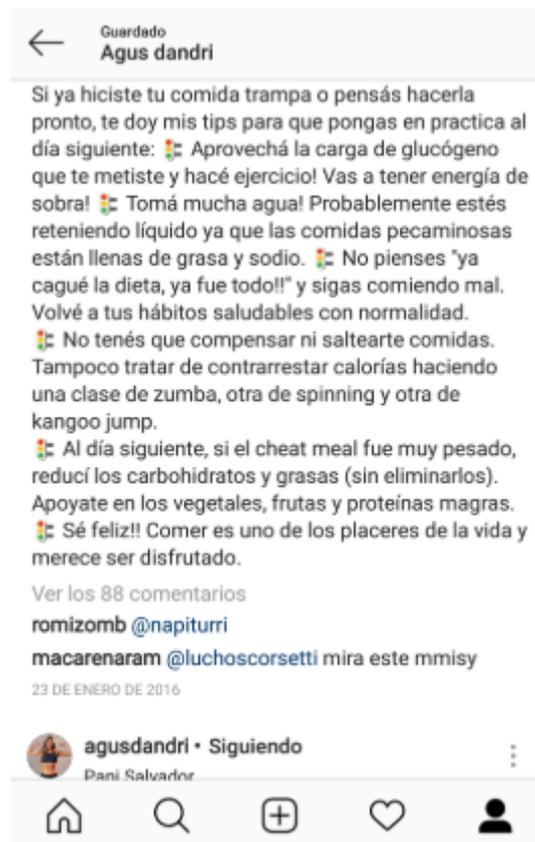
- *Figura 13 - Posteo @agusdandri 13/04/2016*



● *Figura 14 - Posteo @agusdandri 28/01/2016*



● *Figura 15 - Posteo @serfitnessoficial 28/02/2016*



• Figura 19 - Posteo @thehealthyblogger 24/03/2016



- *Figura 20 - Posteo @thehealthyblogger 25/04/2016*



- *Figura 21 - Posteo @thehealthyblogger 01/03/2016*



- *Figura 22 - Posteo @serfitnessoficial 30/03/2016*



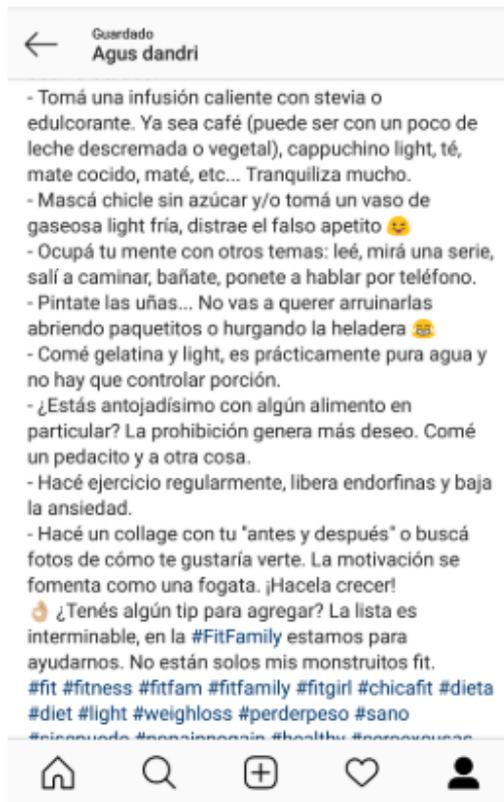
- *Figura 23 - Posteo @serfitnessoficial 19/04/2016*



- *Figura 24 - Posteo @thehealthyblogger 16/05/2016*



- *Figura 25 - Posteo @agusdandri 20/03/2016*



● *Figura 26 - Posteo @serfitnessoficial 07/03/2016*



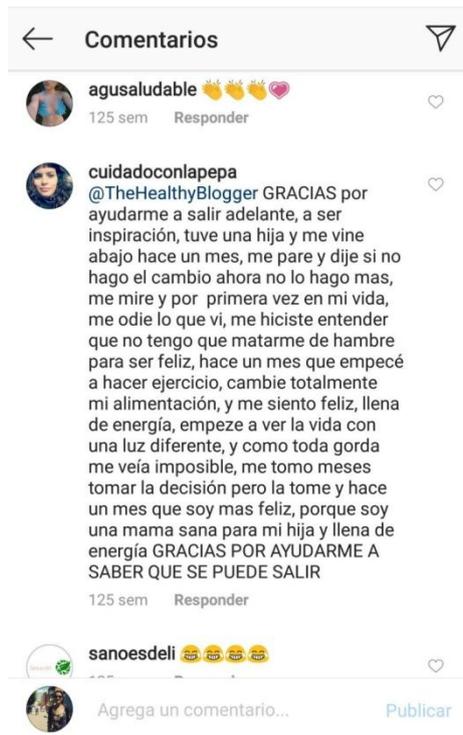
● *Figura 27- Posteo @serfitnessoficial 19/05/2016*



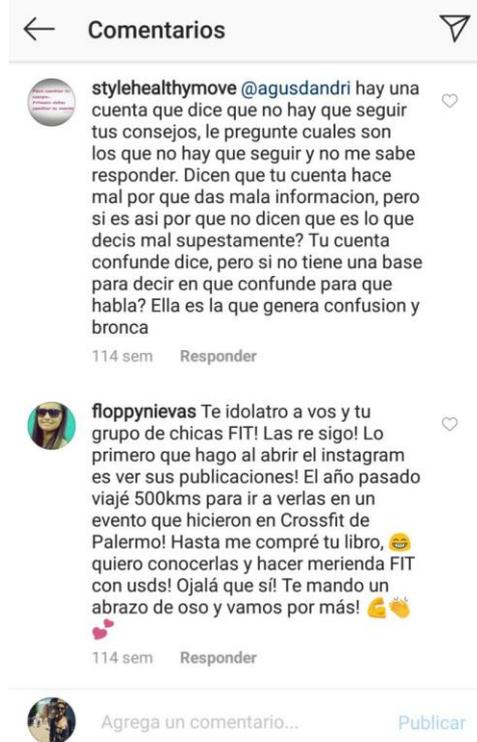
- *Figura 28 - Comentario de una seguidora de @thehealthyblogger*



- *Figura 29 - Comentario de una seguidora de @thehealthyblogger*



- *Figura 30 - Comentario de una seguidora de @agusdandri*



- *Figura 31 - Comentario de @agusdandri y sus seguidoras*



● *Figura 32 - Comentario de una seguidora de @serfitnessoficial*



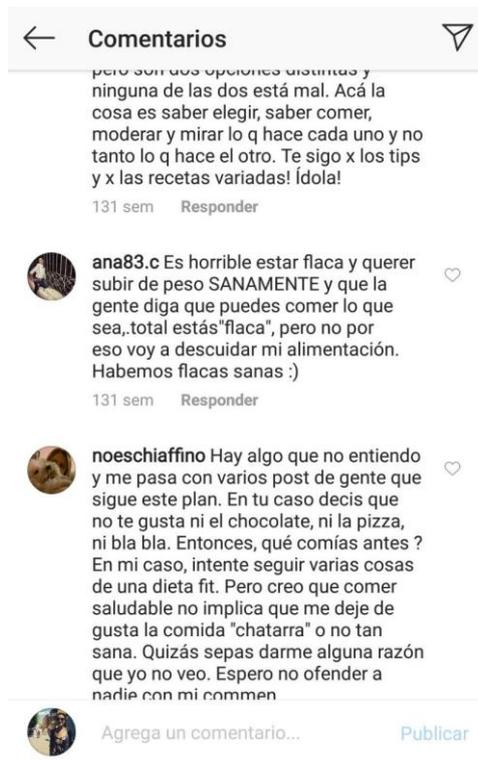
● *Figura 33 - Comentario de una seguidora de @serfitnessoficial*



- *Figura 34 - Comentario de una seguidora de @serfitnessoficial*



- *Figura 35 - Comentario de una seguidora de @serfitnessoficial*



- *Figura 36 - Comentario de una seguidora de @agusdandri*



- *Figura 37 - Comentario de una seguidora de @agusdandri*



- *Figura 38 - Comentario de una seguidora de @thehealthybñpgger*

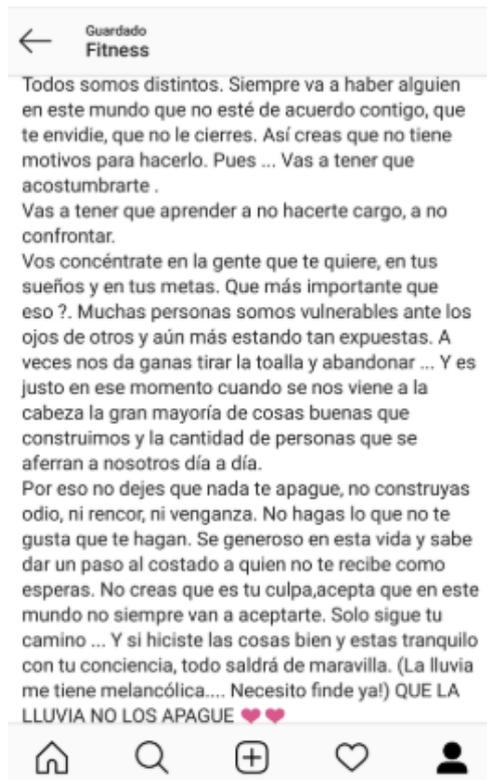


- *Figura 39 - Posteo de @agusdandri 04/04/2016*



- *Figura 40 y 41 - Posteo de @serfitnessoficial 13/04/2016*





● *Figura 42 - Posteo de @agusdandri 23/04/2016*



● *Figura 43 - Comentario de una seguidora de @agusdandri*



- *Figura 44 - Comentario de una seguidora de @agusdandri*



- *Figura 45 - Comentario de una seguidora de @thehealthyblogger*



Comentarios



👉 En una batidora eléctrica batir los huevos y las claras por unos 5 minutos. Agregar el azúcar o stevia mezclar e incorporar la zanahoria. Una vez que este todo integrado agregamos la avena, maicena, canela, polvo para hornear y ralladura. Por últimos incorporamos las nueces y pasas de uva. Ponemos la preparación en un molde tipo budinera con spray antiadherente y hornearmos por 30 min a 180 grados.

126 sem · Editado



melinabelencastillo @liacaampos vos que querías cambiar tus desayunos 🍌



126 sem · Responder



fitnesssteearmy Que riiicool !!! Cuanto de todo el budín sería una porción ?



126 sem · Responder



marisaristoro Buenos días ! Cuantas porciones se pueden consumir desayuno ?? Y todos los días ???



126 sem · Responder



Agrega un comentario...

Publicar