



**RIDAA**  
Repositorio Institucional  
Digital de Acceso Abierto de la  
Universidad Nacional de Quilmes



Universidad  
Nacional  
de Quilmes

Gelfman, Natalia

# Carreras shopping : un estudio de la práctica del running en Buenos Aires



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Argentina.  
Atribución - No Comercial - Sin Obra Derivada 2.5  
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/2.5/ar/>

Documento descargado de RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes de la Universidad Nacional de Quilmes

*Cita recomendada:*

Gelfman, N. (2017). *Carreras shopping: un estudio de la práctica del running en Buenos Aires. (Tesis de maestría)*. Bernal, Argentina: Universidad Nacional de Quilmes. Disponible en RIDAA-UNQ Repositorio Institucional Digital de Acceso Abierto de la Universidad Nacional de Quilmes  
<http://ridaa.unq.edu.ar/handle/20.500.11807/269>

Puede encontrar éste y otros documentos en: <https://ridaa.unq.edu.ar>

## Carreras *shopping*: un estudio de la práctica del *running* en Buenos Aires

TESIS DE MAESTRÍA

**Natalia Gelfman**

natalia.gelfman@gmail.com

### Resumen

A pesar de su notoria presencia en los escenarios urbanos argentinos, el *running* no ha sido problematizado desde el campo académico local. Sólo se han encontrado trabajos de corte periodístico y literario que desde la esfera del sentido común se lo denomina *boom* del *running*. Por lo tanto, el aporte de la presente tesis es el de indagar en torno a este fenómeno cultural complejo e identificar las diferentes dimensiones de su práctica.

Esta tesis aborda el fenómeno del *running*<sup>1</sup> en tanto manifestación cultural contemporánea, y como *locus* estratégico donde se expresan las formaciones subjetivas contemporáneas (Rose, 2003:215) en los escenarios urbanos actuales. Inicialmente podríamos definir a este fenómeno como un deporte característico de la época, que implica un alto nivel de autocontrol.

Directora: Dra. María Inés Landa

Co- directora: Dra. Vanina Papalini

---

<sup>1</sup> Utilizamos el anglicismo porque tanto a nivel local, como en otros países no angloparlantes, se lo denomina con ese término y no en castellano o su idioma local. Dentro de la práctica del *running* es sumamente común utilizar el inglés para denominar un amplio conjunto de prácticas y agentes, entre ellas están: *runner*, *running team*, *coach* y *peacer*.

*Al 8 de noviembre de 2015*

El proceso de escritura de esta tesis podríamos decir que se (me) presentó como un maratón. Al entusiasmo inicial que le corresponde decidir correr 42 km/empezar a pensar la tesis, le sigue una sensación cercana al pánico de cómo hará uno para entrenarse y terminarlo/escribirla. La preparación para la tesis no tuvo nada que envidiarle a los planes de entrenamiento de 12 semanas para correr un maratón. La recolección de bibliografía, su lectura y sistematización; la escritura de un sinfín de modelos de índices, de borradores, de *ver* para dónde nos lleva esta idea, superan sin lugar a dudas los 75 kilómetros recorridos semanalmente.

Como en todo maratón sentí el famoso *muro*: aquel momento en el que inexplicablemente todo se hace cuesta arriba, en el que las energías no bastan, y el cansancio ya no solo es físico sino también mental. En lo único en que uno puede pensar es en abandonar. Hay que tener fuerza de voluntad para poder divisar los carteles de los últimos kilómetros y seguir. Fuerza de voluntad y gente alrededor que te apuntale. Porque fueron como los voluntarios de un maratón:

A mi hermana, mi *manita*, por estar siempre.

A mi mamá que se ofreció a ayudarme, a pesar de que las Ciencias Sociales sean para ella un misterio, como lo es para mí la Química.

A mi papá por los churros que traía cuando volvía de correr, por las lecciones en la cinta y la toma de pulsaciones.

A mis nuevos y viejos amigos que en este último tiempo fueron una importante fuente de apoyo y motivación.

A todos aquell@s que ponían caras raras cuando les contaba sobre la tesis, pero que igual seguían escuchándome.

Y a María Inés y a Vanina. Por haber aceptado dirigirme, por todo el material que me facilitaron, pero más importante aun por haberse tomado el tiempo y la dedicación de acompañarme en este maratón y no dejarme abandonar en el último tramo.

## Índice

### **1. INTRODUCCIÓN**

1.1 Consideraciones Generales	7
1.2 Estado de la Cuestión	8
1.3 Enfoque Conceptual	10
1.4 Metodología	15
1.5 Objetivo General y específicos	16
1.6 Estructura de la Tesis	16

### **2. CAPÍTULO I Historicidad del *running***

2.1 Breve resumen del capítulo	18
2.2 ¿De qué hablamos cuando hablamos de <i>running</i> ?	18
2.3 <i>Running</i> y atletismo: campos en disputa	23
2.4 Auge y apogeo del <i>running</i>	30
2.5 Conclusiones del capítulo	38

### **3. CAPÍTULO II El tiempo del *running***

3.1 Breve resumen del capítulo	40
3.2 Ocio, divino tesoro	40
3.3 El espacio de los <i>runners</i>	46
3.4 Conclusiones del capítulo	53

### **4. CAPÍTULO III Ser *runner***

4.1 Breve resumen del capítulo	55
4.2 El <i>running</i> y el cuerpo	55
4.3 Vestirse de <i>runner</i>	61

4.4 <i>Running</i> y la gestión del peso	64
4.5 <i>Running</i> y la alimentación	67
4.6 Lo saludable y el <i>running</i>	70
4.7 El <i>running</i> y la autosuperación	73
4.8 Conclusiones del capítulo	77
<b>5. CONCLUSIONES</b>	79
<b>6. BIBLIOGRAFÍA</b>	
6.1 Bibliografía	84
6.2 Otras fuentes consultadas. Páginas web	91
<b>7. GLOSARIO</b>	94
<b>8. CORPUS</b>	
8.1.1 Reglamento Maratón Consejo	96
8.1.2 Reglamento Carrera Mc Donald's	99
8.1.3 Reglamento CADAV	105
8.1.4 Reglamento IAAF	106
8.2.1 Deslinde responsabilidad Maratón AMCHAM	112
8.2.2 Deslinde responsabilidad New Balance	113
8.2.3 Deslinde responsabilidad Mizuno	121
8.2.4 Deslinde responsabilidad Universidad de Palermo	123
8.2.5 Deslinde responsabilidad Maratón de Buenos Aires	124
8.3 Revistas	125
<b>9. ANEXO</b>	

9.1 Tablas Maratón y medio maratón 2007-2015	127
9.2 Tuits de la cuenta oficial de <i>Nike</i> argentina	132
9.3.1 Tierra de Desafíos	133
9.3.2 Circuito de las estaciones	133
9.3.3 <i>Flyer</i> de <i>Sportfacilities</i>	134
9.3.4 <i>Newsletter</i> N° 928 del <i>Club de Corredores</i>	134
9.3.5 <i>Newsletter</i> N° 932 del <i>Club de Corredores</i>	135
9.3.6 <i>Newsletter</i> de <i>Fundación Ñandú</i>	135

## **Introducción**

### **1.1 Consideraciones Generales**

La práctica del *running* se encuentra en pleno crecimiento en diversos contextos urbanos tanto a nivel mundial como en Latinoamérica. En Argentina, país donde se desarrolló la investigación para la tesis, devino en una práctica cultural masiva cuya cantidad de adeptos se incrementa año a año, principalmente en la ciudad de Buenos Aires. La escena nacional no es ajena a la progresiva masividad que manifiesta esta particular cultura deportiva y de consumo. A pesar de su notoria presencia en los escenarios urbanos argentinos, el *running* no ha sido problematizado desde el campo académico local. Sólo se han encontrado trabajos de corte periodístico y literario que desde la esfera del sentido común se lo denomina *boom* del *running*. Por lo tanto, el aporte de la presente tesis es el de indagar en torno a este fenómeno cultural complejo e identificar las diferentes dimensiones de su práctica.

Esta tesis aborda el fenómeno del *running*<sup>2</sup> en tanto manifestación cultural contemporánea, y como *locus* estratégico donde se expresan las formaciones subjetivas contemporáneas (Rose, 2003:215) en los escenarios urbanos actuales. Inicialmente podríamos definir a este fenómeno como un deporte característico de la época, que implica un alto nivel de autocontrol. En este sentido, cabe mencionar que cuento con experiencia de lo que *a priori* podríamos denominar una *runner*: desde el año 2010 he participado de carreras de calle, aventura y llegué a correr un ultra maratón.<sup>3</sup> Mi experiencia me ha posicionado como observadora participativa, lo que me permitió reconocer los agentes que conforman el *running*, su envergadura, saber dónde buscar y acceder al material que conforman el corpus de esta tesis. Contar con la experiencia física de la actividad me ha permitido entender las lógicas y las sensibilidades que se mueven en el *running*. No obstante, dado el estado de la cuestión sobre el *running* en Argentina, el presente estudio se concentra en las dimensiones objetivas de esta práctica antes que en las subjetivas.

Con el objetivo de facilitar su lectura, en esta introducción presentamos el estado de la cuestión (1.2), el enfoque conceptual (1.3) y las cuestiones metodológicas (1.4). Luego se explicitan los objetivos (1.5). Finalmente, se desarrolla sintéticamente el contenido de los capítulos de esta tesis (1.6).

---

<sup>2</sup> Utilizamos el anglicismo porque tanto a nivel local, como en otros países no angloparlantes, se lo denomina con ese término y no en castellano o su idioma local. Dentro de la práctica del *running* es sumamente común utilizar el inglés para denominar un amplio conjunto de prácticas y agentes, entre ellas están: *runner*, *running team*, *coach* y *peacer*.

<sup>3</sup> Ultramaratón es toda carrera con una distancia mayor al maratón (42,195 km), las hay desde 50 km hasta más de 200 km.

## 1.2 Estado de la Cuestión:

En primer lugar partimos de la siguiente definición de deporte:

“Entendemos al deporte como aquella actividad física, de carácter competitivo, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas que se encuentran institucionalizadas” (Giles, 2009).

Definimos al *running* como una práctica deportiva, ya que posee (como veremos) un carácter competitivo que se presenta en las carreras, quienes lo practican (los *runners*) se someten a entrenamientos y a normas.

Tal como señala Alabarces (1998a), los estudios sobre deporte en América latina y en nuestro país han sido relegados a “temas menores”, contrariamente a lo que sucede en Europa y Estados Unidos. Desde la década del '90 se ha ido saldando ese vacío. Podemos encontrar importantes aportes a los estudios del deporte, que lo analizan principalmente:

- como constructor de identidades, tanto de localización geográfica como de género (Alabarces, 2004; Archetti 2003, 1985; Rodríguez 1996a, 1996b).
- como mercancía massmediática, enmarcado dentro de los fenómenos de la industria cultural (Alabarces, 1998b, 2000, Moreira, 2012).
- como interrelación entre los estratos superiores y las formas de sociabilidad (Iuliano, 2008, 2010; Hang, 2011).

Si bien en Argentina el *running* no ha sido problematizado desde la academia, sí podemos encontrar diversos estudios en Europa y Estados Unidos.

- primeros trabajos que dan cuenta de los *runners* y los definen (Smith. S, 2000, 1998 y Yair, 1992).
- abordajes del *running* desde la etnografía y la autoetnografía (Allen Collinson y Hockey, 2007; Allen Collinson y Owton 2014; Allen Collinson 2008, 2005).
- trabajos etnográficos sobre ciertas aristas del *running*, como es una carrera (Shipway y Jones 2008)
- trabajos de especificidad sobre la construcción propia que hacen los *runners* de los componentes de su actividad, como es el espacio temporal (Smith G. 2002).
- el *running* entendido desde un enfoque de vida saludable (Shipway y Holloway, 2010).

- la relación entre *running*, *sponsoreo* y marcas (Lough et al 2014).

Recuperando el trabajo de Ramón Llopis-Goig y David Llopis-Goig (2010) entendemos el *running* como un deporte actual, moderno y urbano que se caracteriza en su práctica por ser una actividad individual y que muestra pautas orientadas a la construcción de un estilo de vida activo, funcional y saludable.

A través del análisis de Sanz et al (1992) podemos ver cuáles son las formas que asume el cuidado del cuerpo en el *running*. Este deporte comprende prácticas ascéticas y de alimentación, que se transmiten al público mediante un discurso que hacen de esta práctica un medio para mejorar el propio rendimiento en distintas esferas de la vida personal y social (Sanz et al, 1992: 281).

Dado la falta de producción local sobre *running* (en concordancia con la afirmación de Alabarces) es que en la presente tesis recurrimos a una bibliografía *alternativa*. Si bien retomamos los trabajos de *running* de otros países y regiones, debemos ampliar nuestra mirada para articular el *running* con los conceptos de cuerpo, deporte y capital social. Utilizamos entonces bibliografía ligada al *fitness*.

En Argentina, son pocos los trabajos que abordan, empíricamente, el campo cultural del *fitness*. Solamente, hemos encontrado el de Landa (2011). Dicho trabajo nos ha aportado cuestiones conceptuales, así como un relevamiento riguroso de los antecedentes académicos de este campo de estudio. En el mismo se encuentran referenciados los trabajos de Jennifer Smith Maguire (2006), que abordan al *fitness* a través de los conceptos boudieanos de *campo* y *habitus*.

Smith Maguire (2006:2) define al estado *fitness* como una combinación de fuerza, flexibilidad y resistencia cardiovascular, íntimamente asociado a expectativas sociales, y a una apariencia corporal que comunica a la sociedad la capacidad de autocontrol de un individuo. De acuerdo con la autora, el mandamiento social de estar delgado y en forma está relacionado con las exigencias sociales de encajar en una dinámica socio-productiva que se presenta como dominante, por un lado y por el otro, con las capacidades con las que cuenta el sujeto para cumplir con las mismas (Smith Maguire, 2006:2).

La cultura del *fitness* pareciera indicarnos que solamente entrenando duro, yendo al gimnasio y siguiendo ciertas pautas alimentarias uno puede estar delgado (Smith Maguire, 2006). No obstante, el mensaje que se emite desde las publicidades de los gimnasios, institución central de esta cultura comercial, es contradictoria. Si bien la práctica del *fitness* supone un sinfín de técnicas de autodisciplinamiento, el gimnasio se ofrece como un espacio placentero y divertido para los (potenciales) practicantes (Landa, 2009). El *running* se presenta de forma similar, los *running teams* y las carreras son un espacio para entrenar, para disfrutar y hacer amigos. Pero al mismo tiempo presenta una mercantilización de las relaciones interpersonales y sus practicantes incorporan una relación instrumental con el cuerpo. Esta es la misma lógica que está presente en los

gimnasios y en la cultura *fitness*, la cual se entronca con la del *management*, al estructurarse en torno a un dispositivo de comercialización de los vínculos entre los profesores/entrenadores y los alumnos. (Landa, 2011:102,115, 119).

En esta discusión, emergen algunos tópicos significativos que encuentran continuidad con el enfoque de nuestra investigación:

1. La relación entre deporte y salud, y el papel, cada vez más reducido, del Estado en el cuidado de la salud. Autores como Samaniego y Devís Devís (2007) critican el modo que una visión neoliberal de la salud hacen de la actividad física un medio para prevenir o evitar la diseminación de determinadas patologías y epidemias (no contagiosas) en la población. Salutismo es el nombre de la política sanitaria que desplaza la responsabilidad de la práctica de la actividad física del Estado al ciudadano. De esta manera, se desatiende el impacto que las condiciones objetivas,<sup>4</sup> así como las políticas sociales y de salud pública tienen en el estado sanitario de la población.

2. La relación entre cuerpo y belleza, mediada por la intervención del mercado: Shilling (2003:2) nos muestra que en la cultura de consumo contemporánea el crecimiento masivo de empresas y productos orientadas al embellecimiento así como a la transformación y optimización del cuerpo, otorgan a éste un rol central en el marco de los procesos identitarios de sus consumidores. Siendo que el cuerpo hace de carta de presentación al exterior (Goffman, 1989; Gilmore 2004: 2) es que el sentido de identidad está puesto allí.

3. La relación entre la búsqueda de los desafíos y éxito. Ehrenberg (2010) en su trabajo "O culto da performance" nos muestra cómo se entrelaza el concepto de desafío en el mundo deportivo y el laboral. En el análisis que realiza el autor sobre el culto a la *performance*, entiende que los sujetos conciben al deporte como un símbolo de competencia y de (auto) gestión personal. El éxito deportivo opera entonces en dos niveles, cómo éxito personal, y como gestión personal, al mismo tiempo que organiza las políticas de despido y de reinserción laboral (2010:14). El éxito es una de esas metas socialmente impulsadas en los contextos del nuevo capitalismo (Boltanski y Chiapello, 2002), y entendemos que el mismo se hace presente dentro de la práctica del *running*.

### 1.3 Enfoque Conceptual:

Es innegable que las perspectivas foucaulteanas han revolucionado la manera de concebir el cuerpo. Este cobró centralidad en su propuesta conceptual y de investigación. En su concepto de poder, el cuerpo es atravesado y producido por las relaciones de fuerza.

---

<sup>4</sup> Factores sociales, económicos, urbanos.

En el marco de esta tesis recuperamos su perspectiva a partir de dos conceptos claves: el de práctica y el de tecnología de gobierno.

Por práctica, Foucault entiende “la racionalidad o la regularidad que organiza lo que los hombres hacen (“sistemas de acción en la medida en que están habitados por el pensamiento”) (...) que tiene un carácter sistemático (saber, poder, ética) y general (recurrente) y que por ello constituye una ‘experiencia’ o un ‘pensamiento’” (Castro, 2004:427).

Como señala Crisorio (2015, 2011), cuyas investigaciones presentan un particular interés por el estudio de las prácticas corporales, esta definición conlleva una cuestión de método. La investigación de lo que Foucault (1993:16) define como “sistemas prácticos”:

“no toma como campo de referencia ‘ni las representaciones que tienen los hombres de sí mismos, ni las condiciones por las que son determinados sin saberlo, sino más bien lo que hacen y cómo lo hacen (homogeneidad), las formas de racionalidad que organizan sus modos de hacer y la libertad con la que actúan dentro de estos sistemas prácticos...” (Crisorio, 2015: 24).

Por un lado, las formas de racionalidad que organizan los modos de hacer constituyen el “aspecto tecnológico” de las prácticas: lo que hay que hacer (Foucault, 1993; Crisorio, 2015:24). En el caso del *running*, sería: correr de un modo específico en un marco organizado por diferentes reglas. Por otro lado, la libertad con la que se actúa dentro de esos modos de hacer “organizados”, es el “lado estratégico” (Foucault, 1993; Crisorio, 2015:24). En el caso del *running* sería la técnica, la destreza, la agilidad, el estilo que identifican el “correr bien” y el hacer una “buena carrera”.

De este modo, la noción de práctica en tanto “formas de hacer, pensar y decir”, nos ha permitido indagar e identificar el conjunto de reglas y los sistemas de pensamientos que organizan y configuran en su especificidad a la práctica del *running* (Foucault, 1993, 1996).

En nuestra tesis pensamos al *running* en tanto práctica ya que supone un discurso propio (y en tanto discurso es una práctica que moldea la percepción de la realidad, Foucault, 1979) bajo el cual se enmarcan diversas formas de pensar y hacer. Estas no se limitan únicamente al aspecto tecnológico, la ejecución de la actividad, sino que en tanto práctica se vincula con las formas de pensar y entender:

- el espacio físico dónde se desarrolla la actividad (un espacio público que se encuentra en tensión).
- el tiempo en el cual se enmarca la actividad.
- la salud y quienes conforman a los agentes responsables de ésta.

- las relaciones (comerciales) que se dan entre los diversos agentes: *running teams*, empresas organizadoras de carreras, *runners*.

En cuanto a las tecnologías de gobierno, estas se clasifican entre tecnologías de poder y tecnologías del yo. Mientras las primeras abarcan las tecnologías a las que son sujetados los sujetos, las segundas son las operaciones que realizan los sujetos sobre sí mismos con el fin de alcanzar un estado de felicidad o sabiduría que corresponde con una moral determinada (Foucault, 1991).

Dentro de las tecnologías del yo se enmarca la noción del “cuidado del sí”. El conjunto de prácticas del cuidado del sí no es el resultado de una práctica individual sino que esta es una práctica social. En el cuidado del sí la atención es llevada al cuerpo con el fin de corregirlo (Foucault, 2005a).

Para nuestro análisis no tomamos las tecnologías del yo en el sentido clásico en el que las presenta Foucault (relacionadas con una ética en la cultura helénica), sino que las podemos enmarcar dentro de las culturas terapéuticas, en donde funcionan bajo una gubernamentalidad neoliberal y como dispositivo de control de los sujetos (Papalini, 2013a:256, 2007). De la misma forma, el uso que hacemos del concepto del cuidado del sí no es el que utilizó Foucault (2005a) para el estudio de las sectas griegas (como un saber sobre sí mismo), sino que en la modernidad devino en las prácticas del cuidado propio (Papalini, 2013a:258).

Podemos pensar las tecnologías del yo ya no como una búsqueda de moral y felicidad, sino como una forma de adhesión del sistema social de producción, en donde se produce una sujeción, adhesión y control de los sujetos. Asimismo, el cuidado del sí abandona su sentido de introspección con el fin de un mayor conocimiento de sí mismo, para convertirse en un conjunto de prácticas del cuidado que funcionan como control de los cuerpos (Papalini, 2013a: 256, 258). Es bajo este marco que en la presente tesis usamos y entendemos tanto las tecnologías del yo como el cuidado del sí.

El concepto de dispositivo, en menor medida también se encuentra presente en nuestro análisis. Partimos de la siguiente definición de Foucault (2002a: 299):

“Lo que trato de indicar con este nombre, en primer lugar, un conjunto resueltamente heterogéneo que incluye discursos, instituciones, instalaciones arquitectónicas, decisiones reglamentarias, leyes, medidas administrativas, enunciados científicos, proposiciones filosóficas, morales, filantrópicas, brevemente, lo dicho y también lo no-dicho, éstos son los elementos del dispositivo. El dispositivo mismo es la red que se establece entre estos elementos”.

El dispositivo es entonces un conjunto de prácticas, saberes e instituciones cuyo objeto es administrar, gobernar, controlar y orientar, en un sentido que se supone útil, los comportamientos, gestos y pensamientos de los hombres (Berger, 2010: 344 en Landa, 2011:10).

Por otra parte, recuperamos el modo en que Landa (2011: 187-236) trabaja al *fitness* como dispositivo de espectacularización de los cuerpos en forma. Asistimos, a este proceso tanto en las carreras de *running*, como en el modo en que se exhiben los cuerpos en las revistas especializadas en esta práctica deportiva.

Asimismo, la noción de dispositivo se presenta en una acepción más tradicional en el marco de esta práctica, al introducir dispositivos tecnológicos (*chips* en las carreras), facilitando la masificación del control de los participantes. Además, siguiendo a Costa (2008) inscribimos al *running* en el marco de lo que esta autora define como dispositivo de corporalidad.

Por lo tanto, los conceptos de práctica, tecnologías de gobierno y autogobierno, nos son útiles para entender las relaciones de fuerza que atraviesan al cuerpo de los *runners*. También nos permiten entender cómo los cuerpos son producidos en el marco de distintas organizaciones y dispositivos político-económicos. Aspectos tales como la alimentación, las formas gestuales de los sujetos, la indumentaria y los cuerpos, aparecen como objetos de regulación por distintas entidades, con el fin de producir un cuerpo productivo, homogéneo y funcional al régimen capitalista (Foucault, 1990).

A lo largo de la presente tesis podemos ver como se presenta en el discurso *runner* la búsqueda de un cuerpo productivo, saludable y autosuficiente. Es por ello que para analizarlo utilizamos otro concepto foucaulteano (2007:64-65, 263-264) el de “empresario de sí mismo”. Este individuo que se constituye en su propio capital, fuente de sus propios ingresos, comprende un conjunto de atributos - autogestión, polivalencia, proactividad, autonomía, creatividad, liderazgo- que constituyen hoy parámetros de inclusión que determinan la empleabilidad de los cuerpos en el escenario empresarial contemporáneo (Du Gay, 2003:215, Pierbattisti, 2008 y Landa, 2011: 159, 162, 273). El empresario de sí mismo se configura como el tipo antropológico ideal para afrontar las exigencias funcionales y económicas de los diagramas empresariales del presente (Landa y Marengo, 2015).

El cuerpo del *runner* presenta diversas características, como ya vimos emerge como un cuerpo que encarna ciertos parámetros de empleabilidad. Pero también se exhibe frente a otros cuerpos. Esta relación se da ante semejantes (otros *runners*) como ante quienes no lo son. Con el fin de analizar esta relación es que utilizamos el concepto de “capital corporal” (Wacquant, 2006). El autor retoma el concepto de *habitus* de Bourdieu para explicar las propias reglamentaciones y moralidades que se constituyen en la práctica de un deporte. Wacquant diferencia el capital corporal del social y del económico. Este capital es una herramienta para la competencia individual y el éxito económico (2006:11). El tipo de cuerpo que se moldea en la práctica del deporte se diferencia automáticamente de otros tipos de cuerpos que no se ven atravesados por el dispositivo del entrenamiento deportivo.

Como enmarcamos nuestro trabajo bajo una mirada Foucaulteano y anclamos nuestro análisis en el concepto de práctica, es que creemos que el *running* excede lo deportivo-recreativo, por lo que nos vemos obligados a enmarcar y definir el tiempo en el que tiene lugar. Para ello ponemos en tensión el concepto tradicional de ocio. Algunos autores como Dumazedier (1971) y Escalera (2000) entienden el ocio como un tiempo no productivo y enmarcan a las actividades deportivas bajo una subcategoría de actividades del orden mimético. Pero considerando que nuestro abordaje del *running* supera esta concepción nos vemos obligados a tomar otras acepciones.

En el marco de la sociedad en la cual se lleva a cabo la práctica del *running*, el tiempo del ocio ya no puede separarse del tiempo productivo. La tradicional distinción entre el tiempo laboral (productivo), y el tiempo libre (no productivo) se torna obsoleta. Autores como Iso-Ahola y Mannell (2004:185) y Haworth (2004:170) afirman que las actividades del tiempo libre tienen un uso de recuperación de y para el trabajo. El tiempo libre se convierte en un instrumento para descansar del trabajo y ser así más productivo a nivel laboral. El tiempo libre pasa a tener un uso instrumental (Rojek, 2004: 61).

También nos vemos obligados a conceptualizar el espacio en el que se desarrollan las prácticas del *running*: carreras y *running teams*, como un espacio ambiguo donde lo privado y lo público se articulan de formas novedosas. En el discurso *runner* (como veremos en el capítulo II) el espacio público se configura como privado, no solo porque quienes abonan parecieran hacer un *legítimo* uso de él (lo que nos obliga a pensar cómo se construye el uso *ilegítimo*), sino porque se desdibujan las responsabilidades de los diversos agentes involucrados.

Dado las relaciones comerciales que se presentan en el *running* (donde los *running teams* y las carreras emergen como los más significativos), es que abordamos cómo se teje el discurso del *management* a lo largo de los diferentes estratos que componen el *running*.

Entendemos al *runner* (quien practica *running*) como un corredor amateur, diferenciándolo de los atletas profesionales/elite, por no contar con *sponsors* ni usufructuar con los premios pecuniarios que se otorgan a los ganadores en las carreras.

Utilizamos estos conceptos para poder estudiar las diversas aristas que componen al *running* desde un primer aproximamiento, en el que debemos analizar su relación (de tensión) con el atletismo, diferenciando ambas prácticas deportivas y estudiando la relación del *running* con las instituciones de atletismo.

Finalmente, nos concentramos en estudiar cómo se construye el sujeto *runner*. Los conceptos de práctica y de empresario de sí cobran centralidad, para definir y caracterizar el cuerpo y el sujeto del *running*.

#### 1.4 Metodología:

La investigación se llevó a cabo en la ciudad de Buenos Aires. La selección de esta localización es por razones de representatividad, principalmente, ya que aquí observamos la creciente *runnerización* de los espacios públicos. Asimismo, esta ciudad resultó fácilmente accesible para la investigación en terreno, lo que coadyuvó a que haya sido factible. El universo de estudio lo conformaron las organizaciones que crean y ofrecen las carreras conjuntamente con los *running teams* y los *runners* que participan de las mismas.

La investigación realizada es de tipo cualitativa, de carácter exploratoria-descriptiva. Contar con experiencia como participante de las carreras me permitió saber cuáles son las empresas más importantes, en qué canales difunden su información y cuáles son los espacios públicos más representativos de los *runners*, de los *running temas* y de las carreras. También me ha permitido realizar observaciones directas de cómo se desarrollan las carreras, partiendo desde el momento de inscripción hasta la participación del evento, incluyendo los procesos previos como retiro de *kits*. Sin embargo, la investigación de la presente tesis no se basa en documentación autoetnográfica, sino que se sostiene en fuentes documentales. Las fuentes se dividen en revistas sobre *running*, documentación de federaciones de atletismo, de las carreras de *running* y el marco legal bajo el que se encuentran. Sobre las revistas se realizó un análisis de contenido de las notas y de las imágenes, haciendo hincapié en las portadas de las revistas. A lo largo de la tesis las fuentes documentales aparecerán en un formato distinto, para un mejor y más rápido reconocimiento visual (formato en letra itálica y con encomillado).

Fuentes documentales: Recolección de revistas especializadas en *running* y documentación sobre las carreras. Al realizarse esta investigación en la ciudad de Buenos Aires, se priorizaron publicaciones locales de circulación nacional. La primera revista sobre *running* en salir al mercado fue *LNCorre*, del diario *La Nación*. Cabe aclarar que esta no es una revista en el sentido tradicional, ya que acompaña la salida del diario y no se vende por separado. Tampoco tiene una salida fija. El primer número salió el 19 de julio del 2013 y el último (hasta el momento de redacción de la presente tesis) el 30 de octubre del 2015. Cada edición salió siempre un día viernes sin recargo con el diario. Si bien no tiene un portal propio, tiene una sección dentro del portal del diario, una *fanpage* en *Facebook* y una cuenta de *Twitter*.

La segunda revista en salir al mercado fue *O2* en el mes de diciembre del 2013. Esta revista cuenta con una salida bimensual. Es propiedad de *Esfera Marketing*, el contenido lo realiza el *portal Atletas info* (que es previo a la publicación de la revista). Cuenta con una edición brasilera (previa a la argentina) y también con un portal hermano. Ambos sitios *webs* tiene la misma gráfica, logos y secciones. Si bien el contenido de cada uno es propio, son sobre la misma temática y con formato similar. La última edición es de los meses de octubre/noviembre del 2015.

Por último, resta *Runner's World Argentina*. Esta revista tiene una salida mensual, su primer número salió en el mes de septiembre del 2014. La edición local es propiedad de *Editorial Atlántida*. Esta revista nació en Estados Unidos en 1966 (con el nombre de *Distance Running News*) y en 1969 adoptó el nombre actual. Cuenta con ediciones locales en más de 15 países. A diferencia de la versión norteamericana, la revista en el país no cuenta con un portal propio, aunque sí tiene una *fanpage* en *Facebook* y una cuenta de *Twitter*. El último número que compone este corpus es del mes de diciembre del 2015.

Respecto a los documentos que conforman el corpus de esta tesis: reglamentos de inscripción y deslindes de responsabilidad de las carreras *runners*, son documentos personales de carreras en las que participé como corredora. Sobre esta documentación se ha realizado un abordaje legal, tomamos en cuenta las normativas y legislaciones que operan en el marco de la práctica del *running*. Si bien no cuento con experiencia en competencias de atletismo, al ser parte involucrada en el *running* conozco las instituciones que lo reglamentan, lo que me ha permitido saber dónde obtener dicha documentación: reglamentos y fichas de inscripción.

#### 1.5. Objetivo General y específicos:

Esta tesis se propuso analizar el fenómeno del *running* y las prácticas de (auto) control que en esta cultura activa se actualizan.

Para ello nos planteamos los siguientes objetivos específicos:

- describir e identificar los elementos que comprenden al *running*, a nivel de las organizaciones que lo promueven y de los *runners*.
- definir al *running* en tanto práctica e identificar las racionalidades que lo configuran.
- analizar las dinámicas mediante las cuales se articulan lo privado y lo público en el marco de las carreras y entrenamientos del *running*.
- indagar en el modo mediante el cual se expresa la dimensión de producción y de consumo en la cultura del *running* y en los vínculos entre cuerpo y sujeto en la práctica del *running*.

#### 1.6 Estructura de la Tesis:

Los capítulos de la tesis se presentan con una breve introducción, luego desarrollan el problema específico del mismo y cierran con una sistematización de las principales conclusiones del capítulo. En el primer capítulo, "*Historicidad del running*", se hace una presentación sobre lo que es el *running* (diferenciándolo del atletismo), se da cuenta a nivel cuantitativo de su crecimiento en el país y en la ciudad de Buenos Aires, como así

también se presenta un primer análisis sobre los *runners*, las carreras y los actores agentes involucrados en el *running*: marcas, empresas que organizan carreras, auspiciantes, *running teams*, profesores de educación física, material de lectura *runner* (revistas especializadas).

En el segundo capítulo, “*El tiempo del running*” abordamos como se configura el tiempo y el espacio en el cual se enmarca la práctica del *running*. Ponemos en tensión diversas miradas sobre el ocio y el tiempo libre, donde por tradición se enmarcan las prácticas deportivas. Analizamos las categorías clásicas de ocio y tiempo libre/tiempo privado (en tanto oposición al tiempo público, el del trabajo). También analizamos cómo se presenta el espacio público en dónde se llevan a cabo las carreras de *running*. Estudiamos la compleja trama que se cierne en torno a las carreras al privatizarse un espacio público y los diversos agentes involucrados, siendo los más importantes los *running teams* y las carreras. Analizamos cómo se configuran diversas estrategias del *management* en las múltiples relaciones mercantiles que se entretajan en torno a la práctica del *running*.

En el tercer capítulo de la tesis, “*Ser runner*”, analizamos cómo se presenta y se construye el cuerpo *runner* en nuestra nuestro corpus. Analizamos cómo se presenta y qué forma adoptan las tecnologías del yo y las prácticas de cuidado del cuerpo en el marco de esta práctica. Para esto, en una primera instancia, ponemos en relación los conceptos de: cuerpo, cuerpo *runner* y el *running* con el concepto del salutismo. Luego, analizamos cómo se configura este nuevo cuerpo entorno a lógicas de consumo. El dispositivo del *management* aparece como un elemento central en el marco de las relaciones que se tejen entre las organizaciones, los entrenadores y los *runners*. En tanto opera una idea de empleabilidad de los cuerpos de estos agentes. Finalmente, abordamos el modo en que en el *running* se configura un sujeto que toma su propio cuerpo y vida como un proyecto empresarial (Landa, 2011). Lo que permite pensar al *running* como una tecnología estratégica del dispositivo de la corporalidad, según lo desarrolla Costa (2008).

## CAPÍTULO I Historicidad del *running*

### 2.1 Breve resumen del capítulo

En este capítulo definimos y caracterizamos el término *running*. Para ello, realizamos una descripción detallada de la actividad basándonos en trabajos académicos sobre la temática y en observaciones de los escenarios del *running*. Los términos *running* y *runner* suelen ser confusos para quienes no practican esta actividad y son por el contrario, claros para sus participantes. Definir qué es y qué no es el *running* es entonces nuestro primer objetivo. Nuestro segundo objetivo es dar cuenta en términos cuantitativos del crecimiento que ha tenido esta práctica en Buenos Aires. Si bien se habla del carácter masivo de esta práctica como *boom del running*, no es fácil cuantificar la cantidad de practicantes (*runners*) como tampoco la cantidad de carreras, ni de *running teams*.

### 2.2 ¿De qué hablamos cuando hablamos de *running*?

*“Si alguien que hace jogging dos veces por semana sin cambiar nunca nada tiene un buen desempeño en carreras de 10 km, entonces no hay dudas de que si pasa al running obtendrá resultados muchísimos mejores. El nombre es lo de menos, pero las diferencias existen. (...) El jogging no es un deporte atrapante, el running sí lo es.”*

García, 2013:29

El *running*, como se explica en la introducción, es una actividad física que a primera vista es practicada por hombres y mujeres adultos, que corren a diversos ritmos<sup>5</sup> y por distintos motivos. Es sumamente común encontrar personas corriendo en los parques y espacios públicos de la ciudad de Buenos Aires, ya sea de forma individual o bien en diversos grupos, a los cuales se llaman *running team*. Una primera impresión podría suponer que quien corre es *runner*, siendo este un grupo homogéneo que incluye a un diverso grupo de personas.<sup>6</sup> Quien es corredor sabe que esto no es correcto, aunque no haya una definición única a la que pueda remitirse. Por este motivo, es que precisamos anclar y definir el término *running*.

En primer lugar, entendemos al *running* como una práctica deportiva, y al deporte como aquella actividad física de carácter competitivo, cuya práctica supone entrenamiento y sujeción a normas que se encuentran institucionalizadas (Giles, 2009).

Si bien la definición que tomamos de Giles del deporte nos permite entender que el *running* se enmarca dentro de dicha categoría (al cumplir con los requisitos de actividad

---

<sup>5</sup> Ver Glosario.

<sup>6</sup> Ya sea por su edad, su género, sus objetivos y desempeño.

física, entrenamiento y carácter competitivo a través de las carreras), aun nos resta caracterizar las especificaciones del *running* en tanto práctica deportiva.

En la presente tesis recurrimos a estudios empíricos sobre el *running* llevados a cabo en Inglaterra e Israel (Smith, S., 1998, 2000 y Yair, 1992), debido a la falta de trabajos etnográficos sobre el *running* en Buenos Aires u otras urbes argentinas, en el contexto local. No obstante, este material no da cuenta específicamente del fenómeno en Buenos Aires, sino que muestra cómo se manifestaba esta práctica en la ciudad de Londres y en Israel a partir de la década del '80. Todos dan cuenta del fenómeno del *running*, y si bien *a priori* uno podría suponer que presentan diferencias (cuanto al menos significativas) entre sí, podremos observar que las regularidades son mayores a las diferencias geográficas y culturales.

El autor Gad Yair (1992) en su trabajo "*What keeps them running? The 'circle of commitment' of long distance runners*" a partir de una investigación empírica procura caracterizar a los corredores israelíes. La mayoría son varones, con una edad promedio de 29 años, y con un nivel de escolarización de 13 años (el equivalente a primaria y secundario completo). El 80% participó alguna vez de una carrera y la mitad completó un maratón (42, 195 km)<sup>7</sup>. En este trabajo el autor divide a los *runners* en tres grupos: los profesionales, los semi profesionales y los amateurs. El criterio que utiliza para esta categorización está basado en tres aspectos: la cantidad de sesiones de entrenamiento por semana, los kilómetros recorridos por semana y la cantidad de competencias en las que participa cada año.

En la siguiente tabla podemos observar los resultados y ver que el *runner* amateur corre 47 kilómetros semanales en menos de 5 sesiones de entrenamiento, dando como promedio 10 km por sesión. Si bien está lejos de los 75 km del profesional, es una magnitud para nada despreciable

Tabla 1

Self-Concept Variable	Professional	ni-Professional	Amateur	Significance
Sessions/Week	6.6	5.0	4.7	<.001
Km/Week	75.0	60.0	47.0	<.001
Compt/Year	15.8	8.9	6.4	<.001

Fuente: Yair, 1992:262

Si bien, en una segunda instancia, el trabajo de Yair analiza aspectos que tienen que ver con el compromiso con la actividad, lo aborda en cada uno de los tres tipos de corredores recién mencionados. La categorización desde la que parte el autor no da cuenta de otras variables, como ser si el profesional trabaja como corredor, o si es que

<sup>7</sup> Ver Glosario.

cualquiera que corra 6.6 veces por semana ya lo es, si tuvieron o no experiencia previa en el atletismo en la infancia/juventud, qué sucede con las corredoras mujeres (que aquí representan un porcentaje significativamente inferior (Yair, 1992:267), qué carga horaria laboral tiene en promedio cada grupo: ¿es posible que el amateur corra poco porque trabaja más que el profesional, o tiene quizás un mayor tiempo de viaje a su trabajo? O analizándolo desde otro ángulo: ¿es posible que en cada categoría tengan una cantidad distinta de tiempo libre, o bien que el amateur la destine a otras cosas cuando el profesional solo a correr? Siguiendo la lógica de Yair, quienes corren menos de 47 km semanales y entrenan menos de 4.7 veces por semana no son *runners*. ¿Qué sucede con aquellos que corren de forma no sistematizada? ¿Con quienes no llevan una cuenta tan minuciosa de la cantidad de kilómetros corridos por semana? ¿O que entrenan con una frecuencia de dos o tres veces por semana en *running teams*? Resulta esta categorización, para nuestro propósito, incompleta al dejar estos factores fuera de su análisis.

Utilizaremos entonces una definición de *runner* que no se limite a lo cuantitativo, sino que aborde aspectos cualitativos de esta práctica. En este sentido, uno de los principales trabajos académicos en torno a este propósito es de Stuart Smith (1998), quien se autodefine como *runner*. El autor establece la diferenciación entre tres grupos: los atletas, los *runners* y los *joggers*. Los atletas son aquellos corredores de elite que corren con el único objetivo de ganar las carreras, pertenecen a instituciones o clubes, eligen las competencias en las que participan según las posibilidades que tienen de ganarlas, se conocen entre ellos (sus nombres, sus récords, sus tiempos),<sup>8</sup> representan una cantidad significativamente menor dentro de las carreras. Los *joggers*, por su parte, son corredores ocasionales: son personas que corren por salud o por estética, para bajar de peso, en el año pueden variar de actividad física según diversos factores: las ganas (pueden variar el entrenamiento de correr por una clase en el gimnasio), la temperatura y factores climáticos (invierno, verano, lluvias). Además recorren poca distancia en cada entrenamiento y tienen un ritmo lento (aunque no existe el ritmo que diferencie el *runner* del *jogger*). Se ven a sí mismos como *runners* y llaman a los *runners* “*serious runners*” (corredores serios). En el *jogging* (la práctica del *jogger*) se corre por motivos relacionados al *fitness*, para mantenerse en forma, mejorar la apariencia física, tener un estado saludable y sentirse bien (Sassatelli, 2010).

Finalmente, Smith (1998) define al *runner* como un corredor que sabe que no va a ganar ninguna carrera, que realiza la actividad más allá que por motivos de salud o *fitness*, y que tiene un plan de entrenamiento.<sup>9</sup> Lo que lo distingue del *jogger* es el grado de

---

<sup>8</sup> Ver Glosario.

<sup>9</sup> Ver Glosario.

compromiso que tiene con la actividad, por ello es sistemático con su práctica. Para el *runner* es importante que no lo confundan con un *jogger* (a quien denomina un *fun runner*, alguien que corre por diversión), hay un *status* y un respeto entre pares. En esta tesis tomaremos esta definición de *runner* y denominaremos *atleta de elite* a lo que Smith definió como atleta. Especificaremos al atleta que practica atletismo como atleta, aún cuando este término suele utilizarse para denominar a cualquier persona que realiza cualquier deporte profesionalmente.

Esto nos permite identificar un primer elemento distintivo de esta práctica. Es diferente cuando se entrena y corre en el campo del *running*, que cuando se lo hace en el campo del atletismo. El atletismo es un conjunto de distintas disciplinas, entre las cuales correr es solo una de ellas. Dentro de esta subcategoría existen pruebas individuales de velocidad y de distancia. Tanto los entrenamientos como las competencias se realizan en pistas de atletismo, que deben estar certificadas.<sup>10</sup> Para el atletismo, se considera una prueba de resistencia a cualquier carrera igual o superior a 1500 mts., mientras que las distancias inferiores son de velocidad. Para un *runner*, no hay un término único que separe una carrera común de una de resistencia, ya que eso dependerá de su capacidad física que puede ir variando e incrementarse con el desarrollo de la práctica. Comúnmente suele decirse que a partir de un medio maratón (21 km) ya se está haciendo una carrera de resistencia. Un *runner* experimentado podrá decir, por ejemplo, que hacer una carrera de 5 km es una buena distancia para hacer velocidad, mientras que un atleta estaría haciendo resistencia. Otra diferencia que hace al *runner* del atleta es el léxico que utiliza; mientras el *runner* expresa las distancias en kilómetros, el atleta lo hace en metros. Un *runner* corre carreras de 5 km y 10 km, mientras un atleta corre 5.000 mts. y 10.000 mts. Si bien la distancia es la misma en ambos casos, la forma en que se expresa la distancia difiere entre un grupo y otro. El *runner* difícilmente vaya a correr en pelotón, mantener la derecha o la izquierda según corresponda a su ritmo, mientras ésta es la única forma en la que corre un atleta. Podemos encontrar otra diferencia: el factor etario, mientras el *runner* no tiene un límite máximo de edad para competir (aunque sí un límite mínimo legal para participar de las carreras, debe ser mayor de 18 años), el atleta al superar los 35 años ya compete en la categoría *máster* (o veterano). Por último: la divulgación, el precio de inscripción y el estilo de las carreras difieren entre sí. Las carreras de los *runners* son carreras de calle<sup>11</sup> (o bien de aventura)<sup>12</sup>, son organizadas por empresas privadas (que en

---

<sup>10</sup> En Buenos Aires existe la Federación de Atletismo Metropolitana (FAM) y en Argentina la Confederación Argentina de Atletismo (CADA). alguna de estas instituciones debe certificar que la pista cumpla con las medidas obligatorias: 400 mts, de seis a ocho carriles y el suelo debe ser de tartán.

<sup>11</sup> Ver Glosario.

<sup>12</sup> Ver Glosario.

octubre de 2015 conformaron una Cámara Empresarial), difundidas en sus páginas *webs*, redes sociales y revistas especializadas. El precio de la inscripción<sup>13</sup> para una carrera de calle es de un mínimo de 200 pesos argentinos para una distancia de 10 km (unos 20 dólares americanos). En cuanto a las carreras, sin importar la distancia de éstas, todas tienen un mismo formato: se realizan en grandes espacios públicos (principalmente bosques de Palermo, Puerto Madero y la Costanera). La entrega del *kit* se realiza con antelación (usualmente dos días antes del evento), para facilitar que la gente llegue a la carrera con la remera oficial y con el dorsal correspondiente. Sobre la línea de largada hay un reloj que marca el tiempo (cuenta regresiva antes de la largada y luego el tiempo bruto), al costado de la línea de largada hay una pareja de animadores y suele haber también una entrada en calor dada por un profesor de educación física. Durante la carrera, dependiendo de la distancia, hay diversos puestos de hidratación (agua y bebidas isotónicas)<sup>14</sup> y carteles que indican la distancia corrida (expresada en kilómetros). En la llegada (que es el mismo lugar de largada) se ofrece nuevamente más bebidas, frutas y algunas barras de cereal, se suele dar una medalla a cada corredor y en caso que hubiera un *chip*<sup>15</sup>, éste se devuelve. Durante las carreras hay equipos de fotógrafos y camarógrafos que retratan a los corredores.<sup>16</sup>

Por el contrario, las carreras de atletismo son organizadas y difundidas por las diversas federaciones, se realizan en pistas de atletismo, no hay entrega de *kit* ni de remera (solo del dorsal). Las carreras no son eventos populosos, concurridos en las que haya animadores ni música.

Los atletas pagan un arancel anual para pertenecer a estas instituciones. En algunas oportunidades cada federación abona el costo de inscripción de las carreras, en otros el atleta paga un bono por carrera, o un uno que lo avala para participar en varios eventos anuales.<sup>17</sup>

---

<sup>13</sup> El costo de inscripción incluye el permiso a participar de la carrera, y el *kit* que está compuesto por una remera técnica y el *chip* para la toma de los tiempos. Muchas veces también hay productos promocionales de las marcas auspiciantes. Al llegar a la meta se da una medalla a los corredores de carácter participativa, denominada medalla *finisher*.

<sup>14</sup> Se llama bebidas isotónicas, bebidas rehidratantes o bebidas deportivas a las bebidas con gran capacidad de rehidratación. En el mercado argentino local las más conocidas son *Gatorade* (de *PepsiCo*) y *Powerade* (de *Coca-Cola*).

<sup>15</sup> Ver Glosario.

<sup>16</sup> En la página web de cada carrera hay una sección de fotos y videos del evento. En las carreras también hay fotógrafos de empresas que se dedican a sacar fotos de las carreras para luego subirlas a sus páginas webs para que los corredores pueden comprar las fotos.

<sup>17</sup> Ver corpus 8.1.4.

### 2.3 *Running* y atletismo: campos en disputa.

La revista O2 es una revista bimensual que salió al mercado a fin de 2013. En su número 4,<sup>18</sup> en la sección controversia (en la que sobre una temática que cambia edición a edición, hay una persona a favor y otra en contra), discuten justamente sobre si el *running* aporta para que crezca el atletismo. Luis Migueles, ex atleta y récord nacional, dice:

*“Para mí, el running y el atletismo van por separado. Ha crecido mucho el fenómeno del running, pero sobre todo de corredores de treinta años o más. No hay tanta gente joven corriendo. Además, yo no veo un crecimiento en los torneos y en la pista”. Migueles, L. (2014). ¿El running aporta para que crezca el atletismo?, O2, N°4, 69.*

Migueles señala precisamente dos puntos centrales: por un lado los *runners* son adultos y cualquier deporte federado, como el atletismo, necesita de una base de deportistas en las categorías infantiles y juveniles. Por el otro, hay un crecimiento de las carreras *runners*, pero no de eventos de atletismo. Migueles indica que el crecimiento del grupo etario de los corredores es de 30 años, pero que estos al no competir en carreras de atletismo no lo hacen dentro de la categoría *máster*, lo cual ayudaría a crecer a las federaciones por contar con más socios y participantes.

El ex atleta Oscar Cortinez, quien hoy dirige su propio *running team*, también da cuenta de esta situación: crece el *running* pero no el atletismo. Cortinez cree que esto se debe a la falta de implementación de políticas para que éste se desarrolle; por lo que los atletas se ven obligados a participar de carreras de *running* como medio de vida.

*“El running creció muchísimo, y agradezco eso, porque soy un privilegiado por laburar de lo que me gusta, que es algo que hace veinte años no me imaginaba que fuera posible. Pero estaría bueno que se pueda achicar la brecha que hoy existe, para que mejore también el atletismo. Hay calidad, pero hoy no existe una política estructural que enamore a los atletas que quieren hacer atletismo y no running” Chaves, M. (2014). Indumentaria y Accesorios, O2, N° 6, 36.*

En un mismo sentido, Sebastián Tagle da su testimonio en la revista *Runner’s World* Argentina. La revista salió al mercado local en septiembre del 2014, es la edición local de *Runner’s World*, revista norteamericana que salió por primera vez en 1966. En Argentina la edita Editorial Atlántida, propiedad de la editorial *Televisa*, y tiene una salida mensual. Sebastián Tagle es el director y fundador del *Club de Corredores*, la mayor empresa en Argentina organizadora de carreras. Tagle, en su pasado trabajó en la empresa *Nike* en el área de marketing. Es poco casual que esta empresa organizara hasta el 2013 la carrera

---

<sup>18</sup> Ver Corpus 8.2.

de 10 km denominada *We run BsAs* (carrera que se organiza al mismo tiempo en distintas ciudades de América Latina), y por el otro una de 5 km exclusiva para mujeres denominada *She runs*. En el 2014, *Nike* eliminó a nivel local ambas carreras para concentrarse en un medio maratón que se corrió por primera vez el 8 de junio del 2014 al que llamó "*We run BsAs 21 km*".

En la edición número 2 de *Runner's Argentina* le preguntan a Tagle:<sup>19</sup>

*-RW: ¿Notas que haya una diferencia entre el atleta y el runner o los ves en un mismo grupo?*

*-ST: Es una pregunta difícil porque hoy los atletas de primer nivel están corriendo las carreras de calle. Entonces hacer una diferenciación me parece que no está bien. La gran masa está en las carreras masivas y los atletas que entrenan en la pista se vuelcan también a esas por distintos motivos.*

El motivo principal que Tagle no menciona pero que se entre deja ver, es que los atletas participan de esas carreras masivas porque allí es dónde pueden obtener premios pecuniarios de mayores montos y porque los atletas son auspiciados por marcas de indumentaria deportiva que a su vez organizan estas carreras, como ser el *Medio maratón de Nike*, los 10 km de *Fila*, los 15 km de *New Balance* o el medio maratón y el maratón de *Adidas*. Los atletas participan de estas carreras con un propósito laboral y productivo.

La siguiente pregunta que le realizan deja en claro este punto:

*-RW: Es un fenómeno mundial, hoy los africanos a los 20 años van a la calle, donde están el dinero y la exposición (sic).*

*-ST: Sí, lo que pasa es que acá casi no hay pista de campo, es una falencia, no se apoyan ese tipo de carreras. Yo recuerdo que si le decía mi entrenador "quiero correr un maratón", él respondía "búscate un entrenador". Se perdió eso de, primero buscar una marca. Debería destinarse un presupuesto a que los jóvenes puedan ir a la pista, aprender lo que eso te enseña. La calle no te va enseñar a bajar marcas, vas a ir a distancias cada vez más largas donde no vas a poder progresar. Entiendo que una persona de 40 años que trabaja en la oficina quiera buscar un maratón e ir a correr el de Nueva York. Empiezan a entrenar y a los pocos meses quieren correr un medio (nota: un medio maratón, 21 km). ¿Por qué? Porque no quiere sufrir en las distancias cortas. Se escudan en las distancias largas. Correr los 1.500 mts era ir a sufrir como loco. Sería bueno volver a eso. Lo propuse, el tema es que tiene que haber un consenso para que podamos ofrecerle a los chicos divertirse ahí.*

Tagle hace hincapié en dos puntos, por un lado al igual que en el testimonio de Migueles en la cuestión etaria. Y el segundo punto es que los *runners* si bien buscan desafiarse, y por ello van probando distintos tipos de carreras, a diferencia de los atletas, su foco no está puesto, meramente, en los tiempos, no buscan un entrenamiento de atletismo.

---

<sup>19</sup> Ver Calviño, J.P y Rossi. D (2014). Conversación entre runner's, *Runner's Argentina*, N ° 2,75-79.

Estas tensiones que presentan estas prácticas no solo la notan los atletas, que hoy se dedican de forma profesional al *running*, sino también es advertida por los mismos participantes:

*“El atletismo le ha hecho mucho mal al running callejero. El gran problema de los corredores es que hayan salido los atletas de pista a decirnos que tenemos que hacer abdominales, cuidarnos con la hidratación y las comidas, ir a dormir temprano. Todo bien alejado del espíritu del verdadero runner, por eso los entrenadores de atletismo fracasan con los trotadores”, desliza irónicamente Hugo Tesa mientras muerde una porción de de muzzarella en Pizza Cero. Esta premisa marcará el ritmo de la charla. ‘nosotros no somos atletas, somos oficinistas que corren’. Calviño, J.P (2014). Entre copas, Runner’s Argentina, N° 4,78.*

Este testimonio de un *runner* que se autodefine como oficinista que corre, seguramente para diferenciarse de los atletas, da cuenta del fenómeno que mencionábamos previamente: los atletas llegan al *running* como propósitos laborales y económicos, ya sea dirigiendo grupos de entrenamiento o compitiendo en las carreras. El crecimiento del *running* no parece estar favoreciendo al desarrollo del atletismo, ya sea porque como tal como afirman Tagle, Cortinez y Migueles, no hay políticas que se estén instrumentado para hacer crecer el atletismo, no se fomenta la actividad en generaciones más jóvenes y es inviable que un deporte federado crezca con participantes que “son oficinistas que corren”. Esto se debe no solo porque no tienen la disciplina para practicar un deporte de alto rendimiento, la edad óptima para competir, sino precisamente porque son personas ya adultas que tienen un trabajo que es incompatible con una vida deportiva de elite.

*“El running crece como una actividad recreativa y de perfil participativo, con un gran impacto de la sociedad, lo que debemos festejar y continuar alentado. Paralelamente no se observa un desarrollo equiparable en el desempeño de los atletas de primer nivel. El desafío, de cara al futuro, es estructurar caminos que permitan que el boom del running tenga un correlato con la performance de nuestros deportistas de elite.” Nardillo, R. (2014). Cantidad y Calidad, O2, N° 5, 82.*

Estos testimonios dan cuenta de algunas de las diferencias entre el *running* y el atletismo, que no terminan allí. Cómo ya mostramos, las diferencias se manifiestan desde el momento de la inscripción a las carreras, ya sean de calle (*running*) o de pista (atletismo). En nuestro corpus 8.1 podemos ver los reglamentos de las carreras *running* y de atletismo. Elegimos dos carreras masivas de calle organizadas por dos empresas distintas, una por el *Club de Corredores* (Maratón Consejo, 8. 1.1) y otra por *TMX* (Maratón McDonald’s, 8.1.2). En cuanto a las carreras de atletismo contamos con los reglamentos de *CADAV* (Circulo argentino de atletas veteranos, 8. 1.3) y de la *IAAF* (Federación

Internacional de Atletismo, corpus 8.1.4)<sup>20</sup> que son aplicados por las diversas instituciones de atletismo tanto a nivel local como mundial.

Allí podemos apreciar que los reglamentos de las carreras de calle se centran, principalmente, en lo normativo respecto: a) el pago de la inscripción, el circuito (lugar y hora), entrega del *kit*, uso de la remera oficial de la carrera, lo referido al *chip* (toma de tiempos), premiación, servicios (guardarropa, baños químicos) y deslinde de responsabilidad de la organización.<sup>21</sup>

Por el contrario, los reglamentos de atletismo hacen por un lado (8.1.3) hincapié en el uso de la indumentaria obligatoria según la categoría (a cada rango etario le corresponde un color de short) y el 8.1.4 define: las categorías por edad y por sexo, el vestuario, zapatillas y dorsales y la asistencia a los atletas.<sup>22</sup>

Mientras el primero hace foco en el pago, en los servicios que da la carrera, el *kit* y la remera, el segundo se centra en lo normativo del deporte, en las normas que hacen a lo constitutivo al deporte. Su reglamento es característico de una federación deportiva, mientras en el *running* el reglamento se asemeja más a un contrato en el que se especifica cuál es el servicio ofrecido y la contraprestación que la empresa brindará al *runner* por el pago de la carrera.

El *running* al no estar regulado por una federación, u otra institución, que lo entienda como un deporte *stricto sensu*, no tiene normas propias, sino que toma algunas del atletismo. En las revistas ya mencionadas podemos ver como se alecciona al *runner* sobre cómo debe comportarse en las carreras. Tanto en la revista *Runner's Argentina* como en O2 hay un artículo sobre los buenos modales de los corredores. O2 presenta 10 mandamientos del *running*.<sup>23</sup>

- 1) No arrojarás residuos en la calle.
- 2) Evitarás formar "paredones".
- 3) Dejarás la izquierda libre.
- 4) Te inscribirás debidamente en las carreras.
- 5) Largarás de acuerdo a tu pelotón.

---

<sup>20</sup> En el corpus 8.1.4 solo están las normas referidas a las competencias de pista, las reglas de competición completas están disponibles en el manual de la IAAF en español en, recuperado de 28 de febrero de 2016, [http://www.cadav.mipie.com.ar/Torneos/Manual\\_laaf\\_2014-2015.pdf](http://www.cadav.mipie.com.ar/Torneos/Manual_laaf_2014-2015.pdf)

<sup>21</sup> La responsabilidad pasa al participante.

<sup>22</sup> Solo es obligatorio el dorsal, las remeras son obligatorias solo en caso de representar un club.

<sup>23</sup> Revista O2, N° 2, Marzo/Abril 2014, pp.22-25.

- 6) Usarás el baño químico.
- 7) Tendrás cuidado al posar para las fotos.
- 8) No empujarás al próximo.
- 9) No estacionarás en la llegada.
- 10) Solo tomarás lo necesario.

Mientras en *Runner's* el artículo titulado “La guía de *Runner's* de Etiqueta para Carreras”<sup>24</sup>, indica en ciertas situaciones lo que hay que hacer con pulgares de tres tipos: dale gas, mejor no, ¡por favor no!<sup>25</sup>

- 1) Correr con la camiseta del evento (mejor no).
- 2) Colarse (¡por favor no!).
- 3) Usar la pechera (dorsal) de otro corredor (¡por favor no!).
- 4) Meterte en la línea de adelante (¡por favor no!).
- 5) Correr con una mascota (¡por favor no!).
- 6) Usar auriculares (mejor no).
- 7) Correr con un compañero (mejor no).
- 8) Abalanzarse sobre el agua (¡por favor no!).
- 9) Charlar (¡por favor no!).
- 10) Escupir o sonarse la nariz (dale gas).
- 11) Tomarse *breaks* para caminar (dale gas) (nota: itálica propia).
- 12) Burlarse de los lentos (¡por favor no!).
- 13) Atascar la llegada (¡por favor no!).
- 14) Engancharte con el ritmo de amigo más veloz (mejor no).

---

<sup>24</sup> Miller, J. (2015). La guía runner's de Etiqueta para carreras, *Runner's Argentina*, N° 10, 64-67.

<sup>25</sup> Si bien estas expresiones no son propias de un léxico *runner*, podríamos interpretarlas como: a) dale gas: seguir así, darle para adelante, está bien. B) Mejor no: preferentemente no hacerlo. Y c) ¡por favor no!: está muy mal visto y es desaconsejado.

15) Usar la medalla de la carrera (dale gas).

Como podemos observar varios de los mandamientos se repiten de una revista a otra y en resumidas cuentas no son otra cosa que modales de buen comportamiento en un evento social. Lo interesante es, por un lado, las indicaciones (quitando algunas pocas excepciones como dejar la izquierda libre y no armar paredón) no son específicamente sobre la práctica de la actividad en sí, no especifica cómo debe ejecutarse el deporte. Por el otro lado, desde las publicaciones remarcan que las carreras son pagas, y está mal *colarse* en ellas.

Si bien el atletismo y el *running* presentan diferencias, el segundo necesita del primero para certificar algunas de sus competencias (aquellas que se enmarcan dentro del atletismo, como ser el maratón (42 km) y el medio maratón (21 km)). Hay carreras de calle con distancias que en de las competencias del atletismo no existen, como ser 7 km, 8 km, 15 km y 30 km. Que una carrera esté certificada no es un dato menor tanto para quien la organiza como para el corredor. Para el primero representa alcanzar las normas establecidas por la IAAF, y para el corredor es sinónimo de sello de calidad, que le permitirá obtener un certificado para presentar en otras carreras.<sup>26</sup> En la Argentina esta institución a través de la CONSUDATLE (Confederación Sudamericana de Atletismo), la FAM (Federación Atlética Metropolitana) y el CADA (Confederación Argentina de Atletismo) fiscalizan el recorrido del medio maratón y el maratón de Buenos Aires, los jueces pertenecen también a estas instituciones.<sup>27</sup>

Durante las carreras del *running* hay una relación más cercana a la de un cliente que pretende cierto nivel de servicio (buena hidratación, un clima alegre, una linda remera) que a la de un atleta amateur con la federación. Está prohibido participar de las carreras sin pagar. La forma de control suele ser el uso de la remera oficial de la carrera, del *chip* o bien del dorsal. Cada vez es más frecuente que haya personal de la organización controlando que los corredores tengan algunos de estos adminículos que hacen de comprobante de pago. El espacio público se comercializa así como el vínculo que une a los *runners* con las carreras, y estas comienzan a contar con personal que hace de control policial-comercial. Corredor que no paga, es echado del evento.<sup>28</sup> La relación entre el

---

<sup>26</sup> Este mecanismo de presentar certificados a modo de currículum de corredor es cada vez más utilizado en diversos eventos. En el *Maratón de Boston*, el más antiguo y tradicional de Estados Unidos hay que certificar el tiempo según rango de edad y género para tener derecho a anotarse. También en la *Spartatlón* (ultra maratón de 246 km en Grecia). En algunos maratones se utiliza el criterio del ritmo para organizar los corrales en la largada. Si bien todos los maratones certificados tienen la misma distancia, hay que contemplar algunos factores como la altitud del circuito. Por eso la marca varía según en qué ciudad se haya corrido.

<sup>27</sup> Ver (Maratón de Buenos Aires 21K 42K Marathon, 2016a).

<sup>28</sup> En la carrera de Las Fiestas Mayas del 2013, se dio el caso que en la llegada había dos payasos que pedían sacarse una foto con los corredores que habían logrado correr sin estar inscriptos (sin decir con qué fin), luego el *Club de Corredores*, organizador de la carrera subió

*runner* y las carreras es del tipo comercial, hay una comercialización de los vínculos. Los *runners* a cambio de abonar por participar de un evento en el espacio público esperan a cambio una contraprestación. Se hacen así presentes valores y lógicas empresariales en la práctica deportiva (Landa, 2011:115,275) que si bien se encuentran en otros deportes, aquí se asumen de otra forma. Los corredores son iguales entre sí porque pertenecen al espacio delimitado por el evento de la carrera, que supone como mínimo haber abonado el costo de inscripción. La equidad se da entonces en términos económicos (el pagar la carrera, el entrenar en un *running team* y en la indumentaria). La pertenencia al universo del *running* se configura en y a través de un entramado de relaciones comerciales.

El formato de organización de carreras se reproduce no solo en Buenos Aires, sino a escala global.<sup>29</sup> La inscripción se realiza virtualmente en la página web de cada carrera, el modo de pago puede ser a través de tarjeta de crédito o vía pago fácil. Los portales *webs*<sup>30</sup> mantienen también la misma lógica, permiten inscribirse y ver información sobre la carrera (recorrido, día y horario de largada, calles cortadas al tránsito vehicular, etc.). Estos también suelen incluir consejos útiles (qué comer los días previos, cómo hidratarse), muestran fotos y videos de la carrera y se pueden ver los resultados de clasificación. En todos se puede apreciar el logo de las distintas empresas auspiciantes del evento y en varios se despliegan mensajes que figuran en la red social Twitter, en la que se menciona la carrera.

Estas plataformas son un buen ejemplo de cómo diversos dispositivos son aplicados al mismo tiempo. Por un lado están presentes las tecnologías de poder disciplinario de Foucault (2002b) y al indicarse con cuanta antelación hay que llegar al evento (y en qué medio de transporte) y qué pasos previos hay que realizar, medidores de tiempo y rendimientos entre otros. Por el otro, podemos observar las prácticas de cultivo y cuidado de sí de Foucault (2002b), en las rutinas de entrenamiento y las dietas a las que se someten los *runners*.

En estos eventos muchas veces se establece por norma a través de diversos corrales,<sup>31</sup> que los corredores se coloquen en la línea de largada según su ritmo de

---

en su cuenta de Facebook todas esas fotos a modo de escrache, ante las quejas decidieron eliminarlo.

<sup>29</sup> Las pocas excepciones se deben más como respuesta de la alta demanda de participantes, que por otro motivo. El maratón de NYC (Ciudad de Nueva York) tiene un sistema de lotería y el de Boston pide certificar determinados tiempos según edad y género. Los denominados *World Marathon Majors* ([Worldmarathonmajors.com](http://Worldmarathonmajors.com), 2016), tienen diversos horarios de largada debido también a su concurrencia. Los horarios se establecen según el ritmo de carrera, saliendo primero los más veloces, para esto se debe acreditar el tiempo en un maratón que haya sido certificado por la IAAF.

<sup>30</sup> Pueden verse los siguientes portales *webs*: (Maratón de Buenos Aires 21K 42K Marathon, 2016b), (TCS New York City Marathon, 2013), (Bank of America Chicago Marathon, 2016), ([5kmcDonalds.com](http://5kmcDonalds.com), 2016), (Anon, 2016).

<sup>31</sup> Ver Glosario.

carrera, en algunos casos esto se indica con un cartel y en otros hay liebres.<sup>32</sup> Esta separación también puede darse por color, al momento de inscripción de la carrera el corredor elige en qué tiempo la completará, a cada ritmo le corresponde una banda de color. Vemos entonces que también está presente la delimitación y la clasificación espacial de Foucault: la disciplina de clasificar. La organización espacial es el primer elemento de disciplinamiento para controlar los cuerpos (Foucault, 2005b, Markula y Pringle, 2006:75, 76).

## 2.4 Auge y apogeo del *running*

*“Al igual que sucede desde hace tiempo con las más variables disciplinas del arte, correr se ha transformado para muchos en un mecanismo para atravesar las rejas de una celda o sortear – de modo literal o metafórico, qué más da- los accidentes del acelerado y caníbal mundo urbano ultramoderno. No se trata simplemente de una forma de escapismo o evasión. Se trata de una estrategia de adaptación y resistencia – a veces meditada, a veces inconsciente o instintiva- contra el vértigo de la monotonía y la rutina asfixiante de la vida en las grandes urbes.”*

De Ambrosio, Ves Losada, 2012:150

El fenómeno del *running*, tal como nos remite su nombre en inglés se origina en Estados Unidos e Inglaterra en los años '80, momento en que las carreras de calle comienzan a masificarse y en el que poco a poco el maratón deja de ser visto como una distancia exclusiva para los atletas. Algunos autores, a través de trabajos etnográficos, lo han caracterizado como el *boom* del *running*. Stuart Smith (1998:174), por ejemplo, utiliza su experiencia autoetnográfica como corredor y la combina con datos estadísticos locales (de la ciudad de Londres) para caracterizar a los corredores. Encuentra que el grueso de los *runners* son varones, de entre 30 y 40 años y de clase media. En el maratón de Londres de 1990 la edad promedio de los corredores era de 39 años, el grueso de los corredores varones tenían trabajos no manuales, eran de clase media y la participación de las mujeres pasó del 11 al 17% en las carreras de corta distancia (Smith, 1998:175 2000:187).

Como indicamos en la introducción de este capítulo, la búsqueda de datos que hacen posible la cuantificación de este fenómeno en Buenos Aires no ha sido una tarea fácil. No hay un centro de cómputos que abarque todas las dimensiones requeridas para el análisis: cantidad de corredores, sexo, edad, profesión, estrato social o lugar de residencia. Lo mismo sucede en torno a la organización de las carreras: cantidad, costo, empresas que facilitan la organización de cada carrera (empresa que producen los *chips*, las que cortan el tránsito, las que miden el circuito, etc.).<sup>33</sup>

---

<sup>32</sup> Ver Glosario.

<sup>33</sup> Ver Glosario.

Es por esto que utilizamos estudios etnográficos sobre esta práctica, a los que sumo el propio conocimiento que fui desarrollando como participante. Al mismo tiempo que me acerqué a las fuentes primarias: las propias organizaciones de las carreras.

El hecho que utilice recortes periodísticos que corroboran la información que detallo se debe a la falta de bibliografía local sobre el tema, y también porque constituyen un medio de comunicación estratégico de estas mismas empresas. Los medios de comunicación hacen de vía de difusión de estos eventos, algunas veces se publica una breve gacetilla o se hace una mención sobre la carrera. Otra forma de dar difusión es convertir esa gacetilla en una nota. Si bien no es el objetivo de la presente tesis analizar la relación de los medios, los periodistas y las fuentes, no por esto puede dejar de mencionarse. Este tipo de relación periodista-fuente es lo que Alsina (2005:22) definió como la fuente que hace la noticia.

La carrera más convocante que tuvo Buenos Aires fue en 1999, con la cuarta edición del Maratón de Carrefour.<sup>34</sup> En aquella edición participaron más de de 100 mil personas.<sup>35</sup> A pesar de su increíble convocatoria, el interés decayó y tuvo que pasar cerca de una década para que se pueda hablar del *boom* del *running* en Buenos Aires.

En los últimos años el número de corredores y de carreras crece en la ciudad de Buenos Aires. El medio maratón de Buenos Aires (21 km) es un muy buen ejemplo que nos permite dar cuenta de esto; ha llegado a ser uno de los más masivos en América Latina. En el 2015 participaron 19.051 personas, en el 2014 15.069, en el 2013 14.475 personas, en el 2012 14.487, en el 2011 13.052 en el 2010 7.323 y en el 2009 3.853. En los últimos 7 años tuvo un crecimiento del 494%. La convocatoria que tiene el Maratón de Buenos Aires (42,195 km) es también muy importante, si bien la cantidad de inscriptos es menor, no hay que dejar de lado que la distancia es el doble y que en la jerga deportiva se la llama “la madre de todas las carreras” por el desafío que implica. En el 2015 hubo 8.743 participantes, 2014 participaron 7.871 personas, en 2013 7.271, en 2012 hubo 7.650, en el 2011 7.238, en el 2010 5.094 y en el 2009 3.684, lo que significa un crecimiento del 237% en los últimos 7 años. En primer lugar, para poder participar de las carreras y de los grupos de entrenamiento, hay que ser mayor de 18 años. Esta primera formalidad define una característica necesaria para participar de las mismas: ser adulto.

En cuanto al género, tal como podemos observar en la tabla 2.1 y 2.2,<sup>36</sup> la participación masculina supera ampliamente a la femenina, tanto en el medio maratón

---

<sup>34</sup> Si bien se auto denominó Maratón, fue de 8 km. Esto no es una excepción, sino una norma, el grueso de las carreras suele auto denominarse Maratón cuando su recorrido es considerablemente inferior a 42 km.

<sup>35</sup> Ver (Locos Por Correr, 2015).

<sup>36</sup> Fuente: Elaboración propia en base a información obtenida en la Fundación Ñandú. Se contabiliza el total de corredores que llegaron a la meta de la categoría general, no el total de

como en el maratón. Sin embargo, el número total es superior en la carrera de distancia más corta, y aunque si bien sigue habiendo una mayor participación masculina, la brecha se acorta. Mientras en el 2015 hubo 1.956 de participantes mujeres en el maratón, hubo un 5.976 en el medio maratón.

### 2.1 Maratón

Total 2007	3167	%
F 2007	434	13,7
M 2007	2733	86,3
Total 2008	3387	
F 2008	448	13,23
M 2008	2939	86,77
Total 2009	3684	
F 2009	480	13
M 2009	3204	86
Total 2010	5094	
F2010	860	16,88
M 2010	4232	83,08
Total 2011	7238	
F 2011	1373	18,97
M 2011	5865	81,03
Total 2012	6212	
F 2012	1148	18,48
M 2012	5064	81,52
Total 2013	7271	
Total F	1495	20,56
Total M	5776	386,35
Total 2014	7871	
Total F	1705	21,66
Total M	6166	78,34
Total 2015	8743	
Total F	1956	22,4
Total M	6787	77,6

### 2.2 Medio Maratón

Total 2009	3853	%
F 2009	1060	27,51
M 2009	2792	72
Total 2010	7323	
F 2010	1805	24,65
M 2010	5518	75
Total 2011	13052	
F 2011	3551	27,21
M 2011	9405	72,06
Total 2012	14487	
F 2012	4161	28,72
M 2012	10326	71,28
Total 2013	14475	
Total F	4309	29,77
Total M	10166	70,23
Total 2014	15069	
Total F	4652	30,87
Total M	10417	69,13
Total 2015	19051	
Total F	5976	31,37
Total M	13075	68,63

los inscriptos. El medio maratón y el Maratón se realizan en los meses de septiembre y octubre, respectivamente.

La participación femenina aumenta de forma continua, aunque en valores bajos (excepto en el 2010 en el medio maratón que hubo una baja de – 3%).<sup>37</sup> Sin excepción, entre los 30 y los 40 años se encuentra el mayor grupo de participantes femeninas (tanto en el medio maratón como en el maratón) y masculinos. A diferencia de las mujeres, en los varones el grupo etario entre 40 y hasta 50 es prácticamente similar, siendo la diferencia menor al 0,5 %<sup>38</sup> e incluso en el 2008 el grupo de hasta 50 años fue mayor al de hasta 40 años.

El trabajo del sociólogo israelí Gaid Yair que mencionamos anteriormente (1992:260), indica que los *runners* tienen patrones de vida similares a lo largo y ancho del mundo. Esto corrobora que los datos obtenidos por Smith (1998) en Inglaterra coincidan con los datos etarios mencionados anteriormente por Migueles y Tagle, y con los que se desprenden de las tablas: la mayor parte de los participantes son varones de entre 30 y 50 años. El factor etario (un rango de edad que permite competir únicamente en la categoría *máster*) supone que los corredores no puedan participar de forma profesional. Si bien no contamos con datos a nivel local que den cuenta del estrato socio económico al que pertenecen los participantes, es posible pensar que se encuentran en lo más alto de la pirámide de la escala social. En su célebre “¿Cómo se puede ser deportista?” Pierre Bourdieu (1990:149) da cuenta de que la práctica de un deporte después de la adolescencia está íntimamente en relación con su pertenencia en la escala social. Cuanto mayor está en la escala, mayores son las probabilidades que practique un deporte en su vida adulta, y tal como podemos ver en el anexo 9.1 el grueso de los participantes, sin importar su sexo, se encuentra entre los 30 y los 50 años.

No es sencillo cuantificar la cantidad de carreras y corredores que hay en la ciudad de Buenos Aires. Si bien los números varían entre sí, hasta el valor más bajo da cuenta de un fenómeno. De acuerdo a la consultora Gfk en el 2012 hubo en la ciudad de Buenos Aires más de 100 competencias y 400 mil corredores, según el Programa “Argentina Corre” en los últimos dos años se anotaron en carreras de calle y aventura en Buenos Aires y Gran Buenos Aires (GBA) más de dos millones de personas.<sup>39</sup>

En algunas carreras el cupo de inscriptos llega a agotarse el mismo día, como es el caso de la carrera de 10 km de Nike en el 2012,<sup>40</sup> organizada por el *Club de Corredores*.

---

<sup>37</sup> Ver anexo 9.1 los totales según edad. Datos de elaboración propia obtenidos en la *Fundación Nándú*. Se contabiliza el total de corredores que llegaron a la meta de la categoría general, no el total de los inscriptos.

<sup>38</sup> Ver anexo 9.1 Tabla Maratón 2007 y 20011.

<sup>39</sup> Ver (Argentinacorre.tv, 2016).

<sup>40</sup> En el anexo 9.2 figuran tuits de la cuenta oficial de *Twitter* que dan cuenta de esto.

En los meses de verano, el calendario de carreras está completo. Cada domingo hay una carrera distinta, en algunas oportunidades hay incluso más de una por día.<sup>41</sup>

Todas las carreras llevan el nombre de la empresa que las *sponsorea*, como ser: la carrera de *Fila*, de *Nike*, o bien el Maratón *Adidas*.<sup>42</sup> La presencia de las marcas y las empresas privadas es intrínseco a este tipo de eventos, que recordemos se llevan a cabo en el espacio público de la ciudad y que tienen un costo de inscripción (incluso aquellas que son benéficas). Cada uno de estos eventos tiene un costo organizativo de entre 100 mil y tres millones de pesos.<sup>43</sup>

Por año el *Club de Corredores* organiza entre 60 y 80 carreras.<sup>44</sup> Solamente en el 2013 llevó a cabo más de 36 carreras de calle en la ciudad de Buenos Aires, la empresa *Sportfacilities* (otra empresa que organiza carreras de calles) por su parte realizó otras 15 carreras<sup>45</sup> y la empresa *TMX* (empresa orientada también a la organización y difusión de eventos deportivos) otras 7.<sup>46</sup> Cabe destacar que estas no son las únicas empresas, sino las más conocidas. Hay otras compañías e instituciones que organizan este tipo de eventos, como es la *Fundación Ñandú*, también hay empresas que se especializan en llevar a cabo carreras de aventura (como puede ser en la montaña, sierras, selva de misiones o modalidad tipo *Cross Country*).<sup>47</sup> El crecimiento y aparición de las empresas que organizan carreras explican que en octubre de 2015 se ha firmado el acta constitutiva de lo que se denomina comúnmente como la cámara del *running*, que es la COMPAC

---

<sup>41</sup> A modo de ilustración: el 21 de abril del 2013, el Club de Corredores organizó dos carreras, una por la mañana de 10 km de la compañía Fila en Puerto Madero y otra de 5 km en el Hipódromo de Palermo de Nike, solo para mujeres. El 3 de noviembre del 2013, organiza dos carreras, una en el Barrio de Palermo y otra en Vicente López, ambas son de 10 km. El 17 de noviembre, la misma organización realiza 3 carreras: una en el Hipódromo de San Isidro, otra en la Costanera y en Palermo.

<sup>42</sup> En el 2013 contó con el sponsor de Personal y Arnet, en el 2012 de Claro, desde el 2008 la carrera se llama Maratón Adidas, en el 2007 fue Maratón Ascis y en el 2006 Maratón Avia. El grueso de las carreras son auspiciadas por marcas de indumentaria deportiva, al igual que los *running teams*, y llevan su nombre. Pero también hay carreras que llevan el nombre de un alimento balanceado para perros o bien del Auténtico Helado Artesanal o incluso de una cadena de comidas rápidas como es *McDonald's*.

<sup>43</sup> Fuente: Natalia Doreski, responsable de la empresa Cinco Yarda que organiza este tipo de eventos en: (Nación, 2016).

<sup>44</sup> Ver (Nación, 2016b).

<sup>45</sup> Dato obtenido del propio sitio web de la empresa, en el calendario de carreras: (Sportfacilities.com.ar, 2016). Hay también otro tipo de eventos deportivos, como carreras en *roller*, en bicicleta o tipo duatlón, también organizados en algunos casos por estas mismas empresas pero que no hacen a los fines de este trabajo, por lo que no son computados.

<sup>46</sup> Dato obtenido del propio sitio web de la empresa, en el calendario de carreras: (Tmxteam.com, 2016).

<sup>47</sup> Las carreras *cross country* o campo a traviesa son aquellas que se corren por senderos o montañas.

(Cámara Organizadores de Maratones, Pruebas de Aventura y Combinadas de la República Argentina). Como podemos observar, por un lado, estas empresas conformaron una cámara (no así una federación propia u otro tipo de institución) y, por el otro lado, las organizaciones de atletismo no participan de la COMPAC

Respecto a los grupos de entrenamiento, dentro de la ciudad, los lugares más típicos son: Bosques de Palermo, Puerto Madero, Parque Centenario, Parque Chacabuco y Plaza Devoto. La zona más concurrida es Palermo, donde hay más de 20 *running teams* distintos<sup>48</sup> (sin contar que un mismo *running team* puede tener más de una franja horaria de entrenamiento en una misma sede, al mismo tiempo varios *running teams* tienen diversas sedes de entrenamiento). Los amplios espacios verdes que brinda la ciudad son tenidos en cuenta por los *running teams*. Si bien el Parque Chacabuco y el Parque Sarmiento<sup>49</sup> son los únicos que cuentan con pistas de atletismo certificadas, esa característica no les da una ventaja diferencial porque recordemos, las carreras *runners* no se organizan en pista, sino en la calle, sobre el asfalto, o bien las que son de aventura en diversas geografías (montaña, selva, desierto).

*“Cuando tenía veintipico corría carreras de calle, en los tiempo en que las carreras las organizaban las municipalidades y no había chips para atarse en las zapatillas, ni auspiciantes que proveyeran agua ni barritas de cereal (...) El regreso fue con todo el equipamiento que hay ahora: ropa para runners de marcas especializadas, zapatillas también especializadas, una aplicación de entrenamiento de una de la marcas de zapatillas conocidas.”* Messa, L.M. (2015). Carta del mes, *Runner’s Argentina*, N° 9, 12.

En este testimonio podemos observar lo que afirmamos previamente, el crecimiento del *running* está íntimamente vinculado con el ámbito privado empresarial. Si bien en sus comienzos las carreras eran organizadas por organizaciones estatales, como lo son las municipalidades, por el contrario ahora son desarrolladas por empresas que se dedican a ese negocio, como mencionamos.

*“Jamás me voy a olvidar de mis comienzos en este deporte allá por 1994 cuando no había la cantidad de carreras que hay hoy día, cuando pasaba más desapercibido un extraterrestre que yo corriendo con calzas ajustadas, y por supuesto las cargadas no faltaban. Hoy es moda, que en mi opinión llegó para instalarse, porque hoy “el extraterrestre” es el que no corre con calzas, porque los parques están copados por gente corriendo y las carreras abundan.”* Ureta, P. (2014), *El deporte nos une*, O2, N° 3, 82.

*“La gente te miraba raro, no era común. Parecía un deporte muy aburrido. En invierno no había nadie corriendo, y en verano había poquitos. Una vez en verano,*

---

<sup>48</sup> Ver (Corredores, 2016).

<sup>49</sup> En el Parque Sarmiento se corrió hasta 2014 la Ultra BsAs, carrera de 6 hs, 12 hs, 24 hs y 48 hs en la pista de Atletismo. Sus organizadores discontinuaron la carrera en el 2015 por diferencias con la Asociación Argentina de ultramaratón.

*estaba corriendo sin remera y con el cardiómetro en el pecho. Me gritaron “¡sacate el corpiño!”*. Martínez, J. (2014). Cuando corro todo me parece posible, O2, N° 5, 58.

En los testimonios de Luciano, Pablo y Cristian podemos observar, al igual que en el correo de lectores de *Runner's*, desde un punto de vista testimonial como ha cambiado la actividad en los últimos años, si en las décadas de los 80' y de los 90' quienes corrían eran pocos y vistos como “extraterrestres” hoy la situación es totalmente opuesta: hoy el “extraterrestre es quien no corre”: abundan los productos especializados por marcas específicas de *running*, que además de vender diferentes complementos de la actividad, como zapatillas e indumentaria deportiva, también ofrecen aplicaciones para celulares para practicar la actividad. El mercado es tal que hoy las empresas que se dedican única y exclusivamente a la organización de carreras de calles, copan una actividad que antaño era organizada por el Estado.

Cabe recalcar que las carreras organizadas por municipalidades u organizaciones del atletismo siguen existiendo. Tienen una mayor presencia en el interior del país, y no en la ciudad de Buenos Aires o en otros grandes centros urbanos como las ciudades de Córdoba y Rosario.<sup>50</sup>

*“El running comenzó como una moda, una tendencia, pero se convirtió en un estilo de vida. Hace unos años las carreras de 10 km eran las más populares, una fiesta en la que todos podían participar. Pero el tiempo y la evolución de los corredores hicieron que la vedette de las distancias, en cuanto a convocatoria, actualmente sea la media maratón”* Calviño, J.P. (2015). Carreras + Lugares, *Runner's Argentina*, N° 13, 91.

En este testimonio, Nicolás González Pianta, director deportivo de los 21 k LP (medio maratón de la Ciudad de La Plata) da cuenta del crecimiento del *running*, al que él como organizador de eventos deportivos aduce que comenzó como una moda, como un producto comercial a ser consumido. De hecho esa analogía nos permite entender la lógica de por qué ciertas empresas organizan determinadas carreras con ciertas especificaciones. Ellos ofrecen los productos que el público desea consumir. Las carreras pasan a ser un servicio que las empresas ofrecen y que los *runners* consumen. Así como Pianta indica que hay distancias que son las “vedettes”, las preferidas del momento, las más deseadas y buscadas por el público, también hay otros tipos de modalidades: de calle, de aventura, de *trail*. Las carreras en tanto producto se segmentan a medida de su público, en tanto distancia, modalidad e incluso género (carreras exclusivas para mujeres). Esta relación entre los organizadores de carreras y los *runners* es una relación de índole comercial, en el que los vínculos se dan según la posición en la que cada uno se encuentre en dicha transacción comercial. Por un lado, se encuentran los organizadores,

---

<sup>50</sup> Si bien la presente tesis analizamos el *running* en la ciudad de Buenos Aires, no podemos desconocer que en estas ciudades se da un crecimiento de la actividad. Algunas carreras tienen ediciones tanto en la Capital Federal como en Córdoba (Lan.com, 2016) y Rosario (Atletas.info - Cultura Atletas, 2012), (Atletismorosario.com.ar, 2016), (Chaves, 2014) y (Fun, 2015).

quienes actúan como ofertantes, y por el otro están los *runners*, quienes actúan como el público al que los organizadores de carreras se dirigen, vendiendo eventos deportivos como un bien más dentro del mercado de las prácticas corporales y deportivas. Las carreras dejan de tener un espíritu *amateur* (entendiendo esta por distinguirse por su carácter no lucrativo) y abandonan las diversas organizaciones del atletismo, municipales y vecinales. Pasan a ser realizadas y ofertadas por empresas que las ofrecen al público. Ahora las carreras replican la lógica comercial básica de cualquier producto, en el que deben encontrar su nicho, y ofrecer algo nuevo y distintivo por sobre la competencia, como es pasar de organizar carreras de 10 km a 21 km, por ser esta la nueva “vedette”.

Esto nos permite ver que dentro del ámbito del *running* se encuentra presente un discurso que Landa (2011:108,109) identifica como de tipo *managerial* en el marco de las organizaciones del *fitness* argentinas. Este discurso es incorporado tanto por los *runners* como por las empresas organizadoras de carreras. El cruce entre *runners*, empresas organizadoras, estado y marcas auspiciantes es interrelacional. Así como las empresas ofrecen a los *runners* carreras siguiendo las tendencias del mercado, las marcas hacen convenios con estas empresas y los municipios, ya sea a través de la figura de sponsor, o bien dando su nombre a la carrera, las convierten en marca.

En el testimonio de Pinta también podemos observar las alianzas que se tejen entre la municipalidad y una marca de zapatillas con el fin de organizar y promocionar el medio maratón platense:

*“Este año, con el apoyo de Ascis como sponsor oficial, apuntan a proyectar el evento a nivel internacional. El objetivo es que la media platense se sume al circuito “21k Golden Four Ascis”, que se disputa en las principales ciudades de Brasil (Río de Janeiro, Fortaleza, San Pablo y Brasilia). “Esto se podrá lograr gracias a las empresas privadas que nos acompañan (...) detalla González Pianta” Calviño, J.P. (2015). Carreras + Lugares, Runner’s Argentina, N° 13, 93.*

Podemos observar, también, como el estado municipal lleva este evento adelante con y gracias al aporte y la logística de empresas que se dedican a la venta de insumos deportivos como es *Ascis*.<sup>51</sup> Las carreras presentan una forma comercial y son un producto que se vende en distintos países con un mismo formato. Si se lograra que el medio maratón de La Plata pasara a formar parte de los “21K Golden Four Ascis”, se convertiría en un medio maratón homologado no por alguna organización de atletismo a nivel local o internacional, sino por una empresa que busca dar visibilidad a sus carreras y que hace estudios de mercado al momento de determinar qué medio maratón puede pasar a formar parte de su selecto club dorado.

---

<sup>51</sup> Empresa que se dedica a la fabricación de zapatillas e indumentaria deportiva. En argentina a pesar de no contar con locales propios es sumamente conocida y utilizada. A modo de ilustración: en una realizada en *Twitter* por un usuario argentino salió elegida como la marca preferida del “Mundial de zapatillas de *running* (calle)” con el 53% de los votos. Ver (*Twitter*, 2016).

Las relaciones entre las empresas organizadoras, el municipio, los sponsors, y finalmente el resultado del conjunto de estas relaciones con el *runner* son presentadas al público como un lugar de encuentro, de placer, en el que podrán realizar una actividad deportiva y para toda la familia. Sin embargo, el entramado de estas relaciones es del tipo comercial e instrumental, aunque se presenten como gratas, como lugares de encuentro (Landa, 2009). Es por ello que afirmamos que si bien el discurso del *management* se encuentra presente, este sofisticada los mecanismos de sujeción de los clientes (los *runners*).

## 2.5 Conclusiones del capítulo

En el presente capítulo nos propusimos definir el concepto de *running* y *runner*, para ello nos remitimos a diversos materiales bibliográficos que nos permitió anclar estos términos, y nos obligó a diferenciar el *running* del atletismo. Si bien ambos cumplen con los requisitos de la definición de deporte tomada de Giles (2009) estos presentan diferencias entre sí desde lo normativo.

Logramos finalmente definir al *runner*, tal como vimos en los estudios de Yair (1992) y Smith, S., (2000, 1998) es un sujeto en su mayoría de sexo masculino, con una edad promedio entre los 30 y los 50 años con un nivel de escolarización alto, que no realiza trabajos manuales. Pudimos contrastar esta información con el relevamiento cuantitativo que realizamos y vimos que el *runner* argentino coincide con la descripción: es en su mayoría de género masculino y se encuentra en el mismo rango etario.

También dimos cuenta de los espacios por dónde se circunscribe el *runner*, ya sea a través de los *running teams*, como en las competencias. Los entrenamientos se realizan en los espacios públicos, preferentemente amplios y verdes, aunque esto no es excluyente. Respecto a las carreras, hay que considerar primero la distancia recorrida y el cupo de participantes, esto limitará el espacio dónde se realice. Estas se realizan en el espacio público y nuevamente los amplios parques de la ciudad son un escenario predilecto (el Rosedal y el Parque 3 de Febrero, en el barrio porteño de Palermo).

Pusimos en tensión el *running* con el atletismo. Vimos que las carreras *runners* se diferencian de las competencias de atletismo: las primeras se presentan como un producto de una empresa organizadora, que prestan servicios al corredor acorde al precio de inscripción, mientras en el atletismo se compete dentro del marco de instituciones deportivas bajo una federación. Mientras los reglamentos del *running* hacen hincapié en las prestaciones, los del atletismo en el modo en que se lleva a cabo la competencia (indumentaria oficial, reglamento deportivo). Sin embargo ambos mantienen a una relación simbiótica, mientras el *running* necesita del atletismo para acreditar carreras (a través de los jueces y de sus instituciones), el atletismo necesita del *running* para darle visibilidad a sus atletas de élite.

En las competencias de atletismo no hay *amenities* ni *souvenires* como medallas por participación o remeras lindas, como sí las hay en las carreras del *running*. Estas presentan como un producto que compiten entre sí en el mercado de carreras, que es ofertado por las empresas organizadoras y en el que los *runners* son los consumidores finales. En pos de esa competencia de productos (en el que devienen las carreras del *running*) no solo se segmenta el mercado según la distancia de las carreras, o si son de calle o de aventura, sino incluso por género. Hay un proceso de diferenciación del público consumidor y de producción de un producto (carrera) específicamente diseñado para el público femenino.

## CAPÍTULO II El tiempo del *running*

### 3.1 Breve resumen del capítulo

En el presente capítulo utilizaremos los conceptos de ocio y espacio público como categorías analíticas, ya que esta actividad se realiza en lo que *a priori* podríamos enmarcar como un tiempo libre, y que se ejecuta como ya mencionamos, en espacios públicos. Analizaremos como se re configura este espacio en torno a la práctica de la actividad y cómo entran en tensión las diferentes acepciones del término ocio en cuanto al tiempo en el que se inscribe el *running*.

### 3.2 Ocio, divino tesoro.

¿Cómo es que de pronto correr 42 km, entrenar seis veces por semana o levantarse a las 6 am un domingo para ir a una carrera son experiencias placenteras? ¿Qué tiene el *running* para que las personas luego de su jornada laboral decidan ir a entrenar al aire libre en pleno invierno?

La práctica de correr se podría enmarcar en una primera instancia como una práctica que se desarrolla dentro del tiempo libre. Sin embargo el término ocio no es único ni inequívoco, diversos autores lo han definido desde distintos lugares.

En una primera instancia podemos encontrar la clásica división de Elias y Dunning (1992:89) sobre el tiempo libre en cinco categorías:

1. Trabajo privado y administración familiar: el cuidado del hogar, las compras, actividades financieras y el cuidado familiar y el de los hijos.
2. Descanso: principalmente dormir, y otras actividades que no son miméticas y que podrían definirse como hacer nada, como fumar.
3. Satisfacción de las necesidades biológicas: Comprende comer, beber y las necesidades fisiológicas.
4. Sociabilidad: Son las relaciones sociales tanto informales como formales, desde ver amistades a hablar en un pasillo con colegas de trabajo.
5. Actividades miméticas: los deportes y los juegos se enmarcan dentro de las actividades miméticas, ya sea tanto en carácter de jugador como de espectador, entendiendo como jugador a uno amateur y no un profesional, porque sino ya no sería una actividad del ocio, sino un trabajo (ibíd., 91).

Considerando esta perspectiva, el deporte aparece como una parte del ocio enmarcado en las actividades miméticas. Los autores lo plantean como una actividad que se desarrolla en una esfera separada de la laboral, con la que nunca entra en conflicto. Se piensa al ocio en general como un tiempo de pausa del trabajo, como un tiempo no productivo.

Una mirada del ocio más cercana a la de Elias y Dunning es la que propone Shipway (2009). En su trabajo "*Sporting events, distance running and the 'Third place'*" el autor define la práctica moderna del deporte (y más específicamente del *running*) como un "tercer lugar". Este término de Oldenburg presenta al tercer lugar como una esfera separada del primer lugar (el hogar) y del segundo lugar (el trabajo, el estudio). El tercer lugar es un espacio en el que la gente se encuentra para interactuar, desarrollar sentido de identidad y construir capital social. En su trabajo etnográfico, Shipway encuentra que los corredores desarrollan un sentido de comunidad, aprenden nuevas habilidades y encuentran un grupo en el que logran balancear entre la vida laboral y la hogareña (2009:311). Al tener los participantes (los *runners*) un rol activo en el deporte (no son meros espectadores, como en un estadio de fútbol), las emociones, como ser la alegría están sumamente presentes. Las actividades que se desarrollan en el "tercer lugar" no son planeadas, controladas ni comercializadas como pueden ser las actividades del ocio que se centran en el consumo pasivo (e.g., ir al cine, mirar televisión). Por el contrario, quienes en el tercer lugar practican *running* tienen entusiasmo por participar y muestran mayor nivel de felicidad, status social y sentido de pertenencia (2009:310,311).

En otro trabajo de Shipway en coautoría con Jones, investigan el *Flora London Marathon* (2008). En dicho trabajo etnográfico presentan seis características del *running* como un *serious leisure*.<sup>52</sup>

"El ocio comprometido se define por seis cualidades distintivas, que son: la necesidad de perseverar, y negociar las restricciones a la participación; el desarrollo a largo plazo dentro de la actividad, que implica la progresión a través de contingencias especiales, puntos de inflexión, las recompensas y las etapas de logro o participación; el uso de un esfuerzo significativo para llevar a cabo la actividad, basado en conocimientos especializados, conocimientos o habilidad, tales como la comprensión de la técnica, la formación o la estrategia; beneficios duraderos que se obtienen como resultado de la participación, tales como las relativas a la autoestima, la auto-realización, auto-expresión y la interacción social; un espíritu único, en relación con el "mundo social" (Unruh, 1980) de los participantes; y el fuerte sentido de identificación que tienen los participantes en la actividad. El ocio comprometido puede ponerse en contraste con el 'ocio ocasional', o de placer que no posee las seis cualidades que menciona Stebbins, tales como ver la televisión, o ir a dar un paseo." (Shipway, J., 2008:62,63).<sup>53</sup>

---

<sup>52</sup> La traducción de *serious leisure* no es sencilla, pero podemos entender el término como un ocio que implica un alto nivel de compromiso por parte del sujeto que lo practica.

<sup>53</sup> Traducción propia.

Estas seis características que definen, según estos autores, al *serious leisure*, nos permiten diferenciar las actividades enmarcadas dentro del tiempo libre en aquellas que implican un mayor nivel de compromiso por parte de sus practicantes con las que suponen una práctica pasiva (e.g., navegar por internet.)

La noción de *leisure* que presentan estos autores permite conceptualizarlo como una actividad mimética con un alto componente de actividad social, que se desarrolla en un tiempo no laboral y que implica un desarrollo de la actividad a lo largo del tiempo. En el *leisure* hay una progresión, un avance, que conlleva tanto un esfuerzo y entrenamiento, como un sentido de pertenencia e interacción social con otros pares. De acuerdo a los autores estas características se encuentran presentes únicamente en el *serious runner* no tanto por oposición a quien practica un *casual leisure*, sino en oposición al *casual runner* (Shipway, Jones, 2008: 62,74). Cabe resaltar que en dicha publicación no se encuentra una definición del *casual runner* ni del *serious runner*, por lo que podríamos suponer que el *casual runner* es aquel quien practica la actividad como si esta fuera un *casual leisure*, esto es, sin que se encuentren presentes las seis características ya expuestas.

Esta primera aproximación al concepto de ocio donde autores como Elias y Dunning lo presentan como un tiempo que puede ser subdividido en cinco sub tiempos. O bien desde la perspectiva de Shipway, que presenta directamente al *running* como una actividad que tiene lugar en un “tercer lugar”, un tiempo material que sucede por fuera del tiempo laboral y del tiempo hogareño. Uno podría atreverse a pensar que lo que Shipway plantea como tiempo hogareño no es más que la sumatoria que Elias y Dunning definieron como: el trabajo privado y administración familiar, el descanso y la satisfacción de las necesidades biológicas.

Por el otro lado, Shipway presenta el concepto del *serious leisure* diferenciándolo del *casual leisure*, siempre a través de la práctica del *running*. El *serious leisure* se presenta ya no tanto como una actividad más del tiempo libre, sino como la actividad que da sentido al concepto del “tercer lugar”. Es una actividad que otorga sentido de pertenencia, que perdura en el tiempo, que implica un desarrollo progresivo, un compromiso y habilidades físicas.

Sin embargo, esta mirada del ocio como un tiempo separado y ajeno al tiempo laboral, al tiempo de producción es criticada por varios autores. Lo mismo sucede con el “tercer lugar” que se presenta totalmente separado tanto de la esfera hogareña, como del trabajo. Estas representaciones de ocio en ningún momento dan cuenta de la organización del tiempo en la sociedad actual. En este sentido, el trabajo de Iso-Ahola y Mannell (2004) reaborda la experiencia del ocio en la sociedad de consumo, como es la actual. Los autores afirman que predomina una actitud pasiva a una activa, en la que priman actividades como el consumo y otras que son sólo para matar el tiempo (ibíd., 185). En

este sentido, se utiliza el tiempo del ocio como un tiempo de recuperación del y para el trabajo (ibíd., 186).

Otros autores sostienen que este uso instrumental del ocio poco se relaciona con la concepción de actividades miméticas de Elias y Dunning. Haworth afirma que el ocio es usado para recuperarse del trabajo (2004:170). Autores como Rojek por su parte nos muestra que las sociedades industriales actuales implican una individualización del trabajo y un desarrollo de una actitud instrumental del placer. El ocio ya no se concibe como una parte armoniosa del todo, de la vida, sino solo como algo a disfrutar después de la jubilación. (Rojek, 2004:61). Así, las personas que están dentro de un rango etario que las incluye en la actividad laboral, tienen una mirada instrumental del ocio. Como vimos previamente (2.4) el grueso de los *runners* se encuentran dentro de este grupo.

Aquella división entre el tiempo productivo, de trabajo y del tiempo libre, según Rojek (2004:60), no existe más. Las actividades del tiempo libre tienen un uso de recuperación de y para el trabajo (Iso-Ahola, Mannell, 2004:185; Haworth, 2004:170). El tiempo libre pasa entonces a ser un instrumento para descansar del trabajo, y ser así hacer más productiva la jornada laboral. Este tiempo pasa a tener un uso instrumental (Rojek, 2004: 61). Cada sujeto debe proveerse los niveles de energía y de descanso para afrontar la próxima jornada laboral de trabajo, bajo esta nueva lógica de producción, los sujetos deben llevar a cabo estas prácticas de sí y entrenarse (Landa, 2011: 176).

En este mismo sentido, es interesante detenerse a analizar un estudio realizado por Fullagar (2002) en el que analiza los discursos del ocio y de la vida activa a través de dos campañas gubernamentales en Australia. El autor se sitúa en una mirada, foucaultiana y roseana. Las campañas que estudia el autor fueron una respuesta del gobierno a los altos índices de mortalidad por enfermedades coronarias en este país. Ambas campañas promovían de diversos modos el concepto de vida activa, entendiendo a éste como un conjunto de prácticas que mejoran la salud y calidad de vida de la población estuviera. El público al que estaban destinadas eran familias de origen anglosajón y heterosexuales. La vida activa se entendía como una relación entre salud y ocio, en el que se enfatizaba la experiencia de probar cosas nuevas, la espontaneidad, disfrutar de la naturaleza, la creatividad en la vida diaria y ser más sociable (2002: 76).

Lo interesante de este estudio es que el autor pone bajo la lupa que estas campañas suponen mantener la misma rutina de trabajo de estas familias, no solo dentro del núcleo (cómo que la mujer se sigue ocupando de alimentar a la familia), sino a nivel social (2002:76,77). La vida activa que propagan ambas campañas se presentan como algo a hacer únicamente dentro del tiempo no laboral, no existe por ejemplo la posibilidad de que se pueda llevar una vida más sana dentro de las escuelas del país, o que haya otras campañas en pos de mejorar la alimentación de la población a nivel general, o el acceso al sistema de salud. Ambas campañas se centran en el estilo de vida activo, dentro del

tiempo libre (tampoco se promueve que los entornos de trabajo promuevan algún tipo de práctica semejante). Así, el ocio se convierte en una estructura disciplinadora con un alto componente moral de las prácticas del yo a través de prácticas físicas (2002:80). Estas campañas presentan un discurso virtuoso (Halse, 2009), legitimado por un sistema de salud pública, que alecciona a su población cómo deben usar su tiempo libre en función de obtener más salud y prevenir determinadas enfermedades endémicas. El autor encuentra justamente que los modos de vida más inactivos no son otra cosa que una resistencia pasiva contra la universalización a la ética del trabajo en todos los dominios de la vida y de los códigos morales asociados a las virtudes de ejercitarse (2002:73). Nos parece interesante detenernos justamente en este punto porque re afirma lo previamente expuesto, que el tiempo libre tiene un uso instrumental y que si bien desde lo formal se lo piensa como un tiempo de no trabajo, sigue manteniendo la misma ética, disciplinamiento y moral del trabajo.

Quienes tienen un estilo de vida más inactivo, son la contra cara de quienes sí llevan adelante el estilo de vida activo-saludable propuesto dentro del tiempo libre, que no es sino un conjunto de prácticas de recuperación de y para el trabajo. Así podemos pensar que la presencia en nuestro corpus del mensaje de que a mayor nivel de entrenamiento se corresponde un mayor nivel de productividad y de eficiencia, y que correr o practicar *running* alivia el estrés laboral, se corresponde precisamente a esta ética y moral laboral.

*“¿Qué es lo que nos lleva a vivir en un estado de tensión constante? El otro día me lo preguntaba después de compartir una charla con un amigo saturado del estrés que le produce su trabajo. Intento una respuesta: creo que el error está en que, para muchas personas, el ocio es un tiempo muerto. Transformar ese ocio en un arte que nos aporte salud y alegría, esa es nuestra meta”* Pittelli, G. (2014). Para cambiar, nunca es tarde, *Runner´s Argentina*, N°3, 10.

*“De verdad que no puedo creer cómo cambió mi relación con el laburo sumándome al running team. Tengo otra cabeza, otra mentalidad, más vitalidad y mejor humor”* Romero, J. (2014). En grupo se potencia, *Runner´s Argentina*, N° 3, 12.

*“La actividad física realizada en forma regular, puede mejorar el desempeño de las personas en sus trabajos (...) Los entrevistados que dijeron practicar actividad física regularmente se mostraron menos propensos a experimentar conflictos en el trabajo (...) esto ocurre porque mantener una rutina de ejercicios ayuda a disminuir el estrés e inclusive hace que el individuo sea capaz de realizar más tareas.”* Buen corredor, buen profesional (2014). O2, N°4, 16.

Vemos entonces que en las revistas mencionadas el *running* es presentado como actividad “milagrosa” que tiene la capacidad de aliviar el estrés, dar energía y aumentar la productividad laboral. En las mismas no se citan estudios científicos que avalen esas afirmaciones, ni se compara estos beneficios de correr con el de practicar otros deportes, actividades físicas a nivel general u otras actividades del orden mimético. En la carta del editor al lector de la Revista *Runner´s* de la edición N°3 se plantea que el ocio puede ser

utilizado de dos formas. Por un lado están los que corren (que conforman un nosotros) y que son más sanos y alegres, y por el otro está el ocio como tiempo muerto (ellos), en el que no se hace nada que la persona es poco sana e infeliz y no logra poder superar el estrés laboral.

Esta cosmovisión nos presenta, por un lado, que hay un nosotros y un ellos, en el que el primer grupo es *runner*, el segundo no lo es y que ambos están enfrentados entre sí. El primer grupo es presentado como más positivo que el segundo, única y exclusivamente por practicar esta actividad. Así mismo, el otro, quien no corre, no lo hace únicamente porque hace uso de otra forma del ocio (utilizando el mismo término que figura en la revista). Esa forma de apropiación del ocio es presentada como una forma negativa, ya que no le permite ni estar más sano, más feliz ni alivianar su estrés.

En ese mismo sentido es interesante observar que ese mismo mensaje se reproduce de forma global y no solo en el contexto de las prácticas del *running* argentinas. De hecho la edición local de *Runner's* cuenta en cada número con varias notas y breves de ediciones extranjeras traducidas al castellano, lo mismo sucede en la revista *O2*.

Así en *What If Everybody Ran? An Investigation into the Potential Impact of a National Running Movement*, una publicación de *UNC Kenan-Flagler Business School* y de la empresa *Mizuno*, podemos ver afirmaciones como:

“La gente que se ejercitó durante su día laboral fue un 23% más productiva que quienes no se ejercitaron.” (Kane, Newfield, Campbell, Gopalakrishna, pp.4).<sup>54</sup>

“Las mujeres obtuvieron una mejoría del 20% en los test de memoria después de correr en la cinta de correr que antes de haberse ejercitado. También mejoraron un 20% en la habilidad de resolución de problemas y aprendieron vocabulario 20 veces más rápido que antes del ejercicio intenso.” (Kane, Newfield, Campbell, Gopalakrishna, pp.3.)<sup>55</sup>

En este caso podemos ver una interrelación entre una institución educativa, una empresa y una acción de *marketing* (como es un *paper* financiado por una empresa que destaca lo positivo de practicar una actividad para la cual vende insumos, como son las zapatillas y la ropa deportiva). También podemos observar que el discurso bajo el cual se promueve el *running* está íntimamente relacionado con resaltar los beneficios a nivel productividad, capacidad analítica y resolución de problemas que trae aparejado correr. Estos beneficios están íntimamente vinculados con el ámbito laboral en el que ser más productivo y en el que tener la capacidad de resolver problemas (propios y ajenos) es presentado como lo deseable, lo esperable de un empleado modelo.

---

<sup>54</sup> Traducción propia.

<sup>55</sup> Traducción propia.

Incluso desde una mirada académica se resalta la capacidad que tiene la actividad para otorgar disciplina, reducir el stress diario, revigorizar y energizar a quien la practique:

“Mientras que los amigos y familiares pueden actuar como fuentes de apoyo, las carreras de fondo pueden proporcionar la disciplina, el desafío y un tiempo para la reflexión. Los resultados ponen de manifiesto que las carreras de fondo no son sólo para unos pocos corredores de élite, sino que es una actividad a la que puede acceder una persona sana. Puede ayudar con la reducción de peso, reducir el estrés de la vida diaria, revitalizar y re – energizar.” (Shipway, 2010:272).<sup>56</sup>

El *running* se presenta entonces desde lo discursivo como una práctica de actividad física a realizarse en un tiempo (mal llamado) de ocio que presenta múltiples virtudes, no solo desde la salud (como en realidad lo hace cualquier práctica física), sino que tiene un *plus*, una ventaja diferencial por sobre otros deportes, y es que lo hace a uno (si corre), más competitivo, más productivo.

Este tiempo en el cual se enmarca la actividad del *running* no es el del ocio, sino el tiempo de recuperación de y para el trabajo, que como ya vimos, tiene un uso instrumental (Rojek, 2004: 61). Los *runners* se presentan como personas más aptas que el otro (aquel quien no corre) no solo por gozar de una mejor salud, sino por incorporar este uso instrumental del tiempo y continuar produciendo y consumiendo dentro de ese tiempo.

Los autores que presentan el ocio como una actividad enmarcada en una esfera totalmente separada de la laboral, que no consideran que éste pueda ser una actividad dentro del consumo, no nos permiten entender por qué el *running* es presentado desde lo discursivo como una actividad que le permite a quien la practique mejorar su performance laboral y ser más productivo. Pocos puntos en común tiene esa representación del *running* con la de Elias y Dunning a través de las actividades del orden mimético, o con la de Shipway quien lo analiza desde un “tercer lugar” que se presenta totalmente separado tanto de la esfera privada/familiar, como de la pública/laboral. Es necesario entonces enmarcar la práctica del *running* en la definición de *serious leisure* que trazan Haworth (2004) y Rojek (2004).

### 3.3 El espacio de los *runners*

*“Barkley Marathon es una carrera de alrededor de cien millas (ciento sesenta kilómetros) en medio de las montañas de Tennessee y con una serie de obstáculos (...) Barkley, en definitiva, no es ni será “una carrera shopping” ni un evento donde ir a hacer turismo, conseguir una remera y una medalla lindas que lucir en entrenamientos o ante visitas en casa”*

Martínez, J. (2015). El laberinto de Gary, *Revista Runner´s Argentina*, N° 16, 66- 69.

---

<sup>56</sup> Traducción propia.

Tal como se mencionó en el apartado 2.4, en la presente tesis abordamos las carreras que se suceden en el espacio público urbano en la ciudad de Buenos Aires. Estas carreras son organizadas bajo la lógica de un evento, esto significa que hay una empresa que se encarga de conseguir el permiso en la ciudad de Buenos Aires,<sup>57</sup> cerrar el tránsito vehicular, medir el circuito, brindar hidratación, llevar a cabo la entrega de *kits*, realizar el proceso de inscripción, difundir el evento y organizar la animación de la carrera. La animación suele constar de una pareja de famosos (animadores de televisión, actores/actrices y modelos) para anunciar la llegada de los ganadores y luego para otorgar los premios a los en las diversas categorías (si las hubiera).<sup>58</sup>

Actualmente, las empresas más importantes dentro de este rubro son: El *Club de Corredores*, *SportFacilities* y *TMX*. Recordemos nuevamente que cada una de estas empresas lleva adelante diversas carreras, no solo en la Capital Federal, sino también en distintos lugares del país en lo que se denominan carreras de aventura, que pueden darse en las diversas geografías de nuestro territorio. Hay también otras empresas que se especializan precisamente en organizar este tipo de carreras, como *Salvaje Outdoor*.

Todas estas carreras son pagas, el costo de inscripción para el participante es de un estimado de entre \$AR200 y \$AR250 (unos U\$20) para carreras de una distancia 10 km. Las carreras con fines benéficos/solidarios también son pagas, en sus páginas oficiales si bien se aclara a qué fundación se ayuda, no se aclara si se donará todo el dinero recaudado, o solo un porcentaje (y en ese caso cuál sería).<sup>59</sup>

Un aspecto que nos resulta interesante destacar, es que en cada una de estas carreras uno debe firmar un deslinde de responsabilidad. El deslinde es un documento redactado por cada empresa, para poder retirar el *kit* de la carrera uno debe presentar tanto el comprobante de pago, como el deslinde firmado. En algunos casos uno también debe presentar un apto físico (con firma y sello del médico profesional)<sup>60</sup> en el que se desprenda que el corredor se encuentra en condiciones de participar de la carrera.

En nuestro corpus 8.2 se pueden apreciar deslindes de responsabilidad de diversas carreras, en el 8. 2.1 de AMCHAM, organizada por el *Club de Corredores*, en el 8.2.2 *Half Marathon* de *New Balance*, organizado por *Sportfacilities*, en el 8.2.3 *Mizuno Half*

---

<sup>57</sup> Hay algunas carreras que se realizan en dos distritos, se recorre la zona norte de la capital y de Vicente López, por lo que se requiere el permiso de dos organismos: el de Capital Federal y del Partido de Vicente López (Provincia de Buenos Aires).

<sup>58</sup> Ver Glosario.

<sup>59</sup> Solo a modo de ilustración pueden visitarse tres páginas webs: (Carrerahospitalitaliano.com, 2016), (Carrera UNICEF por la Educación / 2016 Buenos Aires – Rosario, 2016), (Fundacionavon.org.ar, 2016).

<sup>60</sup> A partir de una modificación de la Ley N° 139 en la Ciudad de Buenos Aires, que data de diciembre del 2015, se estableció que el apto físico obligatorio alcanza a competencias de 5 kilómetros de distancia o más. Ver (Gómez, 2016).

*Marathon*, organizado por TMX, en el 8.2.4 Maratón Universidad de Palermo, organizado también por el *Club de Corredores* y en el 8.2.5 el Maratón de la Ciudad de Buenos, organizado por la *Fundación Ñandú*.

El conjunto de los deslindes seleccionados son representativos, así incorporamos al menos uno organizado por cada empresa mencionada anteriormente, a saber: *El Club de Corredores*, *Sportfacilities*, *TMX* y *Fundación Ñandú* (que lleva a cabo la organización del medio maratón y del maratón de Buenos Aires). Nos interesa destacar que todos sin excepción mantienen una relación con el corredor del tipo empresarial. Se posicionan como una empresa proveedora de un servicio y al corredor como un cliente que para poder participar debe resignar derechos, como que se haga un uso comercial de su imagen, ya sea a través de fotos o de videos, sin compensación económica alguna:

*“Autorizo a los organizadores de la competencia y sponsors a utilizar, reproducir, distribuir y/o publicar fotografías, películas, videos, grabaciones y/o cualquier otro medio de registración de mi persona tomadas con motivo y en ocasión de la presente competencia, sin compensación económica alguna a favor del participante de la presente competencia.”* Deslinde de Responsabilidad AMCHAM Corpus 8.2.1

*“Autorizo a TMX SRL, Sportfacilities SRL, Sports Icon S.A y sponsors en forma conjunta o individualmente a utilizar, reproducir, distribuir y/o publicar fotografías, películas, videos, grabaciones y/o cualquier otro medio de registración de mi persona tomadas con motivo y en ocasión de la presente competencia, sin compensación económica alguna a favor del participante de la presente competencia.”* Deslinde de Responsabilidad *New Balance Half Marathon* Corpus 8.2.2

*“Autorizo a la organización y Sponsors al uso de fotografías, películas, videos, grabaciones y cualquier otro medio de registro de este evento para cualquier uso legítimo, sin compensación económica alguna.”* Deslinde de Responsabilidad Maratón de la Ciudad de Buenos Aires Corpus 8. 2.5

Como podemos ver, en todos los casos, en los deslindes de responsabilidad, los corredores ceden los derechos sobre sus imágenes, ya sea que los filmen y/o los retraten para usar ese material con fines económicos no especificados (no se aclara para qué se utilizará la imagen ni en qué modo se hará circular esa publicación).

La ley n° 11723<sup>61</sup> de la propiedad intelectual permite realizar un uso fotográfico sin compensación económica a una persona en actos públicos. Pero en las carreras el

---

<sup>61</sup> Artículo 31: «el retrato fotográfico de una persona no puede ser puesto en el comercio sin el consentimiento expreso de la persona misma y muerta ésta, de su cónyuge e hijos o descendientes directos de éstos, o en su defecto, del padre o de la madre. Faltando el cónyuge, los hijos, el padre o la madre, o los descendientes directos de los hijos, la publicación es libre. La persona que haya dado su consentimiento puede revocarlo resarciendo daños y perjuicios. Es libre la publicación del retrato cuando se relacione con fines científicos, didácticos y en general culturales, o con hechos o acontecimientos de interés público o que se hubieran desarrollado en público» (Infoleg.meccon.gov.ar, 2016a).

espacio deja de ser completamente público y se convierte momentáneamente en privado cuando única y exclusivamente los corredores que abonan la inscripción son quienes tienen permitido participar. Por otro lado, la ley indica que el uso es gratuito cuando tiene un fin didáctico o cultural, el uso comercial que hacen estas empresas lejos está del espíritu de la ley, sobre todo si vemos en el deslinde 8.4.4 que incluso los organizadores obligan a ceder los derechos a los sponsor.

Las empresas organizadoras de las carreras responsabilizan a los propios corredores por la seguridad de sus bienes y de su integridad física:

*“Tomo conocimiento y acepto voluntariamente, que el Club de Corredores, La Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina, Matchcode, los sponsors y/o sus empresas controlantes, controladas o vinculadas NO toman a su cargo ni se responsabilizan por ningún tipo de indemnización, reclamo, costo, daño y/o perjuicio reclamado, causado por accidentes, muerte, incapacidad, daños materiales, físicos o psíquicos o morales, lucro cesante, causados a mi persona o a mis derechohabientes, con motivo y en ocasión directa o indirecta de la competencia en la que participaré.”* Deslinde de Responsabilidad AMCHAM Corpus 8.2.1

*“Tomo conocimiento y acepto voluntariamente, que TMX SRL , Sportsfacilities SRL ,Sports Icon S.A, los sponsors y auspiciantes y/o sus empresas contratadas o vinculadas NO toman a su cargo ni se responsabilizan por ningún tipo de indemnización, reclamo, costo, daño y/o perjuicio reclamado, incluyendo y no limitado a, daños por accidentes, daños materiales, físicos o psíquicos o morales, lucro cesante, causados a mi persona o a mis derechohabientes, con motivo y en ocasión de la actividad física en la que participaré. Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos, libero a TMX SRL, Sportsfacilities SRL, Sports Icon S.A, los sponsors y auspiciantes, sus empresas vinculadas y sus representantes, directores, gerentes, accionistas de todo y cualquier reclamo o responsabilidad de cualquier tipo que surja de mi participación en esta competencia, así como de cualquier extravío, robo y/o hurto que pudiera sufrir”* Deslinde de Responsabilidad New Balance Half Marathon 8. 2.2

Nuevamente podemos comprobar que en los deslindes, las empresas de desentienden de las responsabilidades que atañen a la realización de un evento. No se responsabilizan si a alguien le roban sus pertenencias en el guardarropas,<sup>62</sup> si un vehículo que no respeta el circuito cerrado al tránsito<sup>63</sup> choca a los corredores, si estos tropiezan entre sí y se lesionan o bien si algún corredor fallece durante la carrera,<sup>64</sup> lo cual ha sucedido.

Si bien el propósito de esta tesis no es realizar un estudio sobre el derecho y las leyes, no por ello podemos dejar de lado estas aristas. Las empresas organizadoras de las carreras, por un lado, se presentan como un espacio que facilita al corredor poder llevar a

---

<sup>62</sup> Que ellos mismos promocionan desde la página web de la carrera como un servicio para el corredor.

<sup>63</sup> Ver “Cuatro delincuentes fueron detenidos tras una persecución y choque”, *Infobae*, 2016).

<sup>64</sup> Ver “Mdzol.com, 2014”.

cabo su actividad, en un entorno de felicidad y amistad y, por el otro lado, actúan como empresas que faltan a los derechos de los consumidores, como es cediendo derechos de imagen u omitiendo su responsabilidad ante plausibles robos y accidentes a los corredores (garantizados en los artículos 5 y 6 de la Ley de Defensa al Consumidor (Ley 24.240, deber de seguridad).<sup>65</sup>

Así, los participantes son por un lado *runners* (al momento de participar de las carreras) y por el otro consumidores, al momento de realizar efectivamente el pago de inscripción y al firmar los respectivos deslindes.

En el año 2011, en el Maratón de Universidad de Palermo hubo un accidente en el momento de la premiación. La del 2011 fue (hasta la fecha de escritura de esta tesis) su última edición.

*“La maratón de la Universidad es un evento anual muy esperado por todos los miembros de la comunidad. Se organiza desde el año 2008 con esfuerzo y dedicación, habiendo participado de las distintas ediciones hasta la fecha más de 19.000 personas. Tiene como objetivo la integración de alumnos, profesores, egresados y demás miembros de la universidad, así como la promoción del deporte y la actividad física en la comunidad.*

*En el marco de la entrega de premios de la Maratón 2011 que se desarrolló en domingo 2 de octubre se produjo un accidente que ocasionó lesiones a 10 personas. Inmediatamente se puso en marcha el operativo de atención a los accidentados quienes fueron asistidos por el personal de cobertura médica de la maratón y el personal del SAME, los que intervinieron sin pérdida de tiempo y los trasladaron a hospitales cercanos. Queremos agradecer al Gobierno de la Ciudad y al personal médico, de policía y de bomberos quienes prestaron su rápida asistencia, así como destacar el comportamiento y solidaridad de los participantes de la carrera.*

*La primera preocupación de la universidad siguen siendo los afectados por el accidente, y estamos muy apesadumbrados por lo sucedido. La información con la que contamos es que la mayoría ya han sido dados de alta, pero esta preocupación se mantendrá mientras permanezca una persona internada. Estamos pendientes de una pronta recuperación de las personas afectadas.*

*Las causas del accidente aún están siendo investigadas, y nos hemos propuesto reservar opinión al respecto mientras no se cuente con un debido análisis técnico.*

*En cualquier caso, es menester destacar que esta Institución contrató para el servicio de musicalización y sonido a la principal empresa de plaza, la cual a su vez contrató para la instalación de las torres de sonido a la principal firma del país, la cual prestó este servicio en numerosos actos, eventos y recitales, tanto organizados por entidades públicas, como privadas.*

*Así el Club de Corredores tuvo a su cargo el desarrollo integral de la carrera y la obtención del permiso del Gobierno de la Ciudad para su realización. Al mismo tiempo, la empresa Grupo Sarapura junto con Valiente Producciones, fueron las encargadas del armado de la estructura tubular de escenario y de las torres de sonido.” Comunicado de la Universidad de Palermo6667*

---

<sup>65</sup> Infoleg.mecon.gov.ar, 2016b.

<sup>66</sup> Ver (Palermo, 2016).

En este comunicado, podemos observar todas las empresas que forman parte de la organización de la carrera: *La Universidad, El Club de Corredores, Grupo Sarapura y Valiente Producciones*. Y ciertos aspectos organizativos: la *Universidad* contrata al *Club de Corredores* para tramitar los permisos correspondientes con el Gobierno de la Ciudad, al mismo tiempo la *Universidad* contrata al *Grupo Sarapura*, quien subcontrata a *Valiente Producciones*. Si bien el comunicado indica que se desconocen las causas del accidente (la caída de una torre de sonido sobre el público),<sup>67</sup> si el corredor afectado actuara según lo que firmó en el deslinde de responsabilidades, no podría denunciar a ninguna de las partes involucradas.

Nuevamente podemos observar que el espacio público pierde incluso a nivel legal su condición de tal. Se permite la realización de la carrera con la puesta de un escenario, pero ni el Gobierno de la ciudad, ni los organizadores son responsables de los riesgos o de eventuales accidentes que puedan suceder. El espacio público se configura como un lugar en el que quienes abonan la inscripción del evento pueden disfrutar de éste, pero perdiendo sus derechos como ciudadanos.

El espacio público es un nuevo espacio fronterizo entre lo público y lo privado, no solo (aunque con mayor claridad) durante las carreras, sino también durante los entrenamientos de los *running teams*.

Como se mencionó en el apartado 2.4, estos grupos de entrenamiento son en su mayoría privados. Están dirigidos por profesores de educación física o por gente ligada al atletismo (ex atletas o ex entrenadores de atletismo), en su inmensa mayoría cada *running team* tiene diversas sedes y horarios, por lo que éstos tienen un “director-coordinador” (su fundador) y cuenta con un grupo de profesores para dar las clases. Según la magnitud de cada *team* pueden contar también con un kinesiólogo y otros profesionales de la salud.

Algunas empresas cuentan con *running teams* privados, es decir, solo para sus empleados, quienes realizan la actividad de forma totalmente gratuita. Dentro de los grupos gratuitos abiertos al público se encuentran el BAC (Buenos Aires Corre) dependiente de la Sub-secretaría de Deportes de la Ciudad de Buenos Aires y el *Team D*, un grupo gratuito para personas diabéticas, *sponsorado* por Sanofi, una empresa farmacéutica de origen Francés, hoy presente en más de 100 países.

Como mencionamos anteriormente, las empresas orientadas a la venta de productos deportivos no solo cuentan con carreras con su nombre, sino también con grupos de entrenamiento. Empresas como *Nike, Adidas y Puma* suelen tomar grupos de

---

<sup>67</sup> La incorporación de este documento en el texto principal de la tesis se debe a su riqueza. En este comunicado podemos apreciar cómo interactúan y se interrelacionan las diversas empresas y sus agenciamientos en una carrera que a causa de un accidente dejó de ser un lugar divertido y familiar, para convertirse en un entramado de responsabilidades privadas entre distintas empresas y que sin embargo pareciera que ninguna reconoce su responsabilidad.

<sup>68</sup> Como participante de esa carrera pude realizar una observación directa de lo sucedido.

entrenamiento que ya existen y a cambio de que estos utilicen su nombre les ofrecen descuentos en indumentaria y a que no abonen las carreras que auspician.

Estos *teams* tienen sus sedes de entrenamiento en el espacio público y cobran a los *runner* una cuota mensual. Así, los *runners* se constituyen, por un lado, como alumnos-clientes dentro de sus grupos de entrenamientos y como *runners*-clientes frente a las empresas que organizan las carreras, por el otro. El vínculo que une la tríada *runners – running teams – empresas organizadoras de carreras* es un vínculo comercial que se da en el marco de una actividad que se presenta *a priori* como agradable y alegre, pero que *maquilla* el entramado comercial y la comercialización y privatización del espacio público.

Si cuando los organizadores arman carreras en base a la distancia que creen que los corredores quieren correr (como se vio en 2.4 con el testimonio de Nicolás González Pianta) y los *running teams* funcionan como empresas, con su director deportivo y los profesores de educación física como empleados bajo su supervisión, estamos frente a la presencia de un discurso empresarial, en el que las partes involucradas se ven a sí mismas como empresarios que deben brindar un buen servicio al cliente.

La presencia de valores empresariales en el discurso del deporte no es exclusiva del *running*; se encuentra presente en otros espacios como en la industria del *fitness*. Siguiendo el análisis que hace Landa (2011:115) sobre estos desplazamientos semánticos del *management* en el *fitness*, nos atrevemos a tomar el mismo modelo para aplicarlo al *running*.

**Gimnasio ► Negocio–Empresa**

**Profesor (de Educación Física, instructor) ► Gestor**

**Instructor ► empleado (Coach Grupal)**

**Coordinador ► Fitness Manager**

**Alumno ► Cliente/usuario**

Así, nuestro propio modelo quedaría formado:

**Atleta ► Runner/ Cliente/usuario**

**Club de atletismo ► Running team /Negocio–Empresa**

**Instructor de atletismo ► empleado del running team**

**Carrera ► Producto de una empresa**

El *runner*, en este entramado de relaciones, se convierte en cliente, tanto dentro del seno de su *running team*, como participante de una carrera. El *runner* es aquí el cliente

final de dos negocios que circulan de forma paralela y que se nutren entre sí: el de los grupos de entrenamiento y el de las carreras. Estas relaciones comerciales, como ya se mencionó, se presentan como gratas y placenteras (Landa, 2009), lo que permite *adornar* el carácter mercantil y la mercantilización del espacio público.

Es dentro de esta relación comercial entre las empresas que organizan las carreras y los *runners*, en tanto clientes, que entra en juego el *sponsoreo* de diversas marcas. Las empresas desean publicitar de una forma alternativa para asociar sus productos con el ambiente agradable en el que se circunscriben las carreras. Esto se debe a que los *runners* muestran una mayor predisposición a comprar esos productos, porque los relacionan con un compromiso de las empresas que los venden con el *running* (Lough et al, 2014:200,201, 207). Para las empresas *sopsorear* una carrera es una forma de generar un vínculo con un mercado que es más fiel que otros (op. cit.:202, 203, 208).

### 3.4 Conclusiones del capítulo

En este capítulo abordamos el *running* a través del tiempo y el espacio en el que es practicado. Para ello utilizamos los conceptos de ocio y espacio público como categorías analíticas y para entender como estas interactúan entre sí. El tiempo en el que se desarrolla la práctica del *running*, como vimos, no tiene una única definición. Para nuestro propósito no se puede limitar a una actividad mimética, ni a un tercer lugar. El *running* es presentado por sus propios participantes como una actividad que permite tener un mejor rendimiento laboral y que al mismo tiempo ofrece una mejor recuperación del mismo. El *running* se presenta así en tanto práctica del ocio como un instrumento de y para la recuperación laboral y no como una actividad separada tanto de la esfera pública como de la privada. En el marco de la práctica del *running* se observa la configuración de una práctica que se inscribe en la esfera trazada por el *serious leisure*, presente en las perspectivas trabajadas en Rojek (2004), Iso-Ahola, Mannell (2004) y a Haworth (2004).

En cuanto al espacio físico en el que se llevan adelante las prácticas del *running*: los entrenamientos de los *running teams* y las carreras pudimos observar que es un espacio en tensión. Si bien este en lo formal se circunscribe en el espacio público, este abandona la acepción tradicional. El espacio público deja de ser un espacio que físicamente contiene a quienes quieran hacer uso de él, para convertirse en un espacio en el que solo forman parte quienes pagan. Esto moldea la relación de los *runners* con el espacio público, porque adoptan una dinámica comercial. Los corredores participan única y exclusivamente de estos espacios a través de un entramado de vínculos y dinámicas comerciales.

Este espacio del *running* es un espacio fronterizo entre lo público y lo privado. Los agentes que influyen directamente en esta reconversión del espacio público son los *running teams* y las empresas organizadoras de carreras. Ambos llevan adelante una lógica empresarial, con un discurso del *management* que se articula con el del *running*.

El *running* nos enfrenta a la conformación de un nuevo espacio en donde las relaciones y los vínculos se dan a través de diversas dinámicas comerciales. Al mismo tiempo, nos presenta a un nuevo sujeto, no solo a alguien que se presenta deseoso de practicar una actividad que supone una recuperación de y para el trabajo (Rojek, 2004: 61), sino a alguien que entiende la práctica del deporte (cuanto al menos del *running*) como una práctica privada. El *runner* entiende su rol como el de un cliente que se presta a los reglamentos de las empresas del *running*. En esta privatización del *running* y de los lugares donde se practica, el *runner* para poder participar debe ceder sus derechos como ciudadano a un espacio que no lo cuida y lo responsabiliza (3.3).

## CAPÍTULO III Ser *runner*

### 4.1 Breve resumen del capítulo

En el presente capítulo nos proponemos identificar y analizar cómo se configura el cuerpo y el sujeto en el *running*. En función de ello, analizaremos primero, cómo se construye y cómo se presenta el cuerpo del *runner*. ¿Cómo se presenta el cuerpo ideal del *runner*? ¿Qué atributos le asignan los *runners* a sus propios cuerpos? ¿Qué elementos se encuentran implicados en su producción? En segundo lugar, pondremos en relación las prácticas de autogestión y de autogobierno, ya no vinculadas con el cuerpo del *runner*, sino con su *ser*. Entendiendo, que las mismas se orientan a corregir el espíritu del *runner*, de acuerdo a parámetros de autosuperación que delimita este universo de consumo deportivo, mediante la puesta en práctica de específicas tecnologías del yo.

### 4.2 El *running* y el cuerpo

En las tapas de las revistas *Runner's Argentina* y *O2* podemos observar cómo se presenta desde lo discursivo la figura humana del *runner*. En *Runner's Argentina*, diez<sup>69</sup> de las 16 tapas<sup>70</sup> analizadas fueron protagonizadas por diez mujeres mientras que solo seis por varones.<sup>71</sup> En todas ellas había solo una única figura humana. En seis números el corredor<sup>72</sup> está corriendo de frente sobre un fondo verde que remite a la naturaleza (excepto en la edición n°5 que el fondo es completamente blanco). En el n°4 hay una figura humana femenina elongando, mientras que hay otros cinco números<sup>73</sup> en el que las figuras están corriendo de costado. En dos de ellas las mujeres corren en sentido hacia la derecha, mientras que en las otras tres están de tres cuartos perfil y corren hacia la izquierda. En el número 9 en la tapa aparece en posición relajada Sara Stewart Brown (esposa del periodista Jorge Lanata) como "la maratonista que eligió ser donante corre de nuevo", en la edición número 13 sentado sobre una banqueta alta está Mariano Mastromarino, (atleta de elite argentino, ganador de la medalla de bronce en Maratón en los panamericanos 2015) mientras sostiene la medalla. En todos los números (excepto el n° 13) la figura humana está vestida enteramente con ropa deportiva. Los varones con short y remera (larga y corta) mientras que las mujeres utilizan calzas cortas, short cortos

---

<sup>69</sup> Números: 2, 4, 5,6, 7, 9, 10, 12, 14 y 16.

<sup>70</sup> Se toman las tapas desde el primer número al número 16 que corresponden respectivamente al mes de septiembre del 2014 al mes de diciembre de 2015.

<sup>71</sup> Números: 1,3, 8, 11y 13.

<sup>72</sup> Números: 1, 2, 3,5, 8.

<sup>73</sup> Números: 7, 10, 11, 14 y 15.

con tops y remeras, y en los números invernales calzas y camisetas de manga larga con campera. En todos los casos visten zapatillas deportivas (incluso en la edición n° 13 en la que Mastromarino está de traje, tiene calzado deportivo). Cabe aclarar, que las fotos que ilustran las tapas fueron producciones fotográficas específicas, en ningún caso se utilizaron imágenes de archivo.



Tapa de la revista *Runner's World Argentina*, N° 1, Septiembre del 2014.



Tapa de la revista *Runner's World Argentina*, N  4, Diciembre del 2014.

Por otra parte, en O2 de las nueve tapas tan solo tres fueron protagonizadas por mujeres,<sup>74</sup> mientras seis por varones.<sup>75</sup> La t pica figura humana corriendo hacia el frente est  presente en 4 números<sup>76</sup> en uno de ellos la figura humana est  difuminada con el fondo de la ciudad<sup>77</sup> mientras que en otro número hay tres figuras femeninas corriendo hacia el frente.<sup>78</sup> Hay dos números en el que la figura corre hacia la izquierda<sup>79</sup> y otros dos

<sup>74</sup> Números: 3, 6, y 8.

<sup>75</sup> Números: 1, 2, 4, 5, 7 y 9.

<sup>76</sup> Números: 3, 6, 7 y 8.

<sup>77</sup> Número: 3.

<sup>78</sup> Número: 8.

<sup>79</sup> Números: 1 y 2.

en el que lo hace hacia la derecha.<sup>80</sup> En la edición número 9 se produce el proceso de metonimia, se muestra un tronco inferior masculino corriendo hacia la derecha.



Tapa de la revista 02, N° 09, Octubre/Noviembre del 2015.

Al igual que en *Runner's* Argentina las fotos que ilustran las tapas fueron producciones fotográficas específicas para ilustrar la tapa, no se utilizaron imágenes de archivo. En todas las tapas las figuras utilizan ropa deportiva, los varones utilizan: short, calza corta, calza larga y remeras y las mujeres: calzas cortas, largas, short, top, remeras de manga corta y larga.

En cuanto a la revista *LNCorre* tal como mencionamos en el aparatado de metodología (1.4) en la introducción caben algunas aclaraciones. La revista no tiene una

<sup>80</sup> Números: 4 y 5.

salida fija y acompaña la edición impresa del diario de un día viernes en todas las ediciones<sup>81</sup> que utilizamos para el análisis en la presente tesis. La revista no tiene un costo adicional. Si bien no es una revista en el sentido tradicional: no tiene una salida propia, acompaña al diario, entre cada número pueden pasar entre uno y cinco meses, fue la primera en su tipo y es por ello que creemos que es importante analizarla.

El corpus de *LNCorre* está compuesto por 8 revistas, en la que solo una tapa tiene una única figura femenina,<sup>82</sup> Marita Peralta, una atleta de elite que ha representado a Argentina en los JJOO (Juegos Olímpicos) en la distancia de maratón en Londres 2012. En la foto se la puede ver de perfil, corriendo sobre la costa marplatense, de donde es oriunda y vive hasta la fecha. El resto de las tapas tiene figuras masculinas, en las que: en el primer número hay un proceso de metonimia en el que se muestran dos pares de piernas claramente masculinas en una carrera de calle, en el que hay otros cuerpos de fondo; en el segundo número hay cinco figuras masculinas corriendo con el obelisco de fondo, en el que fue el maratón de Buenos Aires de ese año;<sup>83</sup> en el número tres hay una figura masculina de tres cuartos perfil corriendo hacia la izquierda sobre una montaña,<sup>84</sup> en la cuarta tapa en la foto hay un grupo de personas en una carrera que evidentemente no se realizó en el país (por el tipo del paisaje de la ciudad) con la leyenda "*Running Tour, Viajar y correr, pasaje a una tentación*"; en la sexta tapa de frente hay un hombre saltando sobre una paisaje que remite al verde, la naturaleza, la montaña; en el séptimo número aparece un corredor sobre una ruta y en la última edición hay cuatro hombres (todos ex atletas de elite que representaron al país en diversas competencias) sobre una pista de atletismo. A diferencia de las fotos de las tapas de *Runner's* y *O2*, las de *LNCorre* en seis de las ocho tapas las imágenes son de carreras (imágenes de archivo y de gentileza de los propios retratados), mientras que solo dos<sup>85</sup> fueron producciones propias.

---

<sup>81</sup> Los números datan del: 19/07/2013, 25/10/2013, 25/04/2014, 29/08/2014, 31, 10/2014, 21/04/2015, 31/07/2015, 30/11/2015.

<sup>82</sup> La tapa número 5 correspondiente al 31/10/2014.

<sup>83</sup> Algo que el lector que es entendido puede reconocer fácilmente por el color y modelo de la remera que cambia año a año.

<sup>84</sup> En la que también el corredor entendido reconocerá fácilmente por la remera del corredor que se trata de la carrera "El Cruce" que se realiza entre Argentina y Chile.

<sup>85</sup> Los números cinco y ocho.



Tapa de la revista *LNCorre*, N°1, 19 de julio del 2013.

Como podemos observar en las imágenes de las tapas, el foco está puesto en las piernas de los corredores. No solo a través del proceso de metonimia (que está presente en las revistas *O2* y *LNCorre*) sino que también en las figuras humanas completas, ya sea mostrando al corredor corriendo hacia el frente, como también con la figura humana femenina elongando el cuádriceps derecho (enfaticando así nuevamente el tronco inferior por sobre el superior). Se produce una asociación entre las piernas y el *running*, siendo esta la parte del cuerpo distintiva del *runner*.

Terminan siendo resaltadas porque operan como un sello distintivo que garantiza practicar la actividad. Este enfoque sobre las piernas es una vía para demarcar cuáles son los cuerpos que han internalizado las tecnologías del yo y cuáles no, permite clasificar y valorar unos cuerpos por sobre otros.

En cuanto al escenario que se ilustra en las revistas el *running*, se nos presenta como una actividad que se realiza en escenarios ideales, donde el verde y la naturaleza abundan y no hay nadie más que uno, lo que permite correr en completa armonía, nada ni nadie puede perturbarnos. Este escenario idílico con aire puro, un ambiente tranquilo, relajante y fuera del *stress* rutinario de la urbe se contrapone con el entramado urbano (Landa, 2011:215). Incluso en la tapa de O2 donde el sujeto corre sobre la calle, aparece solo y en una situación poco real porque no hay ningún vehículo. Si bien se abandona el verde, para situar al corredor en un escenario urbano, este es utópico: la ciudad sin tráfico, sin autos, con la calle solo para uno. El fondo de la imagen fuera de foco se centra en las piernas del corredor sobre un charco de agua limpia, refrescante, que no detiene su zancada ni lo mancha. Por último, la tapa de la revista LNCorre a través del proceso de metonimia pone el foco en un par de piernas sobre las que no se ve si hay otros corredores adelante (aunque sí se ve otros por detrás), genera así de ilusión de pelotón, de que quienes están corriendo están entre los primeros, son los más veloces. La foto nos muestra a un sujeto con zapatillas verdes que ejecuta con corrección la zancada y a otro con calzado rojo con una marcada musculatura. Los sujetos se nos presentan en suma como los ganadores de la carrera.

#### 4.3 Vestirse de *runner*

*“Se cruzaban con gimnastas matinales, mucho más ágiles que ellos, en cuyos rostros se veía el apuro por llegar a ningún lado, transpiración recomendada por manuales de autoayuda y afiches publicitarios, rémora de movimiento real en ropa deportiva de marca, zapatillas multicolores, tobilleras, muñequeras de teflón, el moderno reino de Nike y Adidas en el artificio de la ciudad colapsada. Dentro de ese marco, la triste indumentaria de Matilde y Pedro hacía que parecieran sapos de otro pozo”*

Massuh, 2012:32

Todas las revistas tienen una sección que se repite número a número que es sobre ropa. En la revista O2, la sección se llama “Indumentaria + accesorios”, y tiene la leyenda “Tendencia **Consumo**” (nota del autor: negrita del original). En *Runner’s Argentina* la sección se llama “Equipo”, en el último número que presenta un rediseño de la revista. En esta sección hay una página de “Equipo” con la leyenda “Para nuevos *runners*. Que necesitan. Lo último en pilchas y tecnología” y otra página con la leyenda “Para expertos. Que necesitan. Renovarse siempre.”

En *LNCorre* esta sección presenta algunas modificaciones. En los dos primeros números figura como “Productos: Zapatillas, Ropa, Accesorios” (cada uno tiene una página propia), luego esa sección desapareció completamente para volver en el número seis con el nombre de “Mercado” en el que figuran ropa, zapatillas y accesorios entremezclados entre sí. En estos casos se muestra ropa deportiva y accesorios como ser anteojos deportivos, relojes, equipamiento para carreras de montaña (*camel back*, cinturones de hidratación). Si bien dentro de dichas secciones también hay calzado, las zapatillas suelen tener incluso notas o hasta ediciones especiales, como ser en la edición n° 9 de *O2*, que tiene una guía de zapatillas o los números 1, 3, 8, 13 y 16 de *Runner’s Argentina*

En *LNCorre*, bajo el nombre de “Mercado” se encuentra indumentaria, podemos leer:

- “**Las últimas tendencias con la máxima sofisticación**” (negritas propias) (2015). Número 6, 36.
- “**Los últimos lanzamientos que buscan una conjunción entre utilidad y sofisticación**” (negritas propias) (2015). Número 8, 37.

En la revista *O2*, en la sección “Tendencia **Consumo**” (negrita del original), podemos leer:

- “*Repasá las últimas tendencias de las marcas deportivas que apuestan a que el corredor luzca cómodo, seguro y **moderno a la hora de entrenar***” (negrita propia) (2014). Número 2, 34.
- “**Cambiá tu look en primavera. Conocé las últimas tendencias de las marcas deportivas para que entrenes fresco, cómodo y canchero**” (negritas propias) (2015). Número 5, 36
- “*¿Qué me pongo? Conocé las últimas tendencias de las marcas deportivas para entrenar **bien loockeado esta temporada otoñal***” (negritas propias) (2015). Número 7, 50
- “**Se vino el cambio de estación y es una excusa perfecta para salir de compras. En nuestra sección de consumo te mostramos las últimas tendencias de distintas marcas para que enfrentes la primavera bien equipado**” (negritas propias) (2015). Número 9, 54.

En la revista *Runner’s Argentina*, en la sección Equipo, podemos leer:

- “**Lo que me pongo. Sorprendé luciendo estas prendas el primer día caluroso de septiembre. Y después nos contás**” (negritas propias) (2014). Número 1, 89.
- “**Para verte mejor. Ponele onda a tus entrenamientos**” (negrita propia) (2015). Número 14, 81.

En estos ejemplos podemos ver cómo la indumentaria deportiva ya no solo se limita al uso primario, técnico, funcional, de la ropa, sino que presenta un carácter estético, decorativo, incorporando un discurso de moda: hay nuevas tendencias, lanzamientos, cambios de ropa según la estación, nuevos looks, ropa moderna, detalles, onda,

sofisticación y hasta excusas para salir de compras. Así la belleza se configura, una vez más, en torno al consumo.

La revista *O2* le habla a un *runner* varón: *loockeado*, equipado, canchero. Mientras en las otras revistas le hablan al lector de un género no definido. El *runner* lucirá a la moda, y por consiguiente estará dentro de la norma. La indumentaria en este caso, pensada como belleza, no es otra cosa que una práctica de regularización, de inscripción social, de normalización de los sujetos. No solo le indica al *runners* cómo debe lucir, sino que también le habla a los no *runners*, en un mensaje que pareciera indicar que no lo son por no lucir de la forma correcta, pero que entre las páginas de las revistas está la solución.

Podemos abordar el aspecto del *runner*, la ropa y el equipamiento, desde la mirada de Goffman (1989) y pensar que estos son utilizados como utilería en la construcción de identidad. La forma en que lucen las personas que practican algún deporte es la forma de proyección del cuerpo más común (Allen Collinson, Hockey, 2007:384). En un trabajo autoetnográfico de Allen Collinson, la autora (que es *runner* según sus propios términos cf. 2005:3) escribe sobre el momento en que estuvo lesionada junto con su compañero y no pudieron correr durante unos meses. En un testimonio (en el que no se identifica quién de los dos habla, o si lo hacen al unísono) podemos leer:

“Hace cuatro meses que no corremos...ninguno subió de peso, si bien ninguno puede trotar o correr, seguimos luciendo como corredores de larga distancia. Eso ayuda porque me veo a mí misma en el espejo y no a alguien más. Lo sé, no puedo correr por el momento, pero luzco como si aun estuviera corriendo.” (Allen Collinson, 2005: 15).<sup>86</sup>

En esta cita podemos ver con claridad cómo el lucir como *runner* es tan importante, no solo le permite al individuo verse como tal, sino que también nos permite ver que parte de la gratificación tiene que ver en, primer lugar, en que otros también puedan verlo como *runner*. En este caso se debe a que no subió de peso a pesar de la inactividad física después de cuatro meses; lo que le permite ante la mirada anónima de otros (configurada como un ellos) seguir situándose desde el nosotros los *runners*. Es consciente de que no puede correr (e incluso se posiciona oponiéndose también al *jogger*, como vimos en el apartado 2. 2) sin embargo, sigue viéndose a sí mismo en el espejo como a un corredor de fondo (*distance runner*). Lucir como *runner*, para estos practicantes, es aun más importante que ser capaz de hacer *running*.

La belleza que se produce en el contexto específico del *running* delimita una división entre las buenas y las malas prácticas. Estas últimas se definen como desvíos, aquellas prácticas ejecutadas por fuera de la norma, y que circulan en el discurso del *running*, bajo la forma de narrativas prescriptivas, correctivas y aleccionadoras. Nuevamente el mensaje

---

<sup>86</sup> Traducción propia.

subyacente pareciera indicar que el desvío puede ser reparado, pero para ello primero debe detectarse. El sujeto cuando se configura como *runner* poco a poco debe comenzar a llevar a cabo las diversas prácticas que se inscriben en aquello que el dispositivo belleza-salud-consumo-rendimiento define como “lo deseable”.

Dentro de este “deseable” delimitado por el dispositivo de belleza-salud-consumo-rendimiento se conforma la belleza del *runner*. Esta se presenta también dentro del consumo de indumentaria, que no solo promete beneficios para la práctica de la actividad sino que también es presentado como ropa para lucir dentro de los escenarios del *running*.

Lucir como *runner* es un canon de belleza que se lleva a cabo a través de múltiples consumos. No solo de indumentaria, sino que para lucir como tal, el sujeto debe implicarse en los espacios delimitados por las organizaciones del *running*. Debe entrenar en un espacio delimitado (un *running team*) y participar de las carreras. Estas actividades reconfiguran al *runner* como un cliente/consumidor. Traen consigo aparejadas la incorporación de ciertas prácticas del cuidado del sí, íntimamente vinculadas a la idea de una gestión eficiente de sí mismo.<sup>87</sup> Así, encontramos en nuestro corpus un discurso que se apoya en el dispositivo belleza-salud-consumo-rendimiento, concibiéndolo como una práctica que produce una cierta percepción de la realidad (Foucault, 1979, Markula, Pringle, 2006: 31).

#### 4.4 *Running* y la gestión del peso

En la revista *Runner's Argentina* en los números 3, 4, 10 y 12 figuran en tapa notas relacionadas a bajar de peso. “*Salí a correr ahora! Ponete en forma*” (n°3) “*Fuerte ya! Perdé peso*” (n°4) “*Especial bajar de peso sin dieta*” (n°10) y “*Perdó 5 kg o los que necesites*” (n°12).

Mientras que en la revista O2 solo en la tapa de la edición n°5 se lee “*Nutrición un especial para quienes no logran bajar de peso*” en el n°6 también figura en tapa en el apartado de nutrición “*Como desintoxicar tu cuerpo después de las fiestas*” (el número corresponde a los meses de noviembre y diciembre). En el n°3 podemos encontrar la siguiente nota “*El exceso de peso en los atletas amateurs*”<sup>88</sup> (nótese el uso del término atleta, que si bien está matizado por el acompañante de amateurs, para referirse a *runners*), cabe remarcar que la nota no figura en tapa.

En cuanto a *LNCorre* solo en la revista n° 5 podemos leer la siguiente nota:

*“Aliado para vencer a la obesidad. El running no sólo es un camino para perder kilos; también ayuda a incorporar hábitos saludables; en qué casos se recomienda y*

<sup>87</sup> Como en el control de la ingesta de alimentos y en el control del peso.

<sup>88</sup> Robaldo, M. (2014). El exceso de peso en los atletas amateurs, O2, N°3, 48.

*qué cuidados hay que tener.*” Martínez, J. (2014). Aliado para vencer la obesidad, *LNCorre*, N°5, 36.

En cada una de las revistas podemos ver como presentan al menos una nota sobre un caso de una persona obesa que logra *superarse* gracias al *running*. La utilización del término *superarse* está presente en la redacción de las notas. Veamos los ejemplos:

*“Superación. La historia de Thomas W. Stephan. El corredor alemán pasó de pesar 230 kilos a terminar el BMW Frankfurt Marathon 2012 y 2013. Una historia de superación y lucha.”* De Bernardis, M. (2014). Superación, la historia de Thomas W. Stephan, 02, N°4,63.

En la nota se presenta a Thomas como una persona con un problema de obesidad que un día decide *“mejorar su calidad de vida”* (pp.63) y comienza a correr. La nota está ilustrada con fotos que ilustran el antes y después del descenso de peso, aunque en la versión delgada no se lo muestra con ropa de trabajo o casual (cómo sí se lo retrata cuando era obeso), sino siempre con ropa deportiva o incluso con fotos tomadas durante las competencias deportivas. En la nota están presentes frases de cierto tenor de autoayuda:

*“El adversario a batir – él mismo-, había sido vencido”* (Ibíd., pp.64)  
*“Sólo aquellos que quieren lo imposible pueden explotar el potencial de lo posible”* (Ibíd., pp.65)  
*“Si bien el caso del alemán es prácticamente único en su tipo, representa el sueño de muchos corredores aficionados cuyo fin está puesto en el desafío contra el propio ser”* (Ibíd., pp.65)

En la nota que mencionábamos de la revista *LNCorre* se presentan dos testimonios:

*“Una batería de situaciones emocionales hizo que terminara pesado 236 kilos. Ahora bajé 100 y sigo en tratamiento. Antes de cada carrera me reúno con el médico y él me autoriza, o no, a correr. Yo peleo por mi vida, y correr me ayudó a mejorar en muchos aspectos”* relata Pedro Hanlan de 47 años. Martínez, J. (2014). Aliado para vencer la obesidad, *LNCorre*, N°5, 37.

Sobre el caso del segundo testimonio, de Florencia Andrés de 32 años podemos leer:

*“Empezó el mismo día que decidió que cambiar la imagen que vio en el espejo”*  
*“Fueron los primeros pasos de un camino que coronó un año y medio después con 21 k”* (Ibíd., pp.37).

Los testimonios que presenta *LNCorre* son distintos entre sí, aunque ambos cuentan historias de autosuperación. El primero alguien que sufrió obesidad mórbida y muestra que con voluntad y determinación, además de la ayuda médica conquista su objetivo. El segundo, el caso de la Florencia, también logra lo que se propone, bajar de peso, aunque su caso es menos extremo que el de Pedro (46 kilos).

En las notas de *Runner´s Argentina* vuelve a estar presente la idea de superación:

*“El amanecer del cuerpo. Miralos bien. Antes pesaban el doble. Ahora son corredores. Porque nada es imposible. Comprobalo”* Rossi, D. (2014) El amanecer del cuerpo, *Runner´s Argentina*, N° 1,41.

La foto que ilustra la apertura de la nota son dos mujeres y un varón, todos con ropa deportiva, parados sobre el pasto y por detrás se ve un parque. Las imágenes que acompañan el resto de la nota son (nuevamente) las fotos del antes y el después del descenso de peso de las tres personas.

*“Al correr nos seguimos descubriendo a nosotros mismos, nos sentimos poderosos por lograr hacer algo que durante tantos años estuvo tapado, coinciden los tres.”* (Ibíd., pp.41)

*“Tenemos otra chance, un cuaderno en blanco que podemos escribir. Empezamos desde cero, nos paramos en la vida de otro modo. Hoy el running es parte de ese cambio completo”* (Ibíd., pp.43)

Una segunda nota tiene el siguiente título y bajada:

*“Corre vegano corre. Cómo se puede vivir de manera sana, bajar de peso, curarse de la diabetes y la depresión volviéndose crudivegano. Y al mismo tiempo ser un gran corredor. Un caso real”* Martínez, J. (2014). Corre vegano corre, *Runner´s Argentina*, N°3,51.

*“Luciano Bonficio necesitó tocar fondo para darle un giro a su vida y recuperarla. Las depresiones lo llevaron a subir de peso y convertirse en un obeso mórbido con diabetes, internado en terapia intensiva. Fue ahí cuando decidió corregir su alimentación y comenzar a correr. Ese fue el combo que lo salvó y que sigue haciéndolo feliz”* (Ibíd., pp.51)

*“Así como hay personas omnívoras que son saludables, también hay vegetarianos o veganos chatarra, que se alimentan de mala manera y se la pasan comiendo harinas, papas fritas, snacks, o cosas así. Yo era un vegano chatarra” (...) “Entonces lo que hice fue canalizar esa angustia por el lado del running”* (Ibíd., pp.53)

*“Fui encontrando mi misión en la vida, las cosas que me gustan y que me hacen feliz. Las ansiedades siempre van a estar latentes, el tema es canalizarlas de una manera positiva. La que yo encontré fue el running”* (Ibíd., pp.55)

Otra nota presenta la idea de reconversión, de corrección del cuerpo nuevamente a través del *running*.

*“Nacer de nuevo. Un día se le paró el corazón. En esos segundos entre la vida y la muerte debía decidir entre reencontrarse con su padre fallecido, abandonar un cuerpo excedido de peso y una mente estresada; o reinventarse y postergar el encuentro con su viejo. Acá, el nuevo Daniel”* Martínez, J. (2015). Nacer de nuevo, *Runner´s Argentina*, N°10, 33.

La foto que ilustra la apertura de tapa muestra a un hombre delgado, en ropa deportiva, con reloj, gafas de sol y gorro tipo *buff*. En las siguientes dos páginas podemos ver dos fotos del antes de Daniel, en una está sentado con el torso desnudo, usa anteojos para leer y sostiene un cigarrillo, mientras en la segunda está vestido, nuevamente con los anteojos y parado frente a una parrilla preparando un asado. Hay una tercer foto que hace

del después, tiene la misma ropa deportiva que la foto que abre la nota, y está corriendo en un parque.

*“Escuchar de los demás la frase “que flaco que estás” fue el primer trofeo que recibió, una señal que las cosas marchaban bien y de que la nueva vida era mejor que la anterior”. “Antes tenía el “no puedo” siempre en mi cabeza, ahora sé que sí puedo” (Ibíd., pp.35)*

Podemos ver cómo el *running* se presenta como actividad inclusiva: acepta a hombres, mujeres, a obesos y a veganos con sobrepeso (en el imaginario colectivo esto es un oxímoron, se asocia la vegetariano y al vegano con una alimentación saludable). Sin embargo esta inclusión no es real, no se acepta al otro como tal, sino para corregirlo. Este discurso señala que la responsabilidad de llevar a cabo estas correcciones está en cada sujeto, no se centra en la culpa, sino que hace un giro y lo presenta como un desafío. Así los cuerpos desviados encuentran en el *running* un lugar que no los castiga y que los incentiva permanentemente a superarse. La corrección corporal es vista como un desafío a vencer, deja de ser un imposible para convertirse en real. Al mostrar las fotos del antes y del después del descenso de peso, se va construyendo un mito aleccionador. Las imágenes del después se muestran siempre en relación con la naturaleza, en contraposición con la figura previa en que las personas se encuentran en un estado pasivo y con ropa laboral. Como vimos en el apartado 4.2, esta es una construcción no solo del escenario ideal en el que se practica la actividad, sino también de los propios sujetos, este mensaje circula no solo dentro del *running*, sino que también dialoga (de forma silenciosa) con los cuerpos desviados que no han ejecutado las técnicas del sí. De esta forma el *running* incorpora diversos tipos de cuerpos, pero operando para corregir aquellos desviados.

#### 4.5 *Running* y alimentación

Si bien las notas que aconsejan como bajar de peso, o la utilidad del *running* para lograrlo no están presentes número a número, sí podemos encontrar consejos sobre alimentación. Las tres revistas denominan igual a la sección, sin excepción se mantuvo a lo largo de todos los números. La sección se llama “Nutrición”.

En el caso de la revista *Runner’s Argentina*, la sección “Nutrición” es la segunda sección después de Carta del Editor, Cartas de lectores (que no figuran en el índice como secciones) y de la sección “*Training*”. A la sección nutrición le corresponde el color azul. Suele haber más de una nota y en todas siempre se habla de la alimentación o hidratación haciendo hincapié en el *runner*. Hasta el número 11 incluido, dentro de la sección podemos encontrar una columna que se llama: “La Heladera Sabe. Consejos de nutrición para un *runner* hambriento” (mayúsculas del original). En los números siguientes ya sea desde los

títulos de las notas se sigue apelando al lector como *runner* y los consejos que se dan son siempre pensando en él como corredor (y no como practicante de algún otro deporte):

- “*El paladar del atleta*” (2015). *Runner’s Argentina*, N°12, 26.
- “*Poder en barra. Elegí el bocado justo antes, durante o después de tu entrenamiento como plus de energía y recuperación*” (2015). *Runner’s Argentina*, N°13, 24.
- “*Ensaladas pro. Para un corredor hambriento*” (2015). *Runner’s Argentina*, N°14, 22
- “*I love carbo. Una carga adecuada de carbohidratos puede ayudarte a correr mejor*”. (2015). *Runner’s Argentina*, N°15, 22

En el número 16, con el rediseño de la revista vuelve a aparecer en la sección Nutrición “La Heladera Sabe. Consejos de nutrición para un *runner* hambriento”.

Respecto a la revista O2 a la sección “Técnica **Nutrición**” (negrita del original) también le corresponde el color azul, aunque esta está dentro de una macro sección que se llama “Técnica”.

La macro sección “Técnica” cambia número a número pero mantiene tres subsecciones a lo largo de todas sus ediciones y son: fisiología, entrenamiento y nutrición.

A diferencia de *Runner’s* en O2 la sección está orientada a brindar consejos de alimentación en un sentido más general. Si bien al lector se lo construye como *runner* (número a número hay una guía distinta de entrenamiento para correr) y en la primera edición la nota lleva el siguiente título:

“*Qué comer en entrenamientos y carreras de calle*” Robaldo, M., Revista O2, N°1, 50.

Podemos observar un cambio en los siguientes números:

- “*Tomá la **decisión correcta**. No es necesario pasar hambre ni privarse de las cosas ricas. Alcanza con aprender a elegir correctamente*” (negritas del original) (2014). O2, N°2, 50.
- “*Remedios naturales. Conocé cinco alimentos que además de ser saludables, poseen propiedades medicinales*” Marcondes, B., Silvia, F. (2014). O2, N°3, 46.
- “*Dulce dilema. ¿Azúcar o edulcorante? ¿Cuál es la mejor opción para una vida más saludable (y sin sobrepeso), sin abandonar los sabores dulces?*” (2014). O2, N°4, 46.

- **“La comida adecuada a la hora adecuada. Aprendé más sobre el momento adecuado para cada tipo de comida, y aprovechalo para mejorar tus entrenamientos”** (negritas del original) Ricupero, P. (2015). *O2*, N°8, 24.
- **“Parece pero no es. Conocé algunos alimentos que parecen inofensivos para la dieta pero son una verdadera trampa”** (negritas del original) Ricupero, P. (2015). *O2*, N°9, 47

En cuanto a *LNCorre* la sección no se presenta como una guía de consejos, ilustrada con imágenes de alimentos como en las otras revistas. Hay una sola nota de alimentación en cada número y se encuentra firmada por licenciados en nutrición (a excepción de *Runner’s Argentina* y *O2* en las que no siempre figuran las firmas de quienes escribieron esas notas, ni si se consultó a un profesional de la salud). En el tercer número, en lo que parece ser un error de edición, la nota está en la sección “Consejos”, aunque en el índice figura en “Nutrición”. En el cuarto y quinto número figura bajo la sección “Salud”. En el sexto número vuelve a estar bajo “Nutrición”, en el séptimo nuevamente en “Salud” y el octavo vuelve nuevamente a “Nutrición”. Podemos aducir esto a una falta de congruencia editorial, porque no hubo un rediseño de la revista que explique el cambio de sección, ni hay tampoco un cambio drástico en la temática de las notas, como podemos ver a continuación:

- **“Qué beber y qué comer en la montaña”** Valenzuela, N.M (2014). *LNCorre*, N° 3, 40
- **“Las carreras empiezan antes de la largada”** Corinaldesi, P. (2014). *LNCorre*, N° 4, 30.
- **“El hábito de una alimentación sana”** Valenzuela, N.M. (2015). *LNCorre*, N° 7,30.
- **“Superalimentos para corredores”** Valenzuela, N.M. (2015). *LNCorre*, N° 8, 30.

Las notas de *LNCorre* sobre alimentación están orientadas claramente a corredores, pero a diferencia de *Runner’s Argentina* y de *O2*, no hay ninguna nota sobre bajar o controlar el peso. Aunque sí como mencionamos anteriormente hay una nota con el testimonio de dos personas que bajaron de peso con el *running*. Sin embargo, desde las notas de alimentación (hasta los dos últimos números) el mensaje se orienta a indicar qué debe comer un corredor según una situación específica (en la montaña, antes de una carrera). En los dos últimos números, hay una tendencia a orientar la alimentación hacia el concepto de lo saludable y de los súper alimentos (que prometen cubrir todas las necesidades alimenticias del corredor, brindando energía, y para su recuperación física).

Por ser un corpus de tan solo ocho revistas en un período de más de dos años,<sup>89</sup> no podríamos afirmar que por dos ediciones la revista presenta un claro cambio en su sentido respecto a la alimentación (dejar de ser una guía con ciertos consejos básicos, a orientar al lector a que genere cambios hacia lo saludable).

El alimento del *runner* es presentado desde una racionalidad instrumental. Tiene un fin operacional en relación con el rendimiento. El *runner*, nuevamente, consume alimentos en relación con el dispositivo de belleza-salud-consumo-rendimiento. Los consejos sobre: la ingesta de carbohidratos, los *superalimentos*, qué comer en la montaña (supone una alimentación distinta que en las carreras de calle) entienden la alimentación no desde el gusto o el placer, sino desde la funcionalidad. Vemos como una práctica cotidiana como comer es funcional al dispositivo en tanto al rendimiento (dar fuerza, recuperación), como desde la salud (alimentos que actúan como remedios naturales), la belleza (no hay que privarse de cosas ricas) y finalmente esto se lleva a cabo desde la práctica del consumo.

#### 4.6 Lo saludable y el *running*

“La salud es un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades” (Who.int, 2016a)

Esta definición de la organización Mundial de la Salud que data desde 1948, pareciera indicarnos que quien quiera estar saludable entonces debiera presentar un estado físico, mental y social completo.

Ahora bien, ¿qué consecuencias conlleva que ser saludable no se limite a la ausencia de enfermedades? Esta definición entre ambivalente e inabarcable nos enfrenta al hecho de que para estar saludable uno debe presentar un estado óptimo de forma continua, no basta con estar sano, sino que se debe procurar no estar enfermo tanto en el plano físico, mental y social. Al no haber una enfermedad de la que haya que prevenirse/cuidarse, sino que hay un conjunto de prácticas que deben garantizar la salud, son estas las que pasan a tener un uso instrumental de medicalización preventiva, que todo lo abarcan: desde practicar una actividad física como es el *running* para bajar de peso, a ingerir *superalimentos* que prometen por un lado desintoxicarnos y por el otro brindarnos todos los nutrientes y fuerza que necesitamos. Al circular estos tipos de consejos de alimentación, preparación física y bienestar en las revistas, pasan a ser parte de un acervo común, lo que permite y acentúa la práctica de la autocorrección a través de la profilaxis tanto en la alimentación como en la práctica deportiva.

En el discurso *runner* la salud se plantea como una decisión individual, como una opción de cada sujeto, ya sea desde los casos testigos de las personas obesas, en los que

---

<sup>89</sup> El primer número salió el 19 de julio del 2013 y el último el 30 de octubre de 2015.

pareciera que esa enfermedad era producto de una decisión: la pasividad, la falta de determinación. Cuando entendieron a la salud como una responsabilidad individual es que empezaron a bajar de peso a través del *running*.

Así la solución a los problemas de salud se presenta como una responsabilidad individual, aún cuando a nivel mundial hay 600 millones de personas obesas<sup>90</sup> y en la Argentina el 75% de los varones tienen sobrepeso<sup>91</sup> y que el 24,5 % de estudiantes de nivel secundario también presentan sobrepeso.<sup>92</sup> Este corrimiento de la responsabilidad de la salud del Estado a los ciudadanos es, como se indicó en la introducción de la tesis, lo que se conoce como salutismo. El salutismo coloca en el ciudadano la responsabilidad de su propia salud, de su propia calidad de vida, velando aquellas condiciones objetivas que son imprescindibles para lograr cierto bienestar en la población y que son de exclusiva responsabilidad de los organismos estatales, así como de su articulación con los internacionales. De acuerdo con autores como Samaniego, Devís Devís (2007), y Colquhoun (1990) el salutismo contribuye a legitimar las prácticas neoliberales de salud. Las prácticas políticas neoliberales responsabilizan a los ciudadanos por su propia salud y bienestar, por ello la actividad física en el marco de estas políticas deviene en un medicamento que previene y cura enfermedades.

Desde lo discursivo el salutismo se presenta como la solución para combatir y prevenir enfermedades y va acompañado del concepto del estilo de vida activo. Como vimos en el apartado 3.2 en el análisis que realizó Fullagar (2002) en las campañas australianas de práctica de actividad física, en el que se afirma que el sobrepeso de la población era una resistencia pasiva a la intromisión del Estado dentro de su tiempo libre.

Así, el Estado no solo ejercía lo que el autor entendió como una intromisión en la vida privada de los ciudadanos, con los respectivos valores de la esfera pública, sino que promovió el denominado estilo de vida activo, entendiendo la actividad física como una herramienta de prevención y de optimización de las capacidades físicas y mentales de la población australiana.

Esta acepción de la actividad física como un especie de remedio mágico se hace también presente en el discurso *running*. El *running* así se convierte en una tecnología que convierte a obesos en personas sanas, siempre y cuando éstos se impliquen en los procesos de su corrección y transformación.

El *running* no solo ejerce esa corrección a través de la pérdida de peso, sino que también lo hace a través de la alimentación y desde una idea particular de belleza;

---

<sup>90</sup> De acuerdo a datos de la Organización Mundial de la Salud en el año 2014. Ver (Who.int, 2016b).

<sup>91</sup> De acuerdo a datos de la Organización Mundial de la Salud Ver (Who.int, 2016c).

<sup>92</sup> De acuerdo a datos de la Organización Mundial de la Salud en el año 2007, en estudiantes entre 13 y 15 años. Ver (Who.int, 2016d).

entendiendo ésta como la forma en la que debe lucir el *runner* al tanto en cuanto a su forma física como en la indumentaria que viste su cuerpo. El *running* lleva adelante la corrección de los cuerpos, principalmente, a través de la práctica de la actividad física (en la regularización del peso). También instrumenta correcciones que los *runners* incorporan como aspectos que vienen aparejados a la práctica del deporte, cuando en realidad los consejos nutricionales y de vestimenta son mecanismo de autogobierno (Foucault, 1986, 1991) que en la práctica son realizados como cuidados del sí. Los cuidados del sí no es el resultado de una práctica individual sino que es una práctica social, en el que la atención es llevada al cuerpo con el fin de corregirse (Foucault, 2005a).

Podríamos pensar también al *running* como una de las tres bases que componen al dispositivo de corporalidad. Costa (2008, 2010) lo define como un dispositivo cuyo objeto es el cuerpo (diferenciándolo del sexo) y que actúa en tres niveles: la dotación informacional-genética, la salud y el *fitness*. En el primer nivel la corrección ya no se realiza desde afuera, sino que al cuerpo se lo concibe como un material que puede ser corregido de forma indefinida desde su interior, por ejemplo: sus células. En el segundo nivel, la autora lo define como un imperativo de la salud, en el que cada individuo debe ser gestor de su salud que es un capital a administrar; quienes no gestionen bien su salud (su cuerpo) no merecen la ayuda del estado. Vemos como aquí se presenta la lógica del salutismo, al llevar la responsabilidad hacia el ciudadano, borrando las responsabilidades del Estado. En el tercer nivel, se encuentra el *fitness*. La autora lo define como un dispositivo que comprende un sinfín de prácticas orientadas a la producción del propio cuerpo, en tanto que éste deviene en *recurso* que debe ser adaptable y tener capacidad de respuesta a las demandas y exigencias productivas que le plantea su entorno laboral y social. Si bien el *running* y el *fitness* no son lo mismo (tanto a nivel deportivo como en el conjunto de prácticas y organizaciones que lo conforman), podríamos pensar al *running* como un tercer nivel que actúa en el dispositivo de corporalidad. El *running* es funcional a la práctica del salutismo y al imperativo de la salud y también entiende a los cuerpos de los *runners* como cuerpos que deben ajustarse tanto al ámbito laboral como los espacios delimitados como del “tiempo libre” (3.2). Asimismo, éste cuerpo debe lucir bello, lo que supone que deviene superficie de intervención de múltiples tecnologías que cumplen su función en la esfera del consumo.

El cuerpo *runner* se convierte en un capital, en tanto que este refleja que es capaz de internalizar y llevar a cabo mecanismos de autocontrol y corrección. Este capital corporal es un instrumento para la competencia individual y el éxito económico (Wacquant, 2006:11)

Los casos que testimonian el modo en que los cuerpos se corrigen y se transforman mediante la práctica del *running*, permiten dar cuenta de qué modo esta práctica opera como medicante, pero también, como tecnología de optimización de los cuerpos de sus

consumidores. En este sentido, el *running* adhiere a la racionalidad neoliberal del salutismo. No obstante, lo que identificamos como característico de esta práctica, es la emergencia de cierta ética de autosuperación que opera sobre las almas de los *runners* en función de los objetivos de salud, rendimiento y de superación que el universo de esta práctica delimita como deseable.

#### 4.7 El *running* y la autosuperación

*“El running nos enseña eso: la búsqueda de la excelencia es posible.”*

García, 2014:63

*“Practicar running trae aparejado un cambio hacia una mentalidad positiva en la que asumir riesgos pasa a ser un desafío interesante y casi permanente”*

Marzullo, 2014:205

*“Empecé a correr ultramaratonos para convertirme en mejor persona – me dijo Jenn-. Pensé que si uno podía correr cien millas, alcanzaría el estado zen. Que sería el puto Buddha, trayendo paz y sonrisas al mundo. No ha funcionado para mí, sigo siendo la misma gamberra que era antes, pero ahí está la esperanza de que te convertirá en la persona que quieres ser, una persona mejor, en paz”*

McDougall, 2011: 208

Como vimos en el apartado 4.4, el *running* se presenta como una vía para superarse, para alcanzar logros. En esos ejemplos el *running* se presentaba como la vía para la autocorrección del cuerpo en el que las personas se superan a través del descenso de peso y de la participación de carreras, que antes creían que no podían realizar.

En nuestro corpus, es común leer notas que alienten al lector a superarse:

- *“Animate y rompé las reglas. Cambiá tus rutinas. Potenciá tu energía. ¡Evolucionar es genial!”* (negritas propias) (2015). *Runner´s Argentina*, N° 11, tapa.
- *“Me gusta el desafío de sentir que no voy a llegar pero al final hacerlo”* (negritas propias). Martínez, J. (2015), Soy runner, *Runner´s Argentina*, N° 11, 90.
- *“Me gusta la corrida de entrenamiento con algún desafío, con tramo rápido cuesta a conquistar”* (negritas propias). McDowell, D. (2015). Corran por sus vidas, *Runner´s Argentina*, N° 12, 49.
- *“En el camino de la autosuperación. Una historia donde mejorar las marcas motiva a correr”* (negritas propias). Calviño, J.P. (2014). O2, N° 2, 80
- *“Lo hago por superación personal. Intento comprobar que cuando uno se lo propone lo consigue”* (negritas propias). Cáceres, D. (2014). Superarse, siempre, *LNCorre*, N° 5, 46.

La presencia de vocablos como superarse, límites y desafíos también está presente en los portales webs de las empresas que organizan carreras, en sus gacetillas de prensa

y *flyres*. Se menciona a la carrera como un desafío al que el *runner* se enfrenta. Así, podemos leer que el Maratón de Mendoza del 2016 se lo llama “Tierra de Desafíos” (9.3.1) o que el “Circuito de las Estaciones”(9.3.2), cada estación es un desafío (nota del autor: las estaciones hacen referencia a las estaciones del año, en total hay cuatro carreras, cada una con una identidad propia según la estación que corresponda), o que en el portal en dónde uno puede ver el listado de carreras dice “Muchas razones para superarse” (9.3.3) o que en los *news letter* donde se menciona el sponsor en una carrera se lee “una alimentación saludable que te ayudará (...) esencial para superar este desafío” (9.3.4) , “la belleza de este paisaje único te cargará de energía para superar tus propios límites!!” (9.3.5) o bien “corredores que se animan año tras año a superar sus límites” (9.3.6).

Como podemos observar en el discurso *runner* el desafío es entendido como una carrera a realizar, a la que el corredor se enfrenta y logra superarse a sí mismo una vez que la realiza. El desafío no es presentado como algo homogéneo, para cada corredor el desafío se presenta de distinta forma: para el corredor novato que hace carreras de 5 km, para el que corre distancias mayores, para el que hace carreras de aventura. Hay dos puntos importantes en este sentido, en primer lugar vemos (nuevamente) cómo se aplican lógicas empresariales y comerciales desde el primer instante en que se segmenta el mercado bajo un manto de “desafíos personalizados”, en el que cada *runner* puede elegir cómo superarse, siempre en un entorno deportivo y amigable. En segundo, (pero actuando en conjunto) la lógica de que cada *runner* deba estar permanentemente desafiándose, enfrentando nuevos retos, también está enmarcada en un discurso del *management* en el que permanentemente hay que renovarse y evolucionar. De esta forma el concepto *runner* de desafío actúa en dos niveles, por un lado, replica el *modus operandi* del entramado empresarial y, por el otro, se presenta como una vía de autosuperación, en la que una vez que uno ha alcanzado una meta puede lograr cualquier cosa en la vida (hasta que el mercado muestre un nuevo desafío al *runner*).

Esta concepción del desafío coincide (en cuanto a entramado empresarial) con el análisis que realiza Ehrenberg (2010). El autor afirma que la búsqueda de la competencia a través del deporte opera en dos niveles, en el plano individual como un cambio de actitud respecto al éxito social y en el plano laboral como un cambio de acción emprendedora, afectando las concepciones de las políticas de gestión personal (2010:14).

En este sentido es que creemos que el *runner* se presenta como una nueva reconfiguración del empresario de sí mismo. Como vimos en el Enfoque Conceptual en la Introducción (1.3), el empresario de sí mismo nos muestra a un sujeto que es su propio capital, no solo porque genera sus propios ingresos, sino que debe hacerlo, lo que supone que presente altos niveles de autonomía, autogestión y de proactividad.

Este concepto del empresario de sí mismo no actúa en solitario, está íntimamente vinculado con la cultura de consumo y con las técnicas de autocorrección que Rose (1989) analiza a través de las terapias de la cultura positivas.

Al ser el empresario de sí mismo un sujeto autónomo, este debe garantizar estar saludable porque una persona saludable es un buen ciudadano (ibíd., 220). Las nuevas tecnologías para formar a los ciudadanos se materializan a través de las técnicas de elección (entendidas estas siempre bajo una delimitación que está dada por el mercado) y de consumo (pp.229). Lo que nos presenta a este nuevo ciudadano que es el empresario de sí mismo, y que tiene implicancias incluso en sus elecciones del tiempo libre (*leisure* según el término que utiliza el autor), porque entiende a este como una vía en la que se plasman los consumos (pp.231).

Así, el empresario de sí mismo entra en relación con el concepto de ocio que analizábamos en el apartado 3.2 al mostrarnos al ocio como una práctica del consumo que otorga status social. Al otorgar un status social representa también un capital social.

Este empresario de sí mismo encarnado en el *runner* además se articula con el capital corporal que mencionamos en el apartado 4.6, no tanto en cómo luce su cuerpo, sino entendiéndolo a este como la materialización de las herramientas que están incorporadas: la competencia individual y el éxito económico. Estas herramientas no solo están vigentes en el empresario de sí mismo, sino que son su esencia: el hombre que garantiza su propio capital y subsistencia.

Si entendemos esta capacidad que tiene el empresario de sí mismo en ser su propio gestor, es que este debe contar con una alta capacidad de autogestión, voluntad y de motivación. En el *running* la motivación se presenta como superación: los desafíos deportivos son un reflejo de los desafíos personales. Bajo la mirada de Ehrenberg (2010), alcanzar estos desafíos otorga éxito social.

Si las personas proactivas responden mejor ante el *stress*, porque lo entienden como un desafío en lugar de un evento negativo (Iso-Ahola, Mannell (2004:194), no es de extrañar que en nuestro corpus se mencione en reiteradas oportunidades el término desafío. El discurso *runner* presenta al cuerpo de los *runners* a través del capital corporal (que encarna la competencia y el éxito económico), como empresarios de sí mismos (como auto gestores) y también que pueden resistir mejor el *stress* frente a otros. En suma supone una mejor empleabilidad de los cuerpos en el escenario empresarial contemporáneo (Du Gay, 2003:215, Pierbattisti, 2008 y Landa, 2011: 159, 162, 273).

Al mismo tiempo el empresario de sí mismo entra en relación con el concepto de salutismo que analizábamos en el apartado 4.6. El salutismo supone el corrimiento de parte del Estado hacia los ciudadanos en torno a la responsabilidad de la salud y esto es posible siempre y cuando los sujetos se conciben a sí mismos como personas autónomas y autoresponsables, no solo porque de ellas mismas depende su salud, sino porque deben

garantizar su propia fuerza de trabajo, entendida como un cuerpo apto, activo, resistente y saludable.

En el apartado 3.2 mencionamos algunos ejemplos de nuestra corpus, que muestran como desde el discurso *runner* se presenta al *running* como una actividad que tiene la capacidad de aliviar los síntomas del estrés e incluso de ayudar en el rendimiento laboral.

El *running* actúa de forma simultánea en dos niveles: es funcional al salutismo al presentarse como un mecanismo para estar sano y prevenir enfermedades y muestra al cuerpo de los *runners* como los más aptos bajo la lógica de disposición laboral.

Viendo que el *running* presenta un discurso bajo el cual la práctica de la actividad responde con la lógica del salutismo, con la concepción del ocio como una práctica de consumo y como una actividad que permite (e incentiva) a autosuperarse, podemos pensar al *running* como una nueva forma de materialización del empresario de sí en el escenario de las prácticas de gestión corporal.

La práctica del *running* ha sido abordada desde otras esferas como una disciplina que muestra características positivas en quienes la practican respecto al rendimiento laboral. Podemos mencionar estudios que abordan al *running* como una adicción positiva. El término adicción positiva fue acuñado por Glasser (1985, 1977) en un estudio sobre la adicción en el marco de las actividades físicas (entre las que se encuentra el *running*). El autor las define como positivas en contraposición a las adicciones negativas (al alcohol y drogas), porque las personas están sanas y más fuertes. Son una adicción porque los sujetos presentan abstinencia cuando no pueden llevar a cabo sus prácticas.

Basándose en este principio de adicción positiva podemos encontrar estudios sobre la actividad física de fondo (AFF). La AFF enmarca cualquier práctica deportiva de resistencia, quien la practique puede hacerlo de forma sostenida durante horas, como es el caso del *running*.<sup>93</sup> En trabajos que analizan la AFF podemos ver que identifican como resultado de esta práctica una mejora en la ejecución del trabajo y en la actitud hacia el mismo (Sanz et al, 1992: 281).

Es interesante detenernos a ver cómo estudios que abordan al *running* desde una posición psicológica (como es la de Glasser) y desde la medicina (Sanz et. al.) terminan entendiendo al *running* como una práctica que en primer lugar es adictiva, pero que es esa misma adicción la que hace que los *runners* presenten un mejor desempeño laboral e incluso una mejor predisposición hacia éste. No debería extrañarnos que el *running* funcione como una nueva acepción del empresario de sí mismo. Como vimos el *running* responde a la lógica del salutismo, del ocio instrumental, y a las prácticas de las tecnologías del yo (de ascetismo, de cuidado del sí, de belleza). Al hacerse presente también un mejor desempeño laboral, y una mejor predisposición termina de completar la

---

<sup>93</sup> El tiempo promedio de finalización de un maratón se encuentra entre las cinco y seis horas.

faceta del *management*, porque no solo el *running* reproduce las lógicas empresariales, sino que lleva dentro de sí el máximo ideal de los cuerpos laborables.

#### 4.8 Conclusiones del capítulo

En el presente capítulo nos propusimos analizar cómo el *running* entra en la relación con el dispositivo compuesto por belleza-salud-consumo-rendimiento. El *runner* se presenta nuevamente (tal como vimos en los capítulos I y II) como un consumidor. Ya no consume “carreras *shopping*”, sino que consume belleza ya sea indumentaria, como utilería y rol de identidad, o bien corrigiendo aspecto y forma de su cuerpo. Para esto, lleva adelante técnicas del yo: regularización del peso y alimentación específica. Al mismo tiempo, el *runner* consume salud, no solo por el tipo de dieta, sino porque el *runner* es funcional al salutismo y como él mismo debe garantizar su salud, es que se asegura a través de diversos consumos (e.g., abonar la cuota de un *running team*, inscripción en las carreras, alimentos y bebidas funcionales) estar sano y tener un óptimo rendimiento. Pensamos al *running* como práctica y que logra que los *runners* incorporen las técnicas de autocontrol y autogobierno que mencionamos. Además, pensamos al *running* como un nivel que integra al dispositivo de corporalidad (Costa, 2010), que actúa de forma similar. Asimismo, que en el *running* opera un imperativo de la salud que hace de la actividad física su complemento ideal.

Por otra parte, mostramos como la práctica del *running* comprende prácticas y valores en torno a la autogestión y producción, donde el concepto de empresario de sí cobra potencialidad para el análisis de los procesos subjetivos que se despliegan en el marco de esta práctica. La propia salud y capacidad de rendimiento, así como la apariencia corporal devienen en capital, que debe ser preservado y maximizado. Este cuerpo comunica éxito económico y una multiplicidad de competencias valoradas en el ámbito productivo. Asimismo, mostramos como el uso eficiente del tiempo, cobra forma en la práctica del *running*, que se presenta como una continuidad del régimen de control y disciplinario que se actualiza en los escenarios empresariales.

El discurso de autosuperación que circula en nuestro corpus opera en dos niveles. Reproduce la lógica del *management* al introducir el concepto del cambio constante y le otorga una mirada positiva al presentarlo como desafío. Además, le permite al *runner* (si tiene éxito) convertir ese desafío en autosuperación.

Así la autosuperación actúa como la culminación del *runner*, entendido como empresario de sí mismo, que gracias a los valores que representa supone una mayor empleabilidad del cuerpo de los *runners*. El *runner* concentra la idea de un sujeto implicado totalmente en su propia autoproducción, siempre buscando nuevas formas de maximizarse y superar sus propias marcas. Que en suma en las tramas empresariales, representan la subjetividad ideal (Laval y Dardot, 2013).

## **5 Conclusiones**

En la presente tesis analizamos una práctica de consumo y deportiva, que no ha sido estudiada en el escenario local: el *running*.

En el capítulo I analizamos la práctica del *running*, tanto en su dimensión histórica como en los elementos que la constituyen. Para ello trazamos un recorrido para precisar la práctica del *running*, diferenciarla de la del atletismo y dar cuenta a nivel cuantitativo de su relevancia y masividad, a nivel local. Por otra parte, nos ocupamos de delimitar los diferentes niveles de este deporte orientado hacia el consumo masivo, así como a historizar su emergencia en Estados Unidos e Inglaterra y luego en nuestro país.

El *running* se presenta en una primera instancia como una práctica deportiva con los mismos movimientos físicos que el atletismo (el movimiento de correr) y por lo cual uno podría suponer que son lo mismo. Como vimos en el apartado 2.2, ambas disciplinas presentan diferencias significativas que nos obligan a diferenciarlas. Mientras en el atletismo hay un espíritu competitivo enmarcado en la práctica que es regulada por las federaciones y que tiene como sujetos practicantes a personas que no superan los treinta años, el *running* es practicado por adultos. Tal como vimos en uno de los aportes que realizamos en esta tesis al cuantificar el *runner* argentino, (2.4) pudimos observar que en su mayoría tienen entre 30 y 50 años. Nuestro resultado coincidió con el de Yair (1992): el grueso de los *runners* son de género masculino. Sin embargo hay un crecimiento continuo de la participación femenina.

Mientras las competencias de atletismo se realizan en pistas cuyas características se encuentran institucionalizadas y se rigen por los reglamentos de las federaciones de atletismo, las carreras de *running* se rigen por reglamentos de inscripción y deslindes de responsabilidad.

Las carreras del *running*, a diferencia de las de atletismo se asemejan al concepto de “carreras *shopping*”. Estas son promocionadas como un espacio alegre para compartir entre amigos y familia, en donde la calidad y cantidad de los servicios son enfatizados por sus dueños (las empresas que las organizan). En estas “carreras *shoppings*” hay una clara segmentación comercial, hay productos destinados a diversos públicos (sub tipos de *runners*): carreras de calle, aventura, de diversa dificultad. Incluso hay carreras segmentadas al género femenino (2.4). Podemos observar como dentro del *running* se produce un proceso de diferenciación del público consumidor y la producción de un producto específicamente destinado. Así las carreras *runners* responden a una lógica de mercado y no a instituciones deportivas.

A pesar de estas diferenciaciones, el atletismo y el *running* presentan una relación asociativa (aunque no armoniosa). El *running* necesita del atletismo para acreditar carreras y certificar circuitos, porque son las Federaciones e Instituciones de Atletismo quienes

tienen esa autoridad, a través de sus jueces. Por su parte el atletismo, al no contar con el *sponsor* que sí tiene el *running*, ni una masa participativa semejante, utiliza el *running* como ventana de exhibición y sustento de sus atletas de élite. Así podemos encontrar en carreras de calle de corta distancia a figuras olímpicas del deporte nacional. El atletismo y el *running* van trazando caminos separados, cada uno es producto de dos momentos históricos distintos. Mientras el atletismo responde a las lógicas del nacimiento moderno de los deportes al cumplir con las características de los deportes (Alabarces, 2009), el *running* responde a las dinámicas del mercado.

Hacia el interior de las carreras observamos que en estas se presentan dispositivos de espectacularización, al haber equipos de fotógrafos y de filmación de los participantes. Esta recolección de material visual luego es ofertada a los *runners*, quienes nuevamente son interpelados en tanto consumidores. Además encontramos un control policial-comercial. Este se visibiliza a través del personal de seguridad que es incorporado en las carreras (en la línea de largada y salida) para echar a los corredores que no están inscriptos. Esta forma de control, emerge como novedosa y característica del *running* local. En cuanto a la incorporación de los *chips* en las carreras (y la masificación de su uso) pensamos este dispositivo tecnológico en relación a las sociedades de control (Deleuze, 1991). El *chip* dejó de ser parte de un servicio, una opción que tenía el corredor que quería cronometrarse pero que no contaba con otro medio, para pasar a ser de uso obligatorio. Así, la totalidad de los participantes son dispuestos bajo tecnologías de control.

Las carreras operan como un escenario donde los otros pueden ver al *runner*, su participación en la misma lo legitima en la escena social y ante sus pares. Esta legitimación es por ejemplo, la que buscan los *runners* que no quieren que los confundan con *joggers*. Formar parte de las carreras, de los grupos de entrenamientos, pero más importante, ser visto en estos círculos, legitima al *runner* como tal.

Tanto los *running teams* como las carreras tienen lugar en el espacio público. En el apartado 2.4 realizamos un mapeo de los principales lugares donde se llevan a cabo.

Como vimos (3.3), el espacio público abandona la acepción tradicional para entrar en tensión entre lo público y lo privado, ya que el *runner* abona por participar en estos lugares. Como analizamos a través de los reglamentos desde lo formal el espacio es público, sin embargo su uso está delimitado para los participantes que abonan. No obstante, las empresas organizadoras de las carreras se desentienden de sus obligaciones legales y los *runners* pierden su condición de ciudadanos al ver violados sus derechos.

Tal como se expuso en el apartado 3.3, en el *running* se presentan con cierta *ornamentación* las lógicas del *management*. El *runner* se convierte en consumidor frente a las carreras como a los *running teams*. Las carreras pasan a convertirse en un producto que es ofertado por empresas que se dedican a organizarlas. Los *running teams* abandonan la lógica de deportista – entrenador, bajo la perspectiva del atletismo, para

incorporar la lógica del *management*, el *team* como negocio, el *runner* nuevamente como cliente y a los profesores de educación física como empleados.

La práctica de esta actividad también nos obligó a repensar el concepto de ocio (3.2), no solo porque el *running* se configura en un espacio ambivalente entre lo público y lo privado al llevarse a cabo tanto las carreras como los entrenamientos en el espacio público urbano, sino porque el *running* se presenta desde su propio discurso como una actividad que supone un descanso de recuperación de y para el trabajo (Iso-Ahola, Mannell, 2004:185; Haworth, 2004:170), ese tiempo es imposible enmarcarlo bajo teorías como la del “tercer lugar” que plantea (Shipway, 2010, 2009) sino que se concibe ese tiempo como un uso instrumental (Rojek, 2004:61). El *running* se muestra como una actividad funcional al concepto de *serious leisure* (Rojek, 2004, Iso-Ahola, Mannell, 2004 y Haworth, 2004).

Así mismo el discurso *runner* hace una valoración entre el buen y mal uso del ocio (utilizando el mismo término que figura en nuestro corpus). Centra a los *runners* como aquellos que hacen un aprovechamiento positivo de este tiempo, y sitúa a los otros, a los no *runners* en el negativo. Esta mirada es absolutista, porque supone que todo aquel que no es *runner* es diferente, no practica algún deporte, y por consiguiente es improductivo. Este discurso nos presenta permanentemente una dicotomía: ser *runner* o no *runner*, ser productivo o improductivo, lo bueno o lo malo, lo sano o lo enfermo. Vemos como el *running* presenta categorías en la disciplina de clasificar (Foucault, 2005a).

Pensar el tiempo bajo el cual se enmarca el *running* como un tiempo instrumental a la lógica laboral nos permite visibilizar otras aristas de esta práctica. Podemos observar como el ocio se presenta como una actividad comercial, el *runner* se convierte en consumidor de carreras, grupos de entrenamientos, indumentaria específica, revistas y portales. Como vimos en el apartado 3.2, las elecciones de lo que uno haga durante ese tiempo pueden ser entendidas como un reflejo de los consumos, lo que otorga un *status social*. Si entendemos el *running* como una práctica en la que las lógicas del *management* se encuentran *maquilladas* es que podemos entender el ser *runner* no solo desde una mirada deportiva, sino desde el status y el capital simbólico.

Desde este lugar el *runner* condensa un amplio abanico de atributos. Por un lado, el *runner* se presenta como una manifestación del salutismo (4.6), un sujeto que entiende la salud como su propia responsabilidad y a la actividad física como una medicina preventiva. En el discurso *runner* esto no solo se hace presente, sino que se apela a los beneficios para la “salud laboral”, como es combatir el *stress* y tener mejor rendimiento. El *running* también responde al dispositivo belleza-salud-consumo-rendimiento para corregir los cuerpos que son distintos. En nuestro corpus vimos como la gordura se presenta como el cuerpo a corregir, como lo distinto, lo que está fuera de lugar, mientras que el cuerpo *runner* representa un cuerpo bello y sano (4.3).

El *running* actúa a través de las técnicas de autogobierno y corrección, normatizando el ejercicio físico, la alimentación, la indumentaria. Para esto cuenta con diversos actores: las empresas que organizan carreras, los *running teams*, las revistas y portales por dónde circula el discurso *runner*, las publicidades de indumentaria especializada en *running*, los nutricionistas y kinesiólogos (expertos) que también se desempeñan dentro de los *teams*.

También podemos pensar al *running* como parte del dispositivo de corporalidad (Costa, 2008) que complementa al *fitness*, no porque este último esté superado, sino porque este dispositivo ha encontrado en el *running* otra forma de manifestarse.

Otro atributo presente en el *runner* es el relacionado a su capital, ya no entendido como un reflejo de la práctica de consumo en el tiempo de *leisure*, sino como un capital corporal. Este capital corporal presenta el *runner* desde la competencia individual y el éxito económico, hasta como contraposición al cuerpo del obeso, que supone falta de autocontrol y de disciplina.

El *runner* en suma encarna al empresario de sí mismo, ya que este también es responsable de su propia salud (al igual que en el salutismo) y de su propia subsistencia y éxito económico. Como vimos el capital corporal actúa en sintonía con el discurso del éxito y tanto en el *running* como en el empresario de sí mismo la autonomía y la autogestión son promovidas y bien valoradas.

Así el *runner* se presenta como un sujeto que ha internalizado las lógicas del salutismo y los valores del *management*. El *runner* se posiciona como consumidor y teje sus relaciones desde ese lugar en las carreras y en los grupos de entrenamiento. Estos al mismo tiempo también responden a la misma dinámica del *management*: nos encontramos con cámaras empresariales, productos y “carreras *shopping*”.

El *runner* en tanto sujeto que busca constantemente desafiarse lleva inscripto en sí el éxito deportivo como sinónimo de éxito individual. Esto es reflejo de una crisis de la sociedad, que se centra en la salvación individual por sobre la colectiva (Ehrenberg, 2010).

Pero más importante aun el *runner* se presenta como un sujeto que ha internalizado la práctica del *running*, las técnicas de autogobierno y corrección están asimiladas y naturalizadas a través de las prácticas de las tecnologías del yo. El *running* a través de múltiples vías: como práctica, como dispositivo corporal, como empresario de sí mismo nos presenta a un sujeto gozoso de encarnar los valores previamente expuestos.

El discurso *runner* (falsamente integrador) incorpora a aquellos cuerpos que estén dispuestos a someterse a los estas prácticas y al dispositivo belleza-salud-consumo-rendimiento. Así, introduce diversos conceptos como autosuperación, desafío y evolución. A lo largo de esta tesis pudimos ver citas de libros de *running* en las que se ilustra como correr supone una autotransformación: desde una búsqueda permanente de la excelencia (García, 2014), un cambio de mentalidad positiva (Marzullo, 2014) e incluso la corrección

de la persona (McDougall, 2011). El alma del *runner* queda así sujeta a las prácticas de autogobierno y de corrección.

Estos valores de autonomía, autogestión, superación y resistencia son parámetros económicos de empleabilidad (Landa, 2011:273, Papalini, 2013b:175). Los cuerpos *runner* que se nos presentan responden no solo a la lógica de empleabilidad de los cuerpos, sino también a los valores de los sistemas de producción. Creemos que allí yace la razón que explica el “boom del *running*”. En pos de no ser descartados, los sujetos se someten a esta práctica con el fin de asegurar y garantizar su empleabilidad.

Por último, creemos que queda para futuros estudios estudiar los procesos de subjetivación de los *runners*. Indagar cómo interpretan esta práctica, cómo se relaciona con sus historias de vida, cómo construyen una identidad y sentido de pertenencia en torno al universo del *running* y finalmente cómo resignifican y se apropian de valores y significantes provenientes de una cultura angloparlante.

## 6.1 Bibliografía

- Alabarces, P. (2009). El deporte en América Latina, *Razón y Palabra*, N°69.
- ----- (2000). *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*, Buenos Aires: CLACSO-ASDI, colección Grupos de Trabajo.
- ----- (2004). *Crónicas del aguante Fútbol, violencia y política*, Buenos Aires, Argentina: Intelectual, Colección Claves para todos.
- ----- (1998a). ¿De qué hablamos cuando hablamos de deporte?, *Nueva sociedad*, N°154, 74-86.
- ----- (1998b, septiembre). *Desborde, exceso y ausencia: los estudios sobre deporte en la Comunicación, la Antropología y la Sociología Latinoamericana*. Ponencia presentada en IV Congreso Latinoamericano de Ciencias de la Comunicación, ALAIC, Recife, Brasil.
- Allen Collinson, J., Hockey, J. (2007). "Working out" Identity: Distance Runners and the Management of Disrupted Identity, *Leisure Studies*, Vol.26, N°4, 381-398.
- Allen Collinson, J., Owton, H. (2014). Intense Embodiment: Sense of Heat in Women's Running and Boxing. *Body Society* 21 (2), 245-268.
- Allen Collinson, J. (2008). Running the Routes Together. Cornunning and Knowledge in Action. *Journal of Contemporary Ethnography*. Vol. 37, N° 1, 38-61.
- ----- (2005). Emotions, interaction and the injured sporting body, *Leisure and Sport Research Unit*, University of Gloucestershire, United Kingdom.
- Alsina R.M (2005). La producción de la noticia, en *La construcción de la noticia*, (pp. 1-19 y 24-60), Barcelona: Paidós Comunicación.
- Archetti, E. (2003). Masculinidades. Fútbol, tango y polo en la Argentina. Buenos Aires, Argentina: Antropofagia.
- ----- (1985): Fútbol y ethos: FLACSO, Serie investigaciones, Buenos Aires.
- Berger, M. (2010). Dispositivos y disposiciones: nociones biopolíticas en las luchas contemporáneas por los derechos. En: Vanessa Lemm (ed.) *Michel Foucault: neoliberalismo y biopolítica*. Santiago, Chile: Ediciones Universidad Diego Portales, 333-361.
- Boltanski, L. y Chiapello, E. (2002). El nuevo espíritu del capitalismo. Traducción Marisa Pérez Colina, Alberto Riesco Sanz, Raúl Sánchez Cedillo. Madrid, España: Akal.
- Bourdieu, P (1990). ¿Cómo se puede ser deportista? En *Sociología y Cultura* (pp.142-158), D.F, México: Editorial Grijalbo.
- Castro, E. (2004). *El vocabulario de Michel Foucault*. Un recorrido alfabético por sistemas, conceptos y autores. Buenos Aires: Universidad Nacional de Quilmes.

- Costa, F. y Rodríguez, P. (2010). "La vida como información, el cuerpo como 'señal de ajuste': los deslizamientos del biopoder en el marco de la gubernamentalidad neoliberal". En Vanessa Lemm (Ed.) *Michel Foucault: Neoliberalismo y biopolítica*, Santiago de Chile: Ediciones Universidad Diego Portales, p.151-173.
- Costa, F. (2008, mayo). *El dispositivo fitness en la modernidad biológica. Democracia estética, just-in-time, crímenes de fealdad y contagio*. Ponencia presentada en las Jornadas de Cuerpo y Cultura de la UNLP.
- Colquhoun, D. (1990). Images of Healthism in H.B.P.E., en Kirk, D. y Tinning, R. (Eds.) *Physical Education, Curriculum and Culture* (pp.225-251), Londres, Inglaterra: Falmer Press.
- Crisorio, R. (2015). Educación corporal y Teorías de las prácticas. En *Ideas para pensar la educación del cuerpo*, La Plata, Argentina: Editorial de la Universidad de La Plata (EduLP).
- ----- (2011). Homero y Platón: dos paradigmas de la educación corporal, en *Educación Física y Ciencia*, N° 13, 77-98.
- De Ambrosio, M., Ves Losada, A. (2012). *¿Por qué corremos? Las causas científicas del furor de las maratones*. Buenos Aires: Editorial Debate.
- Deleuze, G. (1991). Posdata sobre las sociedades de control, en Christian Ferrer (Comp.) *El lenguaje literario*, Tº 2, Montevideo, Uruguay: Nordan.
- Du Gay, P. (2003). Organización de la identidad. Gobierno empresarial y gestión pública. En Stuart Hall; Du Gay (Eds.), *Cuestiones de la identidad cultural* (pp.251-280), Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Dumazedier, J. (1971). *Ocio y sociedades de clase*, Barcelona, España: Editorial Fontanella.
- Ehrenberg, A. (2010). *O culto da performance*, Aparecida, Brasil: Idéias & Letras.
- Elias, N., Dunning, E. (1992). *Deporte y Ocio en el Proceso de la Civilización*, Madrid, España: Fondo de Cultura Económica.
- Escalera, J. (2000). Sociabilidad y relaciones de poder, en *Revista Kairos*, Universidad Nacional de San Luis, Año 4, N° 6.
- Foucault, M. (2007). *El Nacimiento de la biopolítica*, Buenos Aires, Argentina: Fondo de cultura Económica.
- ----- (2005a). El cultivo de sí, en *Historia de la sexualidad III. La inquietud de sí* (pp.38-68). Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- ----- (2005b). *Vigilar y Castigar*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- ----- (2003). *Dichos y escritos* (Tomo IV), Madrid, España: Editorial Nacional.

- ----- (2002a). *Dichos y escritos* (Tomo III), Madrid, España: Editorial Nacional.
- ----- (2002b). *La Hermenéutica del Sujeto*. Curso en el Collège de France 1981-1982. México: Fondo de Cultura Económica.
- ----- (1996) *Genealogía del racismo*, La Plata, Argentina: Altamira.
- ----- (1993). ¿Qué es la ilustración?, en *Daimon Revista Internacional de Filosofía*, N°7, 5-18.
- ----- (1991). *Tecnologías del yo*. Barcelona, España: Editorial Paidós.
- ----- (1990). *La verdad y las formas jurídicas*. D.F, México: Gedisa.
- ----- (1986). On the genealogy of ethics: An overview of work in progress. In P. Rabinow, (Eds.), *The Foucault Reader* (pp. 340-72). Harmondsworth: Penguin.
- ----- (1979). *Arqueología del saber*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.
- Fullagar, S. (2002). Governing the healthy body: discourses of leisure and lifestyle within Australian policy, *Health an Interdisciplinary Journal for the Social Study of Health, Illness and Medicine*, Vol.6, N°1, 69–84.
- García, S. (2014). *Correr mejor, vivir mejor*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Debate.
- ----- (2013). *Correr para vivir, vivir para correr*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Debate.
- Giles, M. (2009). El deporte. Un contenido en discusión, en *Educación Física. Estudios críticos de educación física* (pp.243-258), La Plata, Argentina: Editorial al Margen.
- Gilmore, S. (2004, octubre). Commodification of the Body and Corporate Discipline en *Electronic Journal of Radical Organisation Theory*, Volumen 8, N° 1.
- Glasser, W. (1985). *Positive Addiction*, New York: HarperCollins Publishers Inc.
- ----- (1977, mayo-junio). Positive Addiction, en *Journal of Extension*, 4-8.
- Goffman, E. (1989). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- Halse, C. (2009). Bio-citizenship: Virtue Discourses and the Birth of the Bio-Citizen. En: Wright Jan y Valerie Hardwood (Eds.) *Biopolitics and de Obesity Epidemic*. Governing Bodies. London, England: Editorial Routledge.
- Hang, J. (2011). Sacrificio y sociabilidad en el entrenamiento de nadadores master. *Educación Física y Ciencia*, N°13, 111-125.
- Haworth, J., T. (2004). Work, leisure and well-being. En H.T Haworth & A.J.Veal (Eds.), *Work and Leisure* (pp.168-183). London, England: Editorial Routledge.
- Iuliano, R. (2010). Ocio, consumo y deporte entre los estratos superiores: aportes para la elaboración de un campo problemático. *Educación física y ciencia*, N°12, 39-54.

- ----- (2008). Me encantaría vivir del golf: apuntes sobre las categorías identitarias operantes en torno a la práctica del golf. *Revista Question*, La Plata, Vol. 1, N° 18.
- Iso-Ahola, S. E., Mannell, R. C. (2004). Leisure and Health. En H.T Haworth & A.J.Veal (Eds.), *Work and Leisure* (pp.184-199). London, Editorial Routledge.
- Kane E, Newfield J, Campbell C, Gopalakrishna D. What If Everybody Ran? An Investigation into the Potential Impact of a National Running Movement. UNC Kenan-Flagler Business School.
- Landa, M.I., Marengo, L. (2015). El sí mismo como empresa: sus operatorias y performances en el escenario managerial. En N. Rodríguez, H. Viafara Sandoval (Eds.), *Michel Foucault, treinta años después. Aportes para pensar el problema del cuerpo y la educación*. La Plata, Universidad Nacional de La Plata. (en prensa)
- Landa, M.I. (2011). *Las tramas culturales del Fitness en Argentina: los cuerpos activos del ethos empresarial emergente*, Estudios de Doctorado en Teoría Literaria y Literatura Comparada, Barcelona.
- ----- (2009). El Porvenir de los cuerpos rentables: un análisis de la práctica del Fitness en AAV, *Estudio Críticos de Educación Física*, 177-190, La Plata, Editoriales Al Margen.
- Laval, C. y Dardot, P. (2013). La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal. Barcelona, España: Editorial Gedisa.
- Llopis-Goig, R., Llopis-Goig, D. (2010). El Running como práctica físico-deportiva individualizada y postmaterialista en *Cultura, Ciencia y Deporte*, Volumen 5 N° 15, 80-82.
- Lough, N., Pharr, J., Owen, J. (2014). Runner Identity and Sponsorship: Evaluating the Rock 'n' Roll Marathon. *Sport Marketing Quarterly*, Vol. 23, N°4, 198-211.
- Markula, P., Pringle, R. (2006). *Foucault, Sport and Exercise: Power, knowledge and transforming the self*. New York City: Roudledge.
- Marzullo, O. (2014). *A correr que se acaba el mundo*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Aguilar.
- Massuh, G. (2012). *La Omisión*. Buenos Aires, Argentina: Adriana Hidalgo Editora.
- McDougall, C. (2011). *Nacidos para correr*. Buenos Aires, Argentina: Editorial Debate.
- Moreira, M.V. (2012). *Deporte y Ciencias Sociales: claves para pensar las sociedades contemporáneas*, La Plata, Argentina: Editorial de la Universidad de La Plata (Edulp).
- Papalini, V. (2013a). Tecnologías del yo: entre la gubernamentalidad y la autonomía. En Rodríguez Freire, R. (Ed.) *El gobierno del presente. Materiales críticos*. Instituto de Literatura y Ciencias del Lenguaje. Pontifica Universidad Católica de Valparaíso, Chile, 251-273.

- ----- (2013b). Recetas para sobrevivir a las exigencias del neocapitalismo (o de cómo la autoayuda se volvió parte de nuestro sentido común) en *Nueva Sociedad*, N° 245, 163-177.
- ----- (2007) La domesticación de los cuerpos. *Enl@ce: Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 4 (1), 39-53.
- Pierbasttisti, D. (2008). *La privatización de los cuerpos. La construcción de la proactividad neoliberal en el ámbito de las telecomunicaciones 1991- 2001*, Buenos Aires, Argentina: Prometeo Libros.
- Rodríguez, M. G (1996a). El fútbol no es la patria (pero se le parece). En Alabarces P. & Rodríguez M. (Eds.), *Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*, Buenos Aires, Argentina: Atuel.
- ----- (1996b): Pan, circo y algo más. En Alabarces P. & Rodríguez M (Eds.), *Cuestión de pelotas. Fútbol, deporte, sociedad, cultura*, Buenos Aires, Argentina: Atuel.
- Rojek, C. (2004). Postmodern work and leisure. En H.T Haworth & A.J.Veal (Eds.), *Work and Leisure* (pp.51-66).Londres, England: Routledge.
- Rose, N. (2003). Identidad, Genealogía e Historia. En S. Hall y P. Du Gay (Eds.), *Cuestiones de Identidad Cultural*, Buenos Aires, Argentina: Amorrortu Editores.
- ----- (1996). *Inventing our Selves*. Cambridge: Cambridge University Press. Edición digital del capítulo 1 de *Inventing our Selves* “¿Cómo se debería hacer una historia del yo”: <<http://caosmosis.acracia.net/?p=1417>> [Recuperado en: 3 de enero de 2011].
- ----- (1989). *Governing the soul. The shaping of the private self*. London, Editorial Routledge.
- Samaniego Pérez, V., Devís Devís, J., (2007) *Salud, Inclusión y Educación Física*, en *Educación Física y Discapacidad: Prácticas corporales inclusivas* (pp.21-44), Medellín, México: Funámbulos Editores.
- Sanz, T., Blasco, T., Cruz, J. (1992). Adicción a la Actividad Física de Fondo en *Archivos de Medicina del Deporte*, Volumen IX, N° 35, 279-286.
- Sassatelli. R. (2010). *Fitness Culture. Gyms and the Commercialisation of Discipline and Fun*. London, England: Palgrave.
- Shilling, C. (2003). *The Body and Social Theory*, London, England: Sage.
- Shipway, R., Holloway, I. (2010, noviembre). Running free: Embracing a healthy lifestyle through distance running. *Perspective in Public Health*, Vol.120, N° 6, 270-276.
- Shipway, R. Jones, I. (2008). The Great Suburban Everest: An “Insiders” Perspective on Experiences at the 2007 Flora London Marathon, *Journal of Sport and Tourism*, Vol. 13, N°1, 61-77.

- Shipway, R. (2009, julio). *Sporting events, distance running and the "Third place"*. Ponencia presentada en el Fifth International Event Management Research Conference & Third Event Education and Research Network Australasia Symposium, Sydney.
- Smith, G. (2002). Racing against Time? Aspects of the Temporal Organization of the Runner's World. *Symbolic Interaction*, Vol. 25, N° 3, 343-362.
- Smith Maguire, J. (2006, octubre) *Marketing Sports and Physical Activity: Impacts on Health and Leisure*, Ponencia presentada en International Sports Marketing Conference, Hong Kong Baptist University.
- Smith, S. L. (2000). British Nonelite Road Running and Masculinity: A case of "Running Repairs"?, *Men and Masculinities*, Vol.3, N ° 2, 187-208.
- ----- (1998). Athlets, Runners, and Joggers: participant-Group Dynamics in a Sport of "Individuals". *Sociology of Sport Journal*, 15, 174-192.
- Yair, G. (1992). What keeps them running? The "circle of commitment" of long distance runners. *Lesiure Studies*, 11:3, 257-270.
- Wacquant, L. (2006). Carisma y masculinidad, en *Entre las cuerdas. Cuadernos de un aprendiz de boxeador*. Buenos Aires, Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.

## **6.2 Otras fuentes consultadas. Páginas web**

- Anon, (2016). [online] Disponible en: [http://www.nike.com/ar/es\\_ar/c/running/we-run-buenos-aires](http://www.nike.com/ar/es_ar/c/running/we-run-buenos-aires) [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Argentinacorre.tv, (2016). Quiénes somos | Argentina Corre. [online] Disponible en: <http://argentinacorre.tv/quienes-somos/> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Atletas.info - Cultura Atleta, (2012). 5k Mc Donalds sólo para mujeres: Abren las Inscripciones - Atletas.info - Cultura Atleta. [online] Disponible en: <http://www.atletas.info/5k-mc-donalds-solo-para-mujeres-abren-las-inscripciones-201/> [Recuperado en Mar. 2016].
- Atletismorosario.com.ar, (2016). Maratón Mc Donalds 5k. [online] Disponible en: <http://www.atletismorosario.com.ar/infomaratón.asp?id=370> [Recuperado en 1 Mar. 2016].
- Bank of America Chicago Marathon, (2016). Bank of America Chicago Marathon. [online] Disponible en: <http://www.chicagomarathon.com> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Carrerahospitalitaliano.com, (2016). Carrera Hospital Italiano. [online] Disponible en: <http://carrerahospitalitaliano.com> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Carrera UNICEF por la Educación / 2016 Buenos Aires – Rosario, (2016). Carrera UNICEF por la Educación / 2016 - Buenos Aires – Rosario. [online] Disponible en: <http://carreraunicef.org.ar> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Chaves, M. (2014). FOTOS: 5k Mc Donalds, Buenos Aires 2014 - Atletas.info - Cultura Atleta. [online] Atletas.info - Cultura Atleta. Disponible en at: <http://www.atletas.info/fotos-5k-mc-donalds-buenos-aires-2014/> [Recuperado en 1 Mar. 2016].
- Corredores, G. (2016). El Club de Corredores. [online] El Club de Corredores. Disponible en: <http://clubdecorredores.com/running-teams> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Cuatro delincuentes fueron detenidos tras una persecución y choque - Infobae. (2016). [online] Disponible en: <http://www.infobae.com/2012/09/23/672061-cuatro-delincuentes-fueron-detenidos-una-persecucion-y-choque> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Fun, R. (2015). 5K McDonalds el 17 de Octubre en Buenos Aires. [online] Run Fun. Disponible en: <http://runfun.net/5k-mcdonalds-el-17-de-octubre-en-buenos-aires/> [Recuperado en 1 Mar. 2016].
- Fundacionavon.org.ar, (2016). Fundación Avon. [online] Disponible en: [http://www.fundacionavon.org.ar/salud/fam\\_salud\\_caminata.html](http://www.fundacionavon.org.ar/salud/fam_salud_caminata.html) [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Gómez, S. (2016). Por ley, habrá que presentar apto médico para las carreras de calle porteñas. [online] Clarin.com. Disponible: [http://www.clarin.com/ciudades/presentar-medico-carreras-calle-portenas\\_0\\_1493251034.html](http://www.clarin.com/ciudades/presentar-medico-carreras-calle-portenas_0_1493251034.html) [Recuperado en 3 Mar. 2016].

- Infoleg.mecon.gov.ar, (2016a). LEY N° 11. [online] Disponible en: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/40000-44999/42755/norma.htm> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Infoleg.mecon.gov.ar, (2016b). Ley 24. [online] Disponible en: <http://infoleg.mecon.gov.ar/infolegInternet/anexos/0-4999/638/textact.htm> [Recuperado en 2 Mar. 2016].
- Lan.com, (2016). LANPASS 10K 2015. [online] Disponible en: <http://www.lan.com/lanpass10k/index.html> [Recuperado en 1 Mar. 2016].
- Lema.rae.es, (2016). [online] Disponible: <http://lema.rae.es/drae/?val=marat%C3%B3n> y <http://lema.rae.es/dpd/?key=marat%C3%B3n> [Recuperado en Mar. 2016].
- Locos Por Correr, (2015). *La carrera más grande del mundo fue en Argentina*. [online] Disponible en: <http://locosporcorrer.com/web/la-carrera-mas-grande-del-mundo-fue-en-argentina> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Maratón de Buenos Aires 21K 42K Marathon, (2016a). Reglamento – 42K 11-Oct-2015. [online] Disponible en: <http://maratondebuenosaires.org/reglamento-42k/> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Maratón de Buenos Aires 21K 42K Marathon, (2016b). Buenos Aires 2016, Maratón de Buenos Aires del Bicentenario Iberoamericano. [online] Disponible en: <http://maratondebuenosaires.org/> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Mdzol.com, (2014). Maratón de Córdoba: muere súbitamente luego de ganar - MDZ Online. [online] Disponible en: <http://www.mdzol.com/nota/528748-maraton-de-cordoba-muere-subitamente-luego-de-ganar/> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Palermo, U. (2016). *Comunicado de prensa Maratón UP 2011 | Universidad de Palermo*. [online] Palermo.edu. Disponible en: <http://www.palermo.edu/maratonUP/comunicado-de-prensa.html> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Sportsfacilities.com.ar, (2016). Sportsfacilities | Solo pensá en correr. [online] Disponible en: <http://www.sportsfacilities.com.ar/index.php?pagina=calendario> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- TCS New York City Marathon, (2013). Home. [online] Disponible en: <http://www.tcsnycmarathon.org> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Tmxteam.com, (2016). Eventos | TMX Team. [online] Disponible en: <http://www.tmxteam.com/eventos> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Twitter, (2016). Lucho Runner on Twitter. [online] Disponible en: <https://twitter.com/LuchoRunner/status/687670620516147200> [Recuperado en 1 Mar. 2016].

- Who.int, (2016a). WHO | Frequently asked questions. [online] Disponible en: <http://www.who.int/suggestions/faq/en/> [Recuperado en 1 Mar. 2016].
- Who.int, (2016b). OMS | Obesidad y sobrepeso. [online] Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/factsheets/fs311/es/> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Who.int, (2016c). WHO | The World Health Organization warns of the rising threat of heart disease and stroke as overweight and obesity rapidly increase. [online] Disponible en: <http://www.who.int/mediacentre/news/releases/2005/pr44/en/> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Who.int, (2016d). [online] Disponible en: [http://www.who.int/chp/gshs/2007\\_Argentina\\_fact\\_sheet.pdf?ua=1](http://www.who.int/chp/gshs/2007_Argentina_fact_sheet.pdf?ua=1) [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- Worldmarathonmajors.com, (2016). Home. [online] Disponible en: <http://worldmarathonmajors.com/US> [Recuperado en 28 Feb. 2016].
- 5kmcdonalds.com, (2016). McDonald's 5K. [online] Disponible en: <http://5kmcdonalds.com/home> [Recuperado en 28 Feb. 2016].

## 7 Glosario

- Ritmo: El ritmo, tiempo o el *pace* es la unidad de medida de tiempo por la que se mide cuánto tarda una persona en recorrer un kilómetro (o una milla en los países donde se utiliza esa unidad de medida de distancia, que equivale a 1,6 km). Entre los *runners* es común preguntar en cuánto tiempo se hace el kilómetro, o bien preguntar por el tiempo total de la carrera y en base a su distancia calcular el ritmo.
- Maratón: Si bien comúnmente se denomina la maratón a carreras de diversas distancias, en el siguiente trabajo diferenciaremos las carreras del maratón - carrera de resistencia en la que se recorre una distancia de 42 km y 195 m. Respecto al género del sustantivo optaremos por el masculino. Puede verse (Lema.rae.es, 2016).
- Plan de entrenamiento: El plan de entrenamiento es un plan para correr carreras. Puede estar diseñado para hacer por primera vez una carrera a la que el corredor no se haya realizado previamente, o bien para bajar el tiempo en una distancia ya conocida. Los planes de entrenamiento pueden estar diseñados por el entrenador o bien el corredor puede acudir a planes genéricos (se denomina así a los planes masivos que no parten de la base de los tiempos del corredor) que se encuentran en revistas especializadas y en diversos sitios webs y foros sobre *running*.
- Liebre: La liebre es un corredor que hace de *pacemaker*, es decir de establecer un ritmo de carrera continuo a lo largo de toda la carrera. Suele haber más de uno, y cada uno de ellos tienen un cartel indicativo en el que se aclara en cuánto tiempo hacen el kilómetro.
- Circuito: El circuito es el recorrido de la carrera, que en el caso de las carreras de calle se realiza enteramente por calles, avenidas, puentes y autopistas (espacios de tránsito vehicular). Este está cerrado al tránsito a través de vallas, debe contar con señalética que indique la distancia recorrida en kilómetros (o millas según la unidad de medida del país) y con carteles que indiquen giros si los hubiera.
- Corrales: Los corrales son la delimitación espacial en la línea de largada hecha por vallas y cintas que separan a los distintos grupos de corredores según su tiempo. Los más veloces van al frente y a un ritmo más lento se acomoda atrás. La cantidad de corrales depende de la organización de la carrera.
- Carrera de calle: Las carreras de calle como su nombre lo indica se corren en la calle, en las ciudades, se corta el tránsito de forma tal que los corredores puedan correr por las calles, avenidas, puentes, autopistas (según se delimite en el recorrido). Para esto se debe pedir un permiso a la Ciudad, cerrar el tránsito con

vallas y personal. La misma organización se encarga una vez finalizado el evento de levantar las mismas para habilitar el tránsito. El hecho que una carrera tenga buena parte de su recorrido sobre un parque (como ser los bosques de Palermo), es una ventaja para la organización ya que tiene una distancia menor que cerrar al tránsito automotor y peatonal (los fines de semana estos lugares permanecen ya de por sí cerrados). Esto se traduce en un menor costo operativo.

- Carrea de aventura: El término carreras de aventura tiene múltiples significantes, con un solo denominador común: nunca son en una ciudad. Las carreas de aventura pueden realizarse en la montaña, en el desierto, en la selva y pueden tener un solo día de duración o bien más de uno (lo cual comúnmente suele denominarse *ultra trail*). En la Argentina hay carreras que van desde los 10 km hasta 160km. A modo de ejemplo ver: <http://salvaje.com.ar/evento/informacion/60>  
<http://salvaje.com.ar/evento/informacion/59>

<http://lamisionrace.com.ar/lm/la-carrera/>

- *Chip*: El *chip* es un instrumento que se utiliza para medir el tiempo neto total de carrera. Puede ser descartable o bien debe devolverse al cruzar la meta de llegada. En ambos casos se lo coloca en la zapatilla pasándolo por los cordones. En la línea de largada, se coloca sobre el piso un sensor sobre el que pasan los corredores, según el tipo de carrera y su distancia, hay solo uno, o más a lo largo de la carrera. Este sensor toma el tiempo que hace el corredor y al dividirse por el total de kilómetros indica la velocidad promedio de carrera.
- Categoría: Se denomina categoría a las diversas sub clasificaciones de los participantes. Cada carrera organiza las categorías según sus propios criterios, en algunas los corredores de élite forman parte de la general, en otras están diferenciados. Se separa por sexo, masculino y femenino, por edad y luego por discapacidad: visual, motriz y silla de ruedas (en cada uno de estas también hay diferenciación por sexo, pero no por edad).

## 8. Corpus

- 8.1.1 Reglamento Maratón Consejo



### REGLAMENTO

#### CIRCUITO

**Fecha:** Domingo 2 de Junio 2013

**Largada y llegada:** Av. Figueroa Alcorta y Av. Monroe - Palermo.

**Horario de Largada:** 09:00hs.

**Distancias:** 10K competitiva y 3K participativa.

#### INSCRIPCIÓN

**Cupos:** Limitado. Una vez completado se cerrarán las inscripciones y no se aceptarán más inscriptos. NO se inscribirá el día de la carrera.

**Costo de Inscripción:** \$95 para no matriculados. \$75 para matriculados (los matriculados sólo podrán inscribirse con este valor en las sedes del Consejo Profesional) desde el jueves 5 de Mayo hasta agotar cupos. NO se inscribirá el día de la carrera.

**Lugares de inscripción:**

- Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
  - **Sede central:** Viamonte 1549, CABA, de lunes a viernes de 9:30 a 18:00 horas
  - **Delegación Flores:** Av. Donato Álvarez 11, CABA, de lunes a viernes de 9:00 a 17:30 horas.
  - **Delegación Belgrano:** Virrey del Pino 2888, CABA, de lunes a viernes de 9:00 a 17:30 horas.
  - **Delegación Parque Patricios:** Av. Caseros 3241, CABA, de lunes a viernes de 9:00 a 17:30 horas.
  - **Sede Ayacucho 652:** CABA, de lunes a viernes de 9:00 a 19:15 horas.
- Club de Corredores
  - Av. Monroe 916, CABA - de lunes a viernes de 10:00 a 20:00hs y sábados de 10:00 a 14:00hs.

**Ficha de Inscripción:** Podrán preinscribirse en la carrera y luego imprimir la ficha completa ingresando a [www.clubdecorredores.com](http://www.clubdecorredores.com). **La inscripción no tiene validez sino hasta que se realice el pago.** Al agotarse los cupos no habrá cupos reservados para aquellos que no hubieran realizado el pago.

**Pasos de Preinscripción:**

- Ingresar a [www.clubdecorredores.com](http://www.clubdecorredores.com)
- Ingresar en la sección de MARATON CONSEJO
- Completar los datos del formulario de preinscripción. Si ya se hubiera inscripto en otra carrera, sus datos ya estarán cargados y solo debe imprimir la ficha sin realizar el paso siguiente.
- Llegar al correo electrónico que haya informado un aviso de preinscripción. El mismo debe ser confirmado para validar la preinscripción
- Imprimir el formulario y firmarlo.
- Dirigirse a cualquiera de los centros de inscripción con el formulario completo a realizar el pago.

**Pago:** A partir del 2 de Mayo. Solo una vez efectuado el pago se considera inscripto en la carrera.

#### NÚMEROS DE CORREDOR

El número con el que cada participante competirá estará impreso y será entregado al corredor o tercero al momento de la inscripción. El día del evento los corredores deberán exhibir dicho número sobre la remera de la carrera. El número es **intransferible**, se recomienda el buen cuidado del número hasta el día de la competencia.

**Pérdida de números:** Es responsabilidad del corredor guardar su número hasta el día de la carrera y no extraviarlo. En caso de pérdida, el corredor deberá abonar el reemplazo del número presentándose con DNI en el Club de Corredores. El mismo tendrá un costo de \$10.-

#### REMERAS

Todos los inscriptos recibirán una remera oficial de la maratón al momento de la inscripción, la cual deberán usar el día de la carrera. La disponibilidad de tallas estará sujeta a stock.

## HIDRATACIÓN

---

Habrán puestos de hidratación en el recorrido y en la llegada.  
Asimismo recibirán una botella de **GATORADE** por cada participante, que rehidrata y repone sales minerales en la llegada.

## PREMIOS

---

**Categoría General:** Se premiará a las primeras tres posiciones de las categorías:

### 10K

General Caballeros  
General Damas  
Silla de Ruedas Caballeros  
Silla de Ruedas Damas  
No vidente Caballeros  
No Vidente Damas  
Otras discapacidades Caballeros  
Otras discapacidades Damas

**Categoría Matriculados Consejo:** Se premiará a las primeras tres posiciones de damas y caballeros.

**Categoría Matriculados Colegio de Abogados:** Se premiará a las primeras tres posiciones de damas y caballeros. La premiación se realizará en el Colegio de Abogados, en fecha a confirmar.

### 3K

**Categoría Mamás con bebés en cochecito:** Se premiará a las primeras tres posiciones de la categoría.

### 3K

**Mención especial para personas con discapacidades.**

### 3K

**Mención especial para miembros de la Fundación Cecilia Bacigalupo:** Se premiará a las primeras tres posiciones de la categoría.

## TOMA DE TIEMPOS

---

La toma de tiempos se realizará mediante el sistema de chips IPICO. El sistema IPICO combina tecnología de avanzada en clasificación con simplicidad de uso. La clasificación será realizada a través del "tiempo Oficial" de carrera (desde el inicio de la competencia hasta que el corredor cruza el arco de llegada). Se ofrecerá como información complementaria el "Tiempo Neto" de modo que cada corredor pueda conocer el tiempo exacto entre que pasó por la salida y cruzó la línea de llegada. De acuerdo al Art. 165 del Reglamento Internacional IAAF la clasificación se realizará de acuerdo al Tiempo Oficial de cada corredor.

El sistema de toma de tiempos tiene un porcentaje mínimo de error, lo que provoca que en ciertas ocasiones algunas lecturas se pierdan.

Cada corredor recibirá el día de la carrera el Chip IPICO. El Chip deberá ser devuelto en la llegada para ser clasificado. En caso contrario deberá abonar el costo de su pérdida. El mismo será de \$60.

**Retiro de Chip:** Únicamente los corredores de 10KM recibirán chip. El Chip IPICO será entregado el día de la carrera exclusivamente a partir de las 7:30 horas en la carpa habilitada para tal fin. Para el retiro del chip deberán presentar, sin excepción alguna, el número de corredores que se les entregó al inscribirse. No se entregará chip a quienes no se presenten con el número de corredor.

Es importante que el corredor verifique que su número coincida con el chip que le ha sido entregado. Asimismo, no debe intercambiarse el chip con otro corredor ni tampoco colocarlo en otro lugar que no sea el indicado por el personal de la organización. Todo corredor que cruce la línea de llegada sin su chip no será incluido en los resultados oficiales.

La carrera de 3K no tendrá clasificación. Quienes se anoten en esta carrera no deberán retirar chip.

## RESULTADOS

---

Los resultados generales estarán disponibles desde las 21:00hs del día de la competencia en [www.clubdecorredores.com](http://www.clubdecorredores.com).

## LLUVIA

**El evento NO se suspende por lluvia**, sólo en caso de que la organización considere que el mal tiempo pueda ser peligroso para la integridad física de los corredores, lo cual será decidido el mismo día del evento.

## SEGURIDAD

En la prueba habrá un servicio de ambulancias y médico encargado de atender cualquier hecho de emergencia durante el período que dure la prueba hasta el cierre de la misma.

En caso de accidente, la cobertura que brinda la Organización para la competencia, tendrá un alcance hasta que el competidor ingrese al hospital de la zona de la carrera. La atención médica posterior está a cargo del participante, no resultando responsable el Consejo Profesional de Ciencias Económicas de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires ni ningún otro organizador de las consecuencias que pudieran resultar de dicha atención médica.

## MEDIO AMBIENTE

La tarea más importante que tenemos que llevar a cabo entre los participantes, el público y la Organización es la de cuidar el medio ambiente y no dejar residuos en el trayecto, largada y llegada de la carrera.

## BAÑOS Y GUARDARROPAS

Se dispondrá de baños químicos y guardarropas para que los atletas puedan guardar sus pertenencias. Está prohibido dejar elementos de valor (documentos, llaves, billeteras, etc.), dado que la organización no se responsabilizará por las pérdidas de objetos. En el guardarropa sólo podrán dejarse 2 prendas por participante.

## RECOMENDACIONES

- Efectuar una adecuada planificación de entrenamiento.
- Buen descanso el día previo a la prueba.
- No participar si se ha padecido una lesión o enfermedad recientemente.
- Recordar lo importante del precalentamiento.
- Procurar una adecuada dieta los días previos a la carrera (rica en hidratos de carbono y poca grasa).

## RESPONSABILIDAD DEL PARTICIPANTE

Al inscribirse todos los participantes deberán firmar y aceptar el siguiente texto:

*"Declaro bajo juramento que no padezco afecciones físicas adquiridas o congénitas, ni lesiones que pudieran ocasionar trastornos en mi salud o condiciones de vida, como consecuencia de participar en la presente competencia. Asimismo, declaro bajo juramento que antes de realizar la competencia me he realizado un chequeo médico y me encuentro en condiciones físicas óptimas para participar en la misma, como así también asumo todos los riesgos asociados con la participación en la presente competencia (caídas, contacto con otros participantes, consecuencias del clima, tránsito vehicular, condiciones del camino y/o cualquier otra clase de riesgo que se pudiera ocasionar). Tomo conocimiento y acepto voluntariamente, que el Club de Corredores Asociación Civil y/o ST Producciones SA, y/o Sebastián Rafael Tagle y/o Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires y/o Consejo Profesional de Ciencias Económicas y los sponsors de la carrera NO toman a su cargo ni se responsabilizan por ningún tipo de indemnización, reclamo, costo, daño y/o perjuicio reclamado, incluyendo y no limitado a, daños por accidentes, daños materiales, físicos o psíquicos o morales, lucro cesante, causados a mi persona o a mis derechohabientes, con motivo y en ocasión de la carrera en la que participaré. Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos, asumo total y personal responsabilidad por mi salud y seguridad, y, YO, en representación de Mi mismo y de mis cesionarios, herederos, legatarios y sucesores – colectivamente herederos - acepto mantener exento de cualquier tipo de responsabilidad que surja de mi participación en esta carrera, aunque esta responsabilidad pueda surgir por negligencia o culpa de parte de las personas físicas o jurídicas organizadoras, y, libero a el Club de Corredores Asociación Civil y/o ST Producciones S.A. y/o Sebastián Rafael Tagle y/o Consejo Profesional de Ciencias Económicas y/o los sponsors de la carrera y/o el Gobierno Municipal y/o Nacional y/o cualquier tercero que hubiese colaborado con la organización y/o cualquier otra persona física o jurídica que hubiera tenido intervención principal o secundaria en la organización de la carrera referida. Así también manifiesto que no serán responsables por cualquier extravío, robo y/o hurto que pudiera sufrir con anterioridad, durante el transcurso o con posterioridad a la finalización de la competencia. Autorizo a los organizadores de la competencia y sponsors a utilizar, reproducir, distribuir y/o publicar fotografías, películas, videos, grabaciones y/o cualquier otro medio de registración de mi persona tomadas con motivo y en ocasión de la presente competencia, sin compensación económica alguna a favor del participante de la presente competencia."*

Los menores de 18 años deberán ser autorizados por sus padres o tutor.

## INFORMES

Ingresando en [www.clubdecorredores.com](http://www.clubdecorredores.com) o [clubdecorredores@clubdecorredores.com](mailto:clubdecorredores@clubdecorredores.com), (011) 4780-1010.

**Organiza: CLUB DE CORREDORES**

- Reglamento 8.1.2 Carrera MCDonald's

### **McDonald's 5K Las mujeres corremos - 2015 Buenos Aires**

#### **Reglamento**

Fecha: 17-10-2015

Largada: B. PUERTO MADERO

Horario: 16:00 hs. Largada: 17hs

Límite de participantes: 10000

Esta carrera de carácter competitivo está dirigida a deportistas mujeres que estén dispuestas a afrontar el desafío de los 5Km.

Además se organizará una carrera participativa y gratuita dirigida a las familias que desean recorrer una distancia de 3Km.

La edad mínima para participar en el 5K es de 16 años cumplidos al 17-10-2015. Las corredoras de 16 y 17 años solo podrán participar si la ficha de inscripción ha sido firmada por su padre, madre o tutor.

#### **INSCRIPCIÓN**

Desde el Lunes 23 de Junio hasta el Lunes 12 de octubre a las 18hs. o hasta completar el cupo de 10000 participantes.

Las participantes que se inscriban en la carrera McDonald's 5K Las mujeres corremos 2015 Buenos Aires deberán confeccionar una ficha de inscripción on-line con todos los datos solicitados por la Organización, ingresando en [www.5kmcdonalds.com](http://www.5kmcdonalds.com) ó [www.tmxteam.com](http://www.tmxteam.com)

Aquellas personas que se inscriban en la carrera competitiva de 5km, una vez completada la ficha de inscripción on-line tienen que imprimir el cupón de pago y el deslinde de responsabilidad. Con el cupón de pago acercarse hasta un Pago Fácil o Rapipago y hacer el pago correspondiente. O pagar con tarjeta de crédito directamente en el momento de la inscripción. Deben conservar el comprobante de pago y el deslinde de responsabilidad firmado, que, junto con el DNI o cédula y el apto médico son los elementos obligatorios para retirar el kit del evento. Podrán también abonar el importe de la inscripción en efectivo en las oficinas de TMX, Av. Congreso 1534 piso 11. CABA

Aquellas familias que participen en el recorrido de 3 km deben completar la ficha de inscripción on-line y firmar los deslindes de responsabilidad de cada uno de los participantes que deberán ser entregados antes de inicio el mismo día del evento. Se les informará previamente en que sector se

hará.

**IMPORTANTE:** Las corredoras ELITE deben ponerse en contacto con la organización antes del día lunes 12 de Octubre en la dirección de correo electrónico [contactoelite@tmxteam.com](mailto:contactoelite@tmxteam.com)

**Costo de Inscripción:**

**5K:** hasta el 12 de octubre \$200.- (doscientos pesos) o hasta agotar los cupos de 10000 participantes.

**3K:** inscripción gratuita

**ENTREGA DE NUMEROS, REMERAS OFICIALES Y CHIPS- Solo para MCD 5K – Competitivo**

La Entrega del Kit se realizará en el Alto Palermo Shopping

Dirección: Av. Santa Fé 3253. Palermo

Días: miércoles 14, jueves 15 y viernes 16 de octubre

Horario: 10.00hs. a 22:00hs.

El Kit del Corredor de McDonald's 5K Las mujeres corremos - 2015 Buenos Aires podrá ser retirado en forma personal por la inscripta o por terceros con la siguiente documentación:

- Deslinde de responsabilidad firmado por la corredora
  - Comprobante de pago
  - Fotocopia del D.N.I del corredor
  - Certificado médico del cual surja que la corredora se encuentra apto para participar en esta carrera (en caso de no tenerlo deberá firmar un deslinde de responsabilidad)
- Importante: El día de la competencia no se entregará ningún "RUNNER KIT" a las participantes

**DESLINDE DE RESPONSABILIDAD – Sólo para 3K**

Todos los corredores que se anoten en la caminata participativa de 3Km deberán entregar el deslinde de responsabilidad firmado el día de la carrera en la carpa guardarrobas.

**NÚMERO DE CORREDOR Y CHIP DE CLASIFICACION**

Las participantes recibirán un número dentro del "RUNNER KIT". Es OBLIGATORIO llevarlo abrochado en el pecho durante toda la carrera. Sus partes no podrán ser ocultadas ni alteradas, si no se respetan dichas normas la Organización descalificará a la corredora.

El número de corredor llevará pegado en el dorso el chip de clasificación. El chip será descartable. Aquellas corredoras que no lleven su número con su chip no podrán tener su tiempo oficial de carrera y no serán clasificadas.

**REMERA OFICIAL**

Con el "RUNNER KIT" se entregará una remera oficial de McDonald's 5K Las mujeres corremos - 2015 Buenos Aires cuyo uso es OBLIGATORIO para todas las corredoras.

Los talles de las remeras están sujetos a disponibilidad del stock

#### **CLASIFICACIÓN Y "CHIP CONTROL"**

Para la clasificación de la carrera de McDonald's 5K Las mujeres corremos - 2015 Buenos Aires se usará un sistema automático de cronometraje mediante un chip identificador que la corredora deberá llevar durante toda la carrera, de la forma en que le sea indicado. Computadoras en la largada, llegada y otros puntos del circuito leerán el código del chip.

El "tiempo oficial" de cada corredora, será tomado desde que se inicia la competencia hasta el momento de cruzar el arco de llegada. A su vez se brindará información complementaria del "tiempo neto". De esta forma, todas las corredoras tienen la posibilidad de conocer su tiempo exacto de carrera sin importar su ubicación en relación a la línea de largada. Es importante aclarar que de acuerdo al Reglamento Internacional IAAF – Art. 240 – la clasificación se realizará en base al "tiempo oficial" que brinda este sistema.

Es necesario aclarar que dado que el sistema electrónico utilizado para la toma de tiempos tiene un porcentaje menor de errores, producto de la colisión entre lecturas, es posible que algunas lecturas se pierdan.

El uso del chip es OBLIGATORIO para todas las participantes del 5K.

- No olvides tu chip.
- No lo cambies con el de otra corredora.
- No lo coloques en otro lugar que no sea el indicado por la organización.

#### **RECOMENDACIONES GENERALES**

Al recibir el sobre que contiene el chip, verifica que el número del mismo coincida con tu número de corredora asignado en los listados.

**TODA CORREDORA QUE CRUCE LA LÍNEA DE LLEGADA SIN SU CHIP NO SERÁ REGISTRADA EN LOS RESULTADOS OFICIALES. ESTA CLÁUSULA ES INAPELABLE.**

En caso de ausencia del participante la Organización no reintegrará las sumas abonadas en concepto de inscripción.

Para MCD 5K – Competitivo: esta terminantemente prohibido que las participantes inscriptas realicen el recorrido con acompañantes (salvo categoría disminuidos visuales) menores, animales, cochecitos con bebés, etc. A su vez no podrán utilizar bicicletas, patines, etc. en ningún tramo del circuito.

Para MCD 3K- Participativa: al ser esta corre-caminata de carácter familiar, está autorizado el uso de cochecitos con bebés, pero no de animales ni bicicletas, etc., por la seguridad de todos.

#### **ENTRADA EN CALOR Y LARGADA**

A partir de las 16:30, ninguna participante podrá permanecer ni realizar la entrada en calor por delante de la línea de partida. La corredora que no respete esta indicación, será descalificada de la prueba sin previo aviso.

La corredora deberá pasar por debajo del arco de Largada-Llegada y por el recorrido especialmente marcado. Si pasara por algún lugar no estipulado en el recorrido de este Reglamento, no obtendrá su tiempo y puesto en la competencia, deslindando de toda responsabilidad a la Organización.

**ATENCIÓN:** El evento no se suspende por lluvia!

#### **SECTORES DE LARGADA**

Para facilitarte la largada y que puedas correr junto a otros competidores que lleven tu mismo ritmo, se dispondrán distintos sectores de largada ordenados de acuerdo al ritmo (tiempo por kilómetro) que definas en el momento de inscribirte. De esta manera contaremos con una mejor organización, determinando 5 sectores para que te ubiques en el que te corresponda.

NOTA: Si en el momento de completar tu ficha de inscripción no pusiste el ritmo (tiempo por kilómetro) que estimas imponer en McDonald's 5K Las mujeres corremos 2015 Buenos Aires los largarás en el sector Violeta.

Azul: Hasta 4'00" por kilómetro

Rojo: Entre 4'00" y 4'45" por kilómetro

Verde: Entre 4'45" y 5'30" por kilómetro

Naranja: Entre 5'30" y 6'00" por kilómetro

Violeta: A más de 6'00" por kilómetro

Se penalizará con 5' de recargo en el tiempo realizado, a todo corredor o corredora que se ubique en el sector de largada de Elite sin pertenecer éste al mismo, como así también, a los atletas que posean números que no correspondan a los asignados como Elite.

#### **SERVICIOS**

#### **HIDRATACIÓN**

- Puesto de Bonaqua en Km 3 (para el 5K competitivo)
- Puesto Powerade y Bonaqua en la Llegada (3K participativo y 5K competitivo)

#### **BAÑOS QUÍMICOS Y GUARDARROPAS**

Habrá suficientes baños químicos y guardarropas en función de la dimensión del evento. Se ubicarán cerca del punto de partida, muy visibles para los participantes.

Todo corredor que necesite guardar sus pertenencias deberá presentar su Número de Participante. No se recibirán "prendas sueltas". La Organización y los sponsors no se responsabilizan por los objetos guardados en los guardarropas, ya que se trata de un servicio de cortesía. Recomendamos no llevar elementos de valor.

#### **ESTACIONAMIENTO**

Está terminantemente prohibido estacionar en las calles donde se estará llevando a cabo la competencia. Recomendamos seguir las instrucciones del personal provisto por la Organización quienes estarán identificados con indumentaria alusiva al evento.

#### **CONTROLES DE RUTA**

Adicionalmente al sistema de chip mencionado para de McDonald's 5K Las mujeres corremos - 2015 Buenos Aires contaremos con un estricto control de ruta efectuado por supervisores y banderilleros, de esta manera se podrá detectar cualquier fraude y descalificar a quien incurriera en falta.

#### **SERVICIO MÉDICO**

Un servicio médico con ambulancias y motocicletas especialmente equipadas acompañará el desarrollo de la competencia.

#### **SEGURO DEL PARTICIPANTE**

Todo participante oficialmente inscripto en McDonald's 5K Las mujeres corremos - 2015 Buenos Aires cuenta con un seguro por accidente como participante.

#### **CATEGORÍAS**

#### **Edad**

Damas A	16 a 19 años
Damas B	20 a 34 años
Damas C	35 a 39 años
Damas D	40 a 44 años
Damas E	45 a 49 años
Damas F	50 a 54 años
Damas G	55 a 59 años
Damas H	60 a 64 años
Damas I	65 a 69 años
Damas J	70 años o más
Damas K	Silla de ruedas
Damas L	Disminuidos visuales

## PREMIOS

(Solo en MCD 5K – Competitiva)

Trofeos a los 3 primeros de la Clasificación General

Medallones a los 3 primeros puestos en cada categoría

Se otorgarán además productos de Sponsors.

Se entregarán medallas finisher a todas las participantes del 5K Competitivo una vez que finalicen su recorrido

Se prohíbe a todo corredor o corredora asistir a la ceremonia de premiación (incluye área vallada de escenario, escenario y podio) con banderas, caramañolas, o elementos que sean de competencia de los sponsors o auspiciantes del evento en realización.

## RESULTADOS

Los resultados de McDonald's 5K Las mujeres corremos - 2015 Buenos Aires se podrán consultar en [www.5kmodonalds.com](http://www.5kmodonalds.com) y [www.tmxteam.com](http://www.tmxteam.com) en horas posteriores a la finalización del evento y por un lapso de 30 días.

Circuito Carrera (sujeto a aprobación del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires)

(Ver Recorrido en [www.5kmodonalds.com](http://www.5kmodonalds.com) y [www.tmxteam.com](http://www.tmxteam.com) )

- Reglamento 8. 1.3 CADA V

### PARTICIPACION EN CAMPEONATOS NACIONALES

#### ATENCION - COLORES REGLAMENTARIOS

**PRUEBAS DE CAMPO:** No es necesario usar pantalón con los colores reglamentarios (Resolución de C.A.V.R.A.) Todos los atletas deberán participar con la camiseta respectiva de su Club o Asociación.

**PRUEBAS DE PISTA** ACLARACION: en las pruebas de pista es obligatorio el uso de color de acuerdo a las categorías.

Página Oficial de C.A.V.R.A. con las normas sobre indumentaria [VER](#)

#### COLORES DE PANTALON

CATEGORIA	COLOR
30 a 34	FUCSIA
35 a 39	CELESTE
40 a 44	BLANCO
45 a 49	VERDE
50 a 54	AZUL FRANCIA
55 a 59	NEGRO
60 a 64	ROJO
65 a 69	AMARILLO
70 a 74	GRIS
75 a 79	AZUL MARINO

**ACLARACION:** La limitada variedad de algunos colores disponibles en los comercios, genera diversos problemas en las competencias. Es por ello que debe admitirse una gama alternativa; pero nunca colores que confundan. Los colores más complicados son: fucsia, verde y el azul de Cat. 00. El primero (un rosa fuerte) y el segundo, admiten un par de variantes; pero el Azul Francia no debe ser confundido con el celeste ni con el marino por lo tanto, con mayor o menor intensidad, este color es UNICO.

- Reglamento 8. 1.4 IAAF

REGLAS DE COMPETICIÓN IAAF 2014-2015

## SECCIÓN II - NORMAS GENERALES DE COMPETICIÓN

### ARTÍCULO 140

#### **La Instalación de Atletismo**

Cualquier superficie firme y uniforme que cumpla las especificaciones del Manual de la IAAF de Instalaciones de Atletismo, puede utilizarse para el atletismo en pista.

Las competiciones al aire libre desarrolladas según el Artículo 1.1(a) sólo pueden tener lugar en Instalaciones que dispongan de un vigente y válido Certificado de Instalaciones IAAF Clase 1. Se recomienda que cuando se disponga de Instalaciones de este tipo, también deben celebrarse en ellas las Competiciones al Aire Libre según el Artículo 1.1 (b) a (j), ambos inclusive.

En cualquier caso, se exigirá un Certificado de Instalaciones IAAF Clase 2 para todas las instalaciones destinadas a Competiciones al Aire Libre organizadas según el Artículo 1.1 (b) a (j) ambos inclusive.

*Nota 1: El Manual de la IAAF de Instalaciones de Atletismo, que está disponible en la Oficina de la IAAF o puede descargarse de la web de la IAAF, contiene descripciones más detalladas y precisas para la planificación y construcción de Instalaciones de Atletismo, incluyendo gráficos adicionales para la medición y marcaje de la pista.*

*Nota 2: Los impresos oficiales en vigor requeridos para ser utilizados para la solicitud de certificación y para el informe de medición, así como los Procedimientos del Sistema de Certificación están disponibles en la Oficina de la IAAF o pueden descargarse de la página web de la IAAF.*

*Nota 3: Para las Pruebas de Marcha en carretera, Carreras en carretera o recorridos de Campo a través/Carreras de montaña ver Artículos 230.10, 240.2, 240.3, 250.2, 250.3, 250.4 y 251.1.*

*Nota 4: Para la instalación de atletismo en Pista Cubierta ver Artículo 211.*

### ARTÍCULO 141

#### **Categorías de Edad y Sexo**

##### **Categorías de Edad**

1. Las Competiciones según las presentes Reglas pueden ser divididas en Grupos de edad según la siguiente clasificación:  
Juveniles chicos y chicas: Todo atleta con 16 ó 17 años el 31 de diciembre del año de la competición.

Júnior hombres y mujeres: Todo atleta con 18 ó 19 años el 31 de diciembre del año de la competición.

Veteranos/as: Todo atleta que ha cumplido 35 años

*Nota 1: Todos los temas relacionados con competiciones de Veteranos/as deben ser consultados en el Manual de la IAAF/WMA aprobado por los Consejos de la IAAF y de la WMA.*

*Nota 2: La elegibilidad, incluyendo las edades mínimas para participar en las Competiciones de la IAAF, estará sujeta a las Normativas Técnicas específicas.*

2. Un atleta será elegible para competir en una competición de un Grupo de edad según las presentes Reglas si está dentro del rango de edades especificado en la clasificación del Grupo de edad correspondiente. Un atleta deberá estar en disposición de demostrar su edad presentando un pasaporte válido u otro tipo de evidencia aceptable por las Normas de la competición. Un atleta que no presente o rechace presentar tal prueba no será elegible para competir.

#### **Categorías de Sexo**

3. Las Competiciones de acuerdo con las presentes Reglas se dividen en clasificaciones para hombres y mujeres.  
Cuando una Competición Mixta se organice fuera del Estadio o en cualquiera de los limitados casos expuestos en el Artículo 147, los resultados de la clasificación para hombres y mujeres deberían ser reflejados separadamente o ser indicado de alguna manera.
4. Un atleta será elegible para participar en las competiciones masculinas si está legalmente reconocido como de sexo masculino y si es elegible de conformidad con las Reglas y Reglamentos de la IAAF.
5. Una atleta será elegible para participar en las competiciones femeninas si está legalmente reconocida como de sexo femenino y si es elegible de conformidad con las Reglas y Reglamentos de la IAAF.
6. El Consejo aprobará el Reglamento que decida la elegibilidad para participar en las competiciones femeninas de
  - a) las mujeres que han cambiado de sexo (paso del sexo masculino al sexo femenino).
  - b) las mujeres afectadas de hiperandrogenismo.Un atleta que no cumpla o rechace cumplir con la Normativa aplicable, no será elegible para competir.

#### **ARTÍCULO 142**

##### **Inscripciones**

1. Las competiciones organizadas conforme a las Normas quedan limita-

das a los atletas elegibles (Ver Capítulo 2).

2. La elegibilidad de un atleta para competir fuera de su propio País es como se establece en el Artículo 4.2. Dicha elegibilidad se asumirá, a no ser que una objeción a su estatus sea hecha al/ los Delegado/s Técnico/s. (Véase también Artículo 146.1).

***Inscripciones simultáneas***

3. Si un atleta está inscrito en una carrera y un concurso, o en más de una prueba de concurso, que se efectúan simultáneamente, el respectivo Juez Árbitro puede, para una ronda de intentos, o para cada intento en Salto de Altura y con Pértiga, permitirle realizarlos en orden diferente del decidido por sorteo antes de iniciarse la competición. Sin embargo, si posteriormente un atleta no está presente para un intento, se considerará que "pasa" una vez que el tiempo permitido para el intento haya transcurrido.

***Abstención de participar***

4. En todas las Competiciones según el Artículo 1.1(a), (b), (c) y (f) exceptuando lo señalado más abajo, un atleta será excluido de participar en todas las ulteriores pruebas en la competición (incluidas las pruebas en las que esté participando simultáneamente), incluidos los relevos, en todos los casos en que:

- a) se haya dado una confirmación definitiva de que el atleta participaría en una prueba, pero luego no lo hizo.

*Nota: Deberá publicarse, con antelación una hora fija para la confirmación definitiva de participación.*

- b) un atleta se haya calificado en una ronda preliminar de un evento para participar en otra posterior, pero luego se abstiene de participar.

- c) un atleta no compite honestamente, con esfuerzo realizado con buena fe. El Juez Árbitro correspondiente decidirá sobre ello y deberá hacerse referencia del hecho en los resultados oficiales.

*Nota: La situación prevista en el Artículo 142.4.c no se aplicará a las pruebas individuales de las Pruebas Combinadas.*

Un certificado médico basado en un examen del atleta y emitido por el Delegado Médico designado de acuerdo con el Artículo 113 o, si ningún Delegado Médico ha sido designado, por el Médico Oficial del Comité Organizador puede ser aceptado como razón suficiente para admitir que el atleta no haya podido competir después de cerradas las confirmaciones, o después de competir en una eliminatoria previa, pero podrá tomar parte en otras pruebas (excepto pruebas individuales de

Pruebas Combinadas) en un día posterior de la competición. Otras razones justificadas (por ejemplo factores independientes de las acciones personales del atleta tales como problemas surgidos en el servicio oficial de transporte), pueden, después de confirmadas, ser aceptadas por el (los) Delegado (s) Técnico (s).

#### ARTÍCULO 143

##### **Vestuario, Zapatillas y Dorsales**

###### ***Vestimenta***

1. En todas las competiciones, los atletas deben usar vestimenta que esté limpia, diseñada y llevada de forma que no sea ofensiva. La vestimenta debe estar confeccionada con un material que no sea transparente ni aun estando mojado. Los atletas no podrán usar vestimenta que pueda estorbar la visión de los Jueces. La camiseta de los atletas debería llevar el mismo color delante y detrás.  
En todas las Competiciones organizadas según el Artículo 1.1 (a) (b), (c), (f) y (g) y cuando representen a sus Federaciones conforme a los Artículos 1.1 (d) y (h), los atletas deberán participar con el uniforme aprobado por su Federación Nacional. La Ceremonia de entrega de medallas y cualquier vuelta de honor se considerarán parte de la competición a estos efectos.

*Nota: La Federación Miembro correspondiente podrá especificar en la Normativa de una Competición que es obligatorio que el color de las camisetas de los atletas sea el mismo delante y detrás.*

###### ***Zapatillas***

2. Los atletas pueden competir con pies descalzos o con calzado en uno o los dos pies. El propósito de las zapatillas para competición es proporcionar protección y estabilidad a los pies y una firme adherencia sobre el suelo. Tales zapatillas, sin embargo, no deben estar construidas de tal modo que proporcionen al atleta una ayuda adicional injusta, incluyendo la incorporación de cualquier tecnología que dé al usuario una ventaja injusta. Está permitida una correa sobre el empeine. Todos los tipos de zapatillas de competición deben ser aprobados por la IAAF.

###### ***Número de clavos***

3. La suela y el tacón de las zapatillas estarán fabricados de modo que permitan el uso de hasta un máximo de 11 clavos. Se podrá utilizar cualquier número de clavos hasta 11 pero el número de posiciones de clavos no podrá exceder de 11.

**Tamaño de los clavos**

4. La parte de cada clavo que sobresalga de la suela o del tacón no debe exceder de 9 mm, excepto en salto de altura y lanzamiento de jabalina donde no puede exceder de 12 mm. El clavo deberá ser construido de manera que se pueda insertar, al menos en su mitad más próxima a la punta, en un calibre de sección cuadrada de 4mm.

**La suela y el tacón**

5. La suela y/o el tacón pueden tener acanaladuras, lomas, muescas o protuberancias, con tal que cualquiera de estas esté construida del mismo o similar material al básico de la propia suela.  
En Salto de Altura y en Salto de Longitud la suela deberá tener un espesor máximo de 13 mm y el tacón en salto de Altura deberá tener un espesor máximo de 19 mm. En cualquier otra prueba la suela y/o el tacón podrán tener cualquier espesor.  
*Nota: El espesor de la suela y del tacón será medido como la distancia entre el tope superior de la cara interior y el tope inferior de la cara exterior del tacón, teniendo en cuenta los elementos antes citados e incluyendo cualquier clase o forma de suela amovible.*

**Inserciones y añadidos en la zapatilla**

6. Los atletas no pueden emplear dispositivo alguno, dentro ni fuera de la zapatilla, que produzca el efecto de aumentar el espesor de la misma por encima del máximo permitido o que pueda proporcionar al usuario alguna ventaja que no obtendría con el tipo de zapatilla descrito en los párrafos precedentes.

**Dorsales**

7. Cada atleta deberá ir provisto de dos dorsales que, durante la competición, deberá llevar puestos de modo visible sobre el pecho y la espalda, excepto en los Saltos de Altura y con Pértiga donde podrá utilizar uno solo, en el pecho o la espalda. El dorsal deberá corresponder generalmente con el número asignado al atleta en la Lista de salida o en el Programa. Si se usan chándales durante la competición, los dorsales se deberán llevar en los mismos de manera similar. Tanto los nombres de los atletas como otra identificación adecuada en los dorsales serán permitidos en lugar de los números en uno o todos los dorsales.
8. Estos dorsales deben llevarse colocados tal como fueron entregados, sin cortes ni pliegues ni ocultamiento alguno. En las carreras de largas distancias los dorsales pueden perforarse para ayudar a la circulación del aire, pero las perforaciones no deben hacerse en los caracteres ni en las

- cifras que aparecen en ellos.
9. Donde se utilicen Sistemas de Foto-Finish, el Comité Organizador puede exigir que los atletas lleven números adicionales de tipo adhesivo en el costado del pantalón o parte inferior del cuerpo.
  10. No se permitirá a ningún atleta que tome parte en una competición si no ostenta el/los dorsal/es y/o identificación apropiados.

#### ARTÍCULO 144

##### **Asistencia a Atletas**

###### ***Indicación de tiempos parciales***

1. Los tiempos parciales y los oficiosos de los vencedores pueden anunciarse y/o exhibirse oficialmente. Fuera de eso, tales tiempos no deberán comunicarse a los atletas por personas situadas en el Área de Competición, sin la aprobación previa del Juez Árbitro correspondiente. Esta autorización solamente se concederá cuando no haya ningún marcador de tiempo visible por los atletas en el lugar pertinente y en las circunstancias en que estos tiempos sean dados a todos los atletas participantes en la carrera.

*Nota: El Área de Competición, que normalmente está delimitada por una barrera física, se define para este fin como el Área donde se desarrolla la competición y cuyo acceso está limitado a los atletas que están compitiendo y al personal autorizado de acuerdo con las pertinentes Reglas y Normativas.*

###### ***Prestación de asistencia***

2. Cualquier atleta que reciba o dé asistencia desde dentro del área de competición durante una prueba será advertido por el Juez Árbitro y avisado que si ello se repite, será descalificado de la prueba. Si posteriormente un atleta es descalificado en la prueba cualquier marca conseguida hasta ese momento no será considerada válida. Sin embargo, las marcas conseguidas en una ronda precedente de esa prueba serán consideradas válidas.
3. A los efectos de este Artículo, lo que se describe en los ejemplos siguientes debe considerarse asistencia, y, por lo tanto, no estará autorizado:
  - (a) marcar el paso en carreras por personas no participantes en la misma carrera, por atletas doblados o a punto de ser doblados o por cualquier clase de aparato técnico (diferentes de los autorizados en el Artículo 144.2 (d)).
  - (b) la posesión o uso de videos o magnetófonos, radios, CD, radio-transmisores, teléfonos portátiles u otros aparatos similares en el área de competición.

- 8.2.1 Deslinde Responsabilidad AMCHAM



**RESPONSABILIDAD DEL PARTICIPANTE**

Al inscribirse deberán firmar y aceptar el siguiente texto de responsabilidad del participante:

"Declaro bajo juramento que no padezco afecciones físicas adquiridas o congénitas, ni lesiones que pudieran ocasionar trastornos en mi salud condiciones de vida, como consecuencia de participar en la presente competencia. Asimismo, declaro bajo juramento que antes de realizar la competencia me he realizado un chequeo medico y me encuentro en condiciones físicas optimas para participar en la misma, como así también asumo todos los riesgos asociados con la participación en la presente competencia (caídas, contacto con otros participantes, consecuencias del clima, transito vehicular, condiciones del camino y/o cualquier otra clase de riesgo que se pudiera ocasionar).

Tomo conocimiento y acepto voluntariamente, que el Club de Corredores, La Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina, Matchcode, los sponsors y/o sus empresas controlantes, controladas o vinculadas NO toman a su cargo ni se responsabilizan por ningún tipo de indemnización, reclamo, costo, daño y/o perjuicio reclamado, causado por accidentes, muerte, incapacidad, daños materiales, físicos o psíquicos o morales, lucro cesante, causados a mi persona o a mis derechohabientes, con motivo y en ocasión directa o indirecta de la competencia en la que participaré.

Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos, libero al Club de Corredores, La Cámara de Comercio de los Estados Unidos en la República Argentina, Matchcode y a los sponsors, sus empresas vinculadas y sus representantes, directores, accionistas de todo y cualquier reclamo o responsabilidad de cualquier tipo que surja de mi participación en este evento aunque esta responsabilidad pueda surgir por negligencia o culposidad de parte de las personas nombradas en esta declaración, así como de cualquier extravío, robo y/o hurto de mis pertenencias antes, durante o después de la competencia, que pudiera sufrir. Como así también manifiesto que no serán responsables por incendios, cortocircuitos, robos, hurtos, caso fortuito, cualquiera fuera la causa que lo origine, daño en mi salud proveniente de riñas o peleas de terceros, daños en mi salud proveniente de afecciones físicas o no, que puedan acontecer con anterioridad, durante el transcurso o con posterioridad a la finalización de la competencia. Autorizo a los organizadores de la competencia y sponsors a utilizar, reproducir, distribuir y/o publicar fotografías, películas, videos, grabaciones y/o cualquier otro medio de registración de mi persona tomadas con motivo y en ocasión de la presente competencia, sin compensación económica alguna a favor del participante de la presente competencia." Los menores de 18 años deberán ser autorizados por sus padres o tutor.

- Nombre y Apellido Corredor \_\_\_\_\_
  - DNI Corredor \_\_\_\_\_
  - Contacto y Teléfono en Caso de Emergencia \_\_\_\_\_
- \_\_\_\_\_

**Firma Corredor**

- 8.2.2 Deslinde Responsabilidad New Balance

## New Balance Half Marathon - Edición 2012

### Reglamento

Fecha: 27-05-2012

Largada: Av. Figueroa Alcorta y Av. Sarmiento – Palermo.

Horario: 7:30 hs.

Límite de participantes: 4.000

Distancia: 21.097,5 mts

Valor de la inscripción:

Para corredores de Running Teams:

Desde el 12 de Marzo hasta el 12 de Abril \$ 100

Desde el 13 de Abril hasta el 21 de Mayo \$ 120

Para el resto de los corredores ( no pertenecientes a Running Teams )

Desde el 12 de Marzo hasta el 12 de Abril \$ 120

Desde el 13 de Abril hasta el 21 de Mayo \$ 140

Esta carrera de carácter competitivo está dirigida a quienes están dispuestos a afrontar el desafío de los 21 Km.

La edad mínima para participar es de 17 años cumplidos al 27/05/2012, En este caso solo podrán participar si la ficha de inscripción y el deslinde de responsabilidad es firmada por el padre, madre o tutor.

Los participantes de 18 años en adelante deberán firmar en forma personal la ficha de inscripción y el deslinde de responsabilidad.

### INSCRIPCIÓN

Se realizará desde el lunes 12 de Abril hasta el lunes 21 de Mayo, o hasta completar el cupo de 4000 participantes.

Los participantes que se inscriban en New Balance Half Marathon - Edición 2012 deberán confeccionar en forma personal una ficha de inscripción con todos los datos solicitados por la Organización. En caso de los menores de 18 años, la ficha deberá ser firmada por el padre ó tutor.

ES OBLIGATORIA LA PRESENCIA DEL D.N.I., C.I. O PASAPORTE QUE ACREDITE LA IDENTIDAD DE LA PERSONA, TANTO EN LA INSCRIPCIÓN COMO TAMBIEN PARA EL RETIRO DEL KIT. CASO CONTRARIO NO PODRÁN EFECTUARSE DICHOS TRÁMITES.

#### ENTREGA DE NUMEROS, REMERAS OFICIALES Y CHIPS

Los chips y KITS se entregarán los días miércoles 23 y jueves 24 de Mayo de 2012, en el horario de 10:00 a 20:00hs.

El lugar de la entrega se confirmará a partir del 1 Mayo

Todos los participantes de New Balance Half Marathon - Edición 2012 deberán presentarse en forma personal con la ficha de inscripción, el deslinde impreso y firmado, el comprobante de pago, su D.N.I y el certificado Médico del cual surja que se encuentra apto para participar en esta carrera

El día de la competencia no se entregará ningún KIT.

#### NÚMERO DE CORREDOR

Los participantes recibirán un número dentro del KIT. Es OBLIGATORIO llevarlo abrochado en el pecho durante toda la carrera. Sus partes no podrán ser ocultadas ni alteradas, si no se respetan dichas normas la Organización descalificará al corredor. El número de corredor es intransferible.

#### REMERA OFICIAL NEW BALANCE HALF MARATHON.

Con el KIT se entregará una remera oficial New Balance Half Marathon - Edición 2012 cuyo uso es OBLIGATORIO para todos los corredores, quedando exceptuados los participantes de ELITE.

La elección del talle estará sujeta a la disponibilidad del stock. No se harán cambios de talle durante y una vez finalizada a la entrega.

#### CORREDORES ELITE

La organización definió a su criterio un listado de corredores "ELITE" de acuerdo a sus marcas y trayectoria deportiva. Ellos ocuparán un lugar diferenciado en la largada.

Atendiendo a sus compromisos profesionales la organización los exime del uso de la remera oficial.

#### CLASIFICACIÓN Y "CHIP CONTROL"

Para la clasificación en New Balance Half Marathon - Edición 2011 se usará un sistema automático de cronometraje mediante un chip identificador que el corredor deberá llevar durante toda la carrera, de la forma en que le sea indicado. Computadoras en la largada, llegada y otros puntos del circuito leerán el código del chip.

El "tiempo oficial" de cada corredor, será tomado desde que se inicia la competencia hasta el momento de cruzar el arco de llegada. A su vez se brindará información complementaria del "tiempo neto". De esta forma, todos los corredores tienen la posibilidad de conocer su tiempo exacto de carrera sin importar su ubicación en relación a la línea de largada. Es importante aclarar que de acuerdo al Reglamento Internacional IAAF – Art. 240 – la clasificación se realizará en base al "tiempo oficial" que brinda este sistema.

Es necesario aclarar que dado que el sistema electrónico utilizado para la toma de tiempos tiene un porcentaje menor de errores, producto de la colisión entre lecturas, es

posible que algunas lecturas se pierdan.

El uso del chip es OBLIGATORIO para todos los participantes.

- No olvides tu chip.
- No lo cambies con el de otro corredor.
- No lo coloques en otro lugar que no sea el indicado por la organización.
- Devuélvelo al haber finalizado la carrera.

#### DEVOLUCION DEL CHIP

El chip lo recibirás en carácter de préstamo y se activará solo en esta competencia. Una vez finalizada la misma todos los participantes se deben comprometer a devolver el chip que recibieron en carácter de préstamo. Personal del evento estará recibiendo los chips en los corrales de devolución. En caso de extravío o no devolución del mismo el corredor deberá abonar a la organización la suma de \$70 (setenta pesos).

Nota: Si por alguna razón no pudiste asistir a la carrera podrás devolver tu chip en Malabia 2137, 1º piso F – Buenos Aires o llamando al: (011) 4833-1952 en el horario de 10:00 a 18:00hs.

#### RECOMENDACIONES GENERALES

Al recibir el sobre que contiene el chip, verificá que el número del mismo coincida con tu número de corredor asignado en los listados.

**TODO CORREDOR QUE CRUCE LA LÍNEA DE LLEGADA SIN SU CHIP NO SERÁ REGISTRADO EN LOS RESULTADOS OFICIALES. ESTA CLÁUSULA ES INAPELABLE.**

En caso de ausencia del participante la Organización no reintegrará las sumas abonadas en concepto de inscripción.

Esta terminantemente prohibido que los participantes inscriptos realicen el recorrido con acompañantes (salvo categoría no vidente), menores, animales, cochecitos con bebés, etc. A su vez no podrán utilizar bicicletas, patines, etc. en ningún tramo del circuito.

#### ENTRADA EN CALOR Y LARGADA

A partir de las 6:30 hs, ningún participante podrá permanecer ni realizar la entrada en calor por delante de la línea de partida. El corredor que no respete esta indicación, será descalificado de la prueba sin previo aviso.

El corredor deberá pasar por debajo del arco de Largada-Llegada y por el recorrido especialmente marcado. Si pasara por algún lugar no estipulado en el recorrido de este

Reglamento, no obtendrá su tiempo y puesto en la competencia, deslindando de toda responsabilidad a la Organización.

El recorrido estará señalizado en cada KM sobre el asfalto además de carteles indicadores

ATENCIÓN: El evento no se suspende por lluvia!

#### SECTORES DE LARGADA

Para facilitar la largada y que se pueda correr junto a otros competidores que lleven el mismo ritmo, se dispondrán distintos sectores de largada ordenados de acuerdo al tiempo que el participante defina en el momento de inscribirse. De esta manera contaremos con una mejor organización, determinando 7 sectores para que se ubiquen en el que corresponda.

Se le entregará a cada Atleta según su tiempo estimado pulseras indicadoras de los sectores de partida.

NOTA: Si en el momento de completar la ficha de inscripción no puso el tiempo que estima hacer largará del último sector

Sector 1: Elite

Sector 2: 1h 20 min

Sector 3: 1h 30 min

Sector 4: 1h 40 min

Sector 5: 1h 50 min

Sector 6: 2 horas

Sector 7: + de 2 horas

#### SERVICIOS

#### HIDRATACIÓN

Estarán distribuidos varios puestos de hidratación en el recorrido como en la llegada

#### BAÑOS QUÍMICOS Y GUARDARROPAS

Habrán suficientes baños químicos y guardarropas en función de la dimensión del evento.

Se ubicarán cerca del punto de partida, muy visibles para los participantes.

Todo corredor que necesite guardar sus pertenencias deberá presentar su Número de Participante. No se recibirán "prendas sueltas". La Organización y los sponsors no se

responsabilizan por los objetos guardados en los guardarropas, ya que se trata de un servicio de cortesía. Recomendamos no llevar elementos de valor.

#### ESTACIONAMIENTO

Está terminantemente prohibido estacionar en las calles donde se estará llevando a cabo la competencia.

#### CONTROLES DE RUTA

Adicionalmente al sistema de chip mencionado para New Balance Half Marathon - Edición 2012 contaremos con un estricto control de ruta efectuado por supervisores y banderilleros, de esta manera se podrá detectar cualquier fraude y descalificar a quien incurriera en falta.

#### SERVICIO MÉDICO

Un servicio médico con ambulancias y motocicletas especialmente equipadas acompañará el desarrollo de la competencia.

#### SEGURO DE VIDA

Todo participante oficialmente inscripto en New Balance Half Marathon - Edición 2012 cuenta con un seguro de vida como participante.

#### CATEGORÍAS:

GENERAL MASCULINA Y GENERAL FEMENINA

GENERAL MASCULINA Y GENERAL FEMENINA SILLA DE RUEDAS

GENERAL MASCULINA Y GENERAL FEMENINA DISCAPACITADOS MOTRICES

GENERAL MASCULINA Y GENERAL FEMENINA NO VIDENTES (pertenecen a esta categoría los disminuidos visuales que deberán utilizar durante todo el recorrido en forma obligatoria un cobertor color negro que será provisto por la organización)

#### TABLA DE CATEGORIAS POR EDADES MASCULINA Y FEMENNA

- 17 a 19 años
- 20 a 29 años
- 30 a 34 años
- 35 a 39 años
- 40 a 44 años

- 45 a 49 años
- 50 a 54 años
- 55 a 59 años
- 60 a 64 años
- Más de 65 años

**PREMIOS GENERALES:**

**TABLA DE PREMIACIÓN PARA LOS 5 PRIMEROS ATLETAS DE LA CLASIFICACIÓN GENERAL:**

- 1) MASCULINA Y FEMENINA
- 2) SILLAS DE RUEDA MASCULINA Y SILLA DE RUEDA FEMENINA
- 3) NO VIDENTES MASCULINA Y NO VIDENTES FEMENINA (pertenecen a esta categoría los disminuidos visuales que deberán utilizar durante todo el recorrido en forma obligatoria un cobertor color negro que será provisto por la organización)
- 4) DISCAPACITADOS MOTRICES MASCULINA Y DISCAPACITADOS MOTRICES FEMENINA

1 PUESTO	\$ 800 EN EFECTIVO	TROFEO	PRODUCTOS NEW BALANCE
2 PUESTO	\$ 600 EN EFECTIVO	TROFEO	PRODUCTOS NEW BALANCE
3 PUESTO	\$ 400 EN EFECTIVO	TROFEOS	PRODUCTOS NEW BALANCE
4 PUESTO	\$ 300 EN EFECTIVO	TROFEO	PRODUCTOS NEW BALANCE
5 PUESTO	\$ 200 EN EFECTIVO	TROFEO	PRODUCTOS NEW BALANCE

**PREMIOS POR CATEGORÍAS:**

SE ENTREGARÁN TROFEOS AL LOS 3 PRMEROS ATLETAS DE CADA CATEGORÍA MASCULINA Y FEMENINA POR EDADES

MEDALLAS: SE ENTREGARÁN MEDALLAS A TODOS LOS PARTICIPANTES QUE FINALICEN EL RECORRIDO.

## RESULTADOS

Los resultados estarán disponibles en [www.newbalancehalfmarathon.com](http://www.newbalancehalfmarathon.com) , en [www.tmxteam.com.ar](http://www.tmxteam.com.ar) y en [www.sportsfacilities.com.ar](http://www.sportsfacilities.com.ar) partir del 27 de Mayo 2012

## RESPONSABILIDADES DEL PARTICIPANTE

Al inscribirse deberá firmar y aceptar el reglamento y el siguiente texto de responsabilidad del participante:

Declaro bajo juramento que no padezco afecciones físicas adquiridas o congénitas, ni lesiones que pudieran ocasionar trastornos en mi salud o condiciones de vida, como consecuencia de participar en la presente competencia. Asimismo, declaro bajo juramento que antes de realizar la competencia me he realizado un chequeo médico y me encuentro en condiciones físicas óptimas para participar en la misma, como así también asumo todos los riesgos asociados con la participación en la presente competencia (caídas por cualquier motivo contacto con otros participantes, consecuencias del clima, tránsito vehicular, condiciones del camino y/o cualquier otra clase de riesgo que se pudiera ocasionar).

Tomo conocimiento y acepto voluntariamente, que TMX SRL , Sportsfacilities SRL ,Sports Icon S.A, los sponsors y auspiciantes y/o sus empresas contratadas o vinculadas NO toman a su cargo ni se responsabilizan por ningún tipo de indemnización, reclamo, costo, daño y/o perjuicio reclamado, incluyendo y no limitado a, daños por accidentes, daños materiales, físicos o psíquicos o morales, lucro cesante, causados a mi persona o a mis derechohabientes, con motivo y en ocasión de la actividad física en la que participaré.

Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos, libero a TMX SRL, Sportsfacilities SRL, Sports Icon S.A, los sponsors y auspiciantes, sus empresas vinculadas y sus representantes, directores, gerentes, accionistas de todo y cualquier reclamo o responsabilidad de cualquier tipo que surja de mi participación en esta competencia, así como de cualquier extravío, robo y/o hurto que pudiera sufrir. Como así también manifiesto que no serán responsables por incendios, cortocircuitos, robos, hurtos, caso fortuito, cualquiera fuera la causa que lo origine, daño en mi salud proveniente de riñas o peleas de terceros, daños en mi salud proveniente de afecciones físicas o no, que puedan acontecer con anterioridad, durante el transcurso o con posterioridad a la finalización de la competencia.

Autorizo a TMX SRL, Sportsfacilities SRL, Sports Icon S.A y sponsors en forma conjunta o individualmente a utilizar, reproducir, distribuir y/o publicar fotografías, películas, videos, grabaciones y/o cualquier otro medio de registración de mi persona tomadas con motivo y en ocasión de la presente competencia, sin compensación económica alguna a favor del participante de la presente competencia.

Entiendo que la organización podrá suspender o prorrogar fechas sin previo aviso, incluso incrementar o reducir la cantidad de inscripciones en función de las necesidades o la disponibilidad técnica o estructural.

La organización podrá suspender el evento por cuestiones climáticas, de seguridad pública, actos públicos, vandalismo y/o razones de fuerza mayor.

La organización no reembolsará el importe de la inscripción a los participantes que decidan no participar una vez inscriptos, cualquiera sea el motivo.

La participación en esta carrera implica su responsabilidad por los datos suministrados, su aceptación plena del reglamento, y el pago de los gastos de inscripción.

Todo reclamo acerca del resultado parcial o final de la competencia deberá presentarse por escrito al director técnico del evento dentro de los 30 minutos posteriores a su comunicación.

No podrán participar en el evento aquellos atletas que se encuentren suspendidos, o en cuya contra se hubiera comprobado el uso de sustancias prohibidas, o que estén cumpliendo cualquier clase de pena inhabilitante impuesta por Confederaciones o Federaciones que se encuentre en vigencia al momento del evento.

Me comprometo a devolver una vez finalizada la prueba, el chip que he recibido de TMX SRL y Sportsfacilities S.A en carácter de préstamo. En caso de extravío, no devolución o no utilización del mismo, abonaré a TMX SRL y Sportsfacilities la suma de \$70 (setenta pesos).

La edad para participar en el Half Marathon de New Balance 2012 es de 17 años cumplidos al 27/05/2012, debiendo solo en este caso firmar la ficha de inscripción su padre, madre o tutor.

He leído y acepto el reglamento de la carrera que se entrega junto a la ficha de inscripción.

Firma:

Aclaración:

- 8.2.3 Deslinde de Responsabilidad *Mizuno*

Por favor imprimir y llevar este ticket con vos.

<b>MIZUNO HALF MARATHON</b>		  <b>5864862302</b> Natalia Gelfman
FECHA Y HORA	LUGAR	
<b>domingo, 9 de Junio de 2013, 07:30 hs</b>	<b>Vicente López, Buenos Aires, Argentina</b>	
PARTICIPANTE		
<b>Natalia Gelfman</b>		
TICKET		
<b>Gratuito</b>		

### Información Adicional

#### RESPONSABILIDADES DEL PARTICIPANTE

Al inscribirse deberá firmar y aceptar el reglamento y el siguiente texto de responsabilidad del participante:

Declaro bajo juramento que no padezco afecciones físicas adquiridas o congénitas, ni lesiones que pudieran ocasionar trastornos en mi salud o condiciones de vida, como consecuencia de participar en la presente competencia. Asimismo, declaro bajo juramento que antes de realizar la competencia me he realizado un chequeo médico y me encuentro en condiciones físicas óptimas para participar en la misma, como así también asumo todos los riesgos asociados con la participación en la presente competencia (caídas por cualquier motivo contactado con otros participantes, consecuencias del clima, tránsito vehicular, condiciones del camino y/o cualquier otra clase de riesgo que se pudiera ocasionar).

Como conocimiento y acepto voluntariamente, que TMX SRL, los sponsors y auspiciantes y/o sus empresas contratadas o vinculadas NO toman a su cargo ni se responsabilizan por ningún tipo de indemnización, reclamo, costo, daño y/o perjuicio reclamado, incluyendo y no limitado a, daños por accidentes, daños materiales, físicos o psíquicos o morales, lucro cesante, causados a mi persona o a mis derechos habientes, con motivo y en ocasión de la actividad física en la que participaré.

Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos, libero a TMX SRL, los sponsors y auspiciantes, sus empresas vinculadas y sus representantes, directores, gerentes, accionistas de todo y cualquier reclamo o responsabilidad de cualquier tipo que surja de mi participación en esta competencia, así como de cualquier extravío, robo y/o hurto que pudiera sufrir. Como así también manifiesto que no seré responsable por incumplimientos, cortocircuitos, robos, hurtos, caso fortuito, cualquiera fuera la causa que lo origine, daño en mi salud proveniente de rías o pelotas de terceros, daños en mi salud proveniente de afecciones físicas o no, que puedan acontecer con anterioridad, durante el transcurso o con posterioridad a la finalización de competencia.

Autorizo a TMX SRL y sponsors en forma conjunta o individualmente a utilizar, reproducir, distribuir y/o publicar fotografías, películas, videos, grabaciones y/o cualquier otro medio de registro de mi persona tomadas con motivo y en ocasión de la presente competencia, sin compensación económica alguna a favor del participante de la presente competencia.

Entiendo que la organización podrá suspender o prorrogar fechas sin previo aviso, incluso incrementar o reducir la cantidad de inscripciones en función de las necesidades o la disponibilidad técnica o estructural.

La organización podrá suspender el evento por cuestiones climáticas, de seguridad pública, actos públicos, vandalismo y/o razones de fuerza mayor.

La organización no reembolsará el importe de la inscripción a los participantes que decidan no participar una vez inscriptos, cualquiera sea el motivo.

La participación en esta carrera implica su responsabilidad por los datos su ministrados, su aceptación plena del reglamento, y el pago de los gastos de inscripción.

Todo reclamo acerca del resultado parcial o final de la competencia deberá presentarse por escrito al director técnico del evento dentro de los 30 minutos posteriores a su comunicación.

No podrán participar en el evento aquellos atletas que se encuentren suspendidos, o en cuya contra se hubiera comprobado el uso de sustancias prohibidas, o que estén cumpliendo cualquier clase de pena inhabilitante impuesta por Confederaciones o Federaciones que se encuentren en vigencia al momento del evento.

Me comprometo a devolver una vez finalizada la prueba, el chip que he recibido de TMX SRL en carácter de préstamo. En caso de extravío, no devolución o no utilización del mismo, abonaré a TMX SRL la suma de \$70 (setenta pesos).

La edad para participar en MIZUNO HALF MARATHON edición 2013 es de 17 años cumplidos al 02/06/2013, debiendo solo en este caso firmar la ficha de inscripción su padre, madre o tutor.

He leído y acepto el reglamento de la carrera que se entrega junto a la ficha de inscripción.

Firma:

Aclaración:

### Información Participante

**DNI**

**31343949**

**Presento certificado médico en:**

Acreditación  
**Fecha de Nacimiento**  
23/11/1984  
**Edad**  
28  
**Sexo**  
Femenino  
**Soy del Running Team de:**  
Ninguno  
**Categorías**  
General Damas  
**Espero correr MIZUNO HALF MARATHON en:**  
Entre 1h 40 min y 1h 50 min  
**Domicilio**  
**Calle:** -  
**Ciudad:** -  
**Cód. Postal:** -  
**Estado/Provincia:** -  
**País:** -  
**Teléfono móvil - Sin el "15" con código de área ( Ejemplo: 1140221670)**  
-  
**Compania de celular**  
-  
**Cobertura Médica**  
-  
**Nº de Afiliado**  
-  
**Nombre del Contacto en caso de Emergencia**  
hugo  
**Teléfono móvil**  
1542562358  
**Acepto Responsabilidad**  
SI

- 8.2.4 Deslinde Responsabilidad *Universidad de Palermo*



10km | COMPETITIVO  
4km | INTEGRATIVO



## Ficha de Inscripción

Nº

**!** Por favor, rellenar el siguiente formulario y luego imprimirlo.

4km 10km

Apellido y Nombre: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_\_

Fecha de nacimiento: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Sexo: M  F  D.N.I.: \_\_\_\_\_

### Persona con quién contactarse ante una emergencia:

Apellido y Nombre: \_\_\_\_\_

Teléfono: \_\_\_\_\_

• La entrega del KIT al corredor o tercero será a partir del día miércoles 28 de septiembre al viernes 30 de septiembre en el horario 10:00 a 20:00 hs. y el sábado 1 de octubre de 10:00 a 14:00 hs., en la sede de la Universidad de Palermo, Departamento de Maratón UP, ubicado en Mario Bravo 1050, Planta baja.

• Es indispensable que este formulario se entregue con fotocopia de DNI.

#### RESPONSABILIDAD DEL PARTICIPANTE:

Al inscribirse deberán firmar y aceptar el siguiente texto de responsabilidad del participante:

"Declaro bajo juramento que no padezco afecciones físicas adquiridas o congénitas, ni lesiones que pudieran ocasionar trastornos en mi salud o condiciones de vida, como consecuencia de participar en la presente competencia. Asimismo, declaro bajo juramento que antes de realizar la competencia me he realizado un chequeo médico y me encuentro en condiciones físicas óptimas para participar en la misma, como así también asumo todos los riesgos asociados con la participación en la presente competencia (caídas, contacto con otros participantes, consecuencias del clima, tránsito vehicular, condiciones del camino y/o cualquier otra clase de riesgo que pudiera ocasionar).

Tomo conocimiento y acepto voluntariamente, que la Universidad de Palermo, los sponsors y/o sus empresas controlantes, controladas o vinculadas NO toman a su cargo ni se responsabilizan por ningún tipo de indemnización, reclamo, costo, daño y/o perjuicio reclamado, incluyendo y no limitado a daños por accidentes, daños materiales, físicos o psíquicos o morales, lucro cesante, causados a mi persona o a mis derechohabientes, con motivo y en ocasión de la competencia en la que participaré.

Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos, libero a la Universidad de Palermo y a los sponsors, sus empresas vinculadas y sus representantes, directores, accionista de todo y cualquier reclamo o responsabilidad de cualquier tipo que surja de mi participación en este evento aunque esta responsabilidad pueda surgir por negligencia o culpa de parte de las personas nombradas en esta declaración, así como de cualquier extravío, robo y/o hurto que pudiera sufrir. Como así también manifiesto que no seré responsable por incendios, cortocircuitos, robos, hurtos, caso fortuito, cualquiera fuera la causa que lo origine, daño en mi salud proveniente de riñas o peleas de terceros, daños en mi salud proveniente de afecciones físicas o no, que puedan acontecer con anterioridad, durante el transcurso o con posterioridad a la finalización de la competencia. Autorizo a los organizadores de la competencia y sponsors a utilizar, reproducir, distribuir y/o publicar fotografías, películas, videos, grabaciones y/o cualquier otro medio de registración de mi persona tomadas con motivo y en ocasión de la presente competencia, sin compensación económica alguna a favor del participante de la presente competencia."

Los menores de 18 años deberán ser autorizados por sus padres o tutor.

He leído y aceptado el reglamento de la maratón.

Fecha: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

\_\_\_\_\_  
FIRMA Y ACLARACION

- 8.2.5 Deslinde Responsabilidad Maratón de Buenos Aires



## DESLINDE DE RESPONSABILIDADES

### 42K MARATÓN DE BUENOS AIRES 2014

Declaro estar médicamente apto y adecuadamente entrenado para participar de esta prueba. Aceptaré cualquier decisión de un oficial de la carrera relativa a mi capacidad de completar con seguridad la prueba. Asumo todos los riesgos asociados con participar en esta carrera incluyendo, pero no limitado a caídas; contacto con los participantes, las consecuencias del clima, incluyendo temperatura y/o humedad, tránsito vehicular y condiciones del camino, todos los riesgos conocidos y apreciados por mí. Habiendo leído esta declaración y conociendo estos hechos y considerando su aceptación en participar en la carrera, yo, en mi nombre y el de cualquier persona que actúe en mi representación, libero a los organizadores de la prueba, voluntarios, Gobierno de la ciudad de Buenos Aires y Sponsors, sus representantes y sucesores de todo reclamo y responsabilidad, de cualquier tipo que surja de mi participación en este evento aunque esta responsabilidad pueda surgir por negligencia o culpa de parte de las personas nombradas en esta declaración, así como de cualquier extravío, robo y/o hurto que pudiera sufrir. Entiendo que la organización podrá suspender o prorrogar fechas sin previo aviso, incluso incrementar o reducir la cantidad de inscripciones en función de las necesidades o la disponibilidad técnica o estructural. Acepto y entiendo el reglamento de este evento y cumplo bajo mi firma todos los requisitos básicos y obligatorios para el retiro del kit. Al aceptar el reglamento tomo conocimiento y acepto voluntariamente el procedimiento de premiación y división de categorías. Comprendo que los talles de remeras y las pulseras o identificaciones de tiempo de largada, están sujetos al stock disponibles al momento del retiro del kit. Autorizo a la organización y Sponsors al uso de fotografías, películas, videos, grabaciones y cualquier otro medio de registro de este evento para cualquier uso legítimo, sin compensación económica alguna.

Número de Dorsal / Bib Number:

NOMBRE Y APELLIDO/FULL NAME: \_\_\_\_\_

FECHA DE RETIRO DE KIT/PACKET PICK-UP DATE: \_\_\_\_\_

DNI/CI/PASSPORT: \_\_\_\_\_

FIRMA/SIGNATURE: \_\_\_\_\_

#### INFORMACIÓN OBLIGATORIA / MANDATORY FIELDS:

TELÉFONO PARA CONTACTO DE EMERGENCIA/EMERGENCY PHONE No.: \_\_\_\_\_

NOMBRE CONTACTO DE EMERGENCIA/EMERGENCY CONTACT PERSON: \_\_\_\_\_

- 8.3 Revistas

- Runner's Argentina, N ° 1, Septiembre de 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 41, 43, 89.
- Runner's Argentina, N ° 2, Octubre de 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 75-79.
- Runner's Argentina, N ° 3, Noviembre de 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 10, 12, 51, 53,55.
- Runner's Argentina, N° 4, Diciembre de 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 78.
- Runner's Argentina, N° 5, Enero de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa.
- Runner's Argentina, N° 6, Febrero de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa.
- Runner's Argentina, N° 7, Marzo de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa.
- Runner's Argentina, N° 8, abril de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa.
- Runner's Argentina, N° 9, Mayo de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 12.
- Runner's Argentina, N° 10, Junio de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 33,35, 64-67.
- Runner's Argentina, N ° 11, Julio de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 90.
- Runner's Argentina, N ° 12, Agosto de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 26, 49.
- Runner's Argentina, N ° 13, Septiembre de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp.24, 91, 93.
- Runner's Argentina, N ° 14, Octubre de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 22, 81.
- Runner's Argentina, N ° 15, Noviembre de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 22.
- Runner's Argentina, N ° 16, Diciembre de 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 66, 69.
- O2 N °1, Diciembre/Enero 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa.
- O2 N °2, Marzo/Abril 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 22-25, 34, 50, 80.

- O2, N° 3, Mayo/Junio 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 46,48, 82.
- O2, N °4, Julio/Agosto 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 16, 46,63-65, 69.
- O2, N° 5, Septiembre/Octubre 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 36,58, 82.
- O2, N° 6, Noviembre/Diciembre 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 36.
- O2, N° 7, Marzo/Abril 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 50.
- O2, N° 8, Agosto/Septiembre 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 24.
- O2, N° 9, Octubre/Noviembre 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa, 47.54.
- LNCorre, N° 1,19 de julio del 2013. Buenos Aires, Argentina, pp. tapa.
- LNCorre, N° 3, 25 de abril del 2014. Buenos Aires, Argentina, pp. 40.
- LNCorre, N° 4, 29 de agosto del 2014. Buenos Aires, Argentina, pp.30.
- LNCorre, N°5, 31 de octubre de 2014. Buenos Aires, Argentina, pp.36, 37, 46.
- LNCorre, N° 6, 21 de abril del 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. 36.
- LNCorre, N° 7, 31 de julio del 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. 30.
- LNCorre, N° 8, 30 de octubre del 2015. Buenos Aires, Argentina, pp. 30,37.

## 9 Anexo

- 9.1 Tablas Maratón y medio maratón 2015-2007 <sup>94</sup>

### Maratón 2015

Total 2015	8743	%
Total F	1956	22,4
Total M	6787	77,6
F hasta 30	230	11,8
F hasta 40	740	37,8
F hasta 50	766	39,2
F hasta 60	193	9,87
F hasta 70	25	1,28
F más de 70	2	0,1
M hasta 30	850	12,5
M hasta 40	2390	35,2
M hasta 50	2413	35,6
M hasta 60	927	13,7
M hasta 70	194	2,86
M más de 70	13	0,19

### Maratón 2014

Total 2014	7871	%
Total F	1705	21,66
Total M	6166	78,34
F hasta 30	189	11,09
F hasta 40	659	38,65
F hasta 50	655	38,42
F hasta 60	181	10,62
F hasta 70	20	1,17
F más de 70	1	0,06
M hasta 30	788	12,78
M hasta 40	2111	34,24
M hasta 50	2261	36,67
M hasta 60	865	14,03
M hasta 70	137	2,22
M más de 70	4	0,06

<sup>94</sup> Elaboración propia en base a información obtenida en la Fundación Ñandú para todas las tablas. Se contabiliza el total de corredores que llegaron a la meta de la categoría general, no el total de los inscriptos.

### Maratón 2013

Total 2013	7271	%
Total F	1495	20,56
Total M	5776	386,35
F hasta 30	182	12,17
F hasta 40	575	38,46
F hasta 50	556	37,19
F hasta 60	165	11,04
F hasta 70	17	1,14
F más de 70	0	0
M hasta 30	717	12,41
M hasta 40	1953	33,81
M hasta 50	2074	35,91
M hasta 60	893	15,46
M hasta 70	127	2,2
M más de 70	4	0,07

### Maratón 2012

Total 2012	6212	%
F 2012	1148	18,48
M 2012	5064	81,52
F hasta 30	135	11
F hasta 40	430	37
F hasta 50	436	37
F hasta 60	122	10
F hasta 70	12	1
F más de 70	1	0,09
M hasta 30	595	11
M hasta 40	1733	34
M hasta 50	1779	35
M hasta 60	789	15
M hasta 70	137	2
M más de 70	14	0,28

### Maratón 2011

Total 2011	7238	%
F 2011	1373	18,97
M 2011	5865	81,03
F hasta 30	186	13
F hasta 40	528	38
F hasta 50	496	36
F hasta 60	134	9
F hasta 70	16	1
F más de 70	7	
M hasta 30	657	11
M hasta 40	2077	35
M hasta 50	2076	35
M hasta 60	882	15
M hasta 70	146	2
M más de 70	14	0,24

### Maratón 2010

Total 2010	5094	%
F 2010	860	16,88
M 2010	4232	83,08
F hasta 30	112	13
F hasta 40	353	41
F hasta 50	311	36
F hasta 60	76	8
F hasta 70	6	0,7
F más de 70	2	0,23
M hasta 30	473	11
M hasta 40	1540	36
M hasta 50	1496	35
M hasta 60	621	14
M hasta 70	93	2
M más de 70	8	0,19

### Maratón 2009

Total 2009	3684	%
F 2009	480	13
M 2009	3204	86
F hasta 30	69	14,38
F hasta 40	204	42,5
F hasta 50	165	34,38
F hasta 60	39	8,13
F hasta 70	3	0,63
F más de 70	0	0
M hasta 30	397	12
M hasta 40	1155	36
M hasta 50	1118	34
M hasta 60	462	14
M hasta 70	57	1
M más de 70	15	0,47

### Maratón 2008

Total 2008	3387	%
F 2008	448	13
M 2008	2939	86
F hasta 30	70	15,63
F hasta 40	187	41
F hasta 50	157	35
F hasta 60	33	7
F hasta 70	1	0,22
F más de 70	0	0
M hasta 30	386	13
M hasta 40	1039	35
M hasta 50	1045	35
M hasta 60	395	13
M hasta 70	70	2
M más de 70	4	0,14

### Maratón 2007

Total 2007	3167	%
F 2007	434	13,7
M 2007	2733	86,3
F hasta 30	90	20
F hasta 40	177	40
F hasta 50	132	30
F hasta 60	31	7
F hasta 70	4	0,92
F más de 70	0	0
M hasta 30	309	11
M hasta 40	972	35
M hasta 50	960	35
M hasta 60	417	15
M hasta 70	67	2
M más de 70	7	0,26

### Medio Maratón 2015

Total 2015	19051	%
Total F	5976	31,37
Total M	13075	68,63
F hasta 30	901	15,08
F hasta 40	2180	36,48
F hasta 50	2151	35,99
F hasta 60	640	10,71
F hasta 70	79	1,32
F más de 70	9	0,15
M hasta 30	2180	16,67
M hasta 40	4367	33,4
M hasta 50	4218	32,26
M hasta 60	1861	14,23
M hasta 70	367	2,81
M más de 70	36	0,28

### Medio Maratón 2014

Total 2014	15069	%
Total F	4652	30,87
Total M	10417	69,13
F hasta 30	704	15,13
F hasta 40	1676	36,03
F hasta 50	1668	35,86
F hasta 60	527	11,33
F hasta 70	68	1,46
F más de 70	9	0,19
M hasta 30	1707	16,39
M hasta 40	3613	34,68
M hasta 50	3277	31,46
M hasta 60	1490	14,3
M hasta 70	305	2,93
M más de 70	25	0,24

### Medio Maratón 2013

Total 2013	14475	%
Total F	4309	29,77
Total M	10166	70,23
F hasta 30	880	20,42
F hasta 40	1543	35,81
F hasta 50	1422	33
F hasta 60	399	9,26
F hasta 70	47	1,09
F más de 70	2	0,05
M hasta 30	2019	19,86
M hasta 40	3435	33,79
M hasta 50	3062	30,12
M hasta 60	1332	13,1
M hasta 70	251	2,47
M más de 70	21	0,21

### Medio Maratón 2012

Total 2012	14487	%
F 2009	4161	28,72
M 2009	10326	71,28

### Medio Maratón 2011

Total 2011	13052	%
F 2011	3551	27,21
M 2011	9405	72,06
F hasta 30	489	13
F hasta 40	1374	38
F hasta 50	1287	36
F hasta 60	347	9
F hasta 70	44	1
F más de 70	10	0,28
M hasta 30	1444	15
M hasta 40	3246	34
M hasta 50	3055	32
M hasta 60	1356	14
M hasta 70	272	2
M más de	32	0,34

Medio Maratón 2010

Total 2010	7323	%
F 2010	1805	24,65
M 2010	5518	75
F hasta 30	254	14
F hasta 40	719	39
F hasta 50	622	34
F hasta 60	194	10
F hasta 70	14	0,78
F más de 70	0	0
M hasta 30	814	14
M hasta 40	1923	34
M hasta 50	1836	33
M hasta 60	789	14
M hasta 70	136	2
M más de 70	11	0,2

Medio Maratón 2009

Total 2009	3853	%
F 2009	1060	27,51
M 2009	2792	72
F hasta 30	177	16
F hasta 40	410	38
F hasta 50	345	32
F hasta 60	115	10
F hasta 70	12	1
F más de 70	1	0,09
M hasta 30	504	18
M hasta 40	943	33
M hasta 50	879	31
M hasta 60	376	13
M hasta 70	66	2
M más de 70	25	0,9

• Anexo 9. 2 Captura de Pantalla de la Cuenta Oficial de Twitter de Nike argentina

 **Nike Corre Argentina**   
@nikecorre\_ar 

WeRunBuenosAires2012. Cupos agotados en tiempo record, recibirán los mails de confirmación en las próximas horas. #WERUNBUE.

4:21 PM - 13 Nov 2012

13 RETWEETS   

 **Nike Corre Argentina**   
@nikecorre\_ar 

Nuestra comunidad de corredores se ha incrementado catorce veces respecto del año pasado. (cont.)

4:26 PM - 13 Nov 2012

4 RETWEETS   

 **Nike Corre Argentina**   
@nikecorre\_ar 

Debido al fanatismo expresado por la We Run Buenos Aires 2012 hemos estado experimentado problemas en el sistema de inscripción. (cont.)

4:26 PM - 13 Nov 2012

2 RETWEETS   

- Anexo 9.3.1 “Tierra de Desafíos” (año 2016). Carrera organizada por Sportfacilities



- Anexo 9.3.2 “Circuito de las estaciones” (año 2014) Carrera organizada por Sportfacilities



- Anexo 9.3.3 Flyer de Sportfacilities

21K sudamericano PERFORMANCE

FLORIANÓPOLIS BUENOS AIRES SÃO PAULO

Muchas razones para superarse.

**MEDIA DE B' Aires**  
RECORRIDO ENCANTADOR  
19 Abril 15

**MEDIA DE FLORIPA**  
La media más hermosa  
14 Junio 15

**MEDIA DE SAN PA**  
RÁPIDA Y URBANA  
04 Octubre 15

¡Elegí la tuya!

**INSCRIPCIÓN**

- Anexo 9.3.4 Newsletter N° 928 del Club de Corredores

#### GENSER

Genser Sport será la sal que realzará el sabor de todas las comidas en esta nueva edición de El Cruce Columbia. Una alimentación saludable que te ayudará a recuperar los minerales perdidos durante la intensa actividad física, esencial para superar este desafío. Genser Sport, con 43% menos de sodio que la sal de mesa, es la única en el mercado reducida enriquecida con magnesio y potasio; por eso es la sal elegida por los deportistas.

- Anexo 9.3.5 Newsletter N° 932 del Club de Corredores

#### COLUMBIA RAID DE LOS ANDES

En su 2ª edición el Columbia Raid de los Andes cruza la frontera y llega hasta Chile, a través de El Paso de Jama! Este paso fronterizo se ubica al noroeste de la provincia de Jujuy, a 4200 msnm, atravesando extensas planicies típicas de la puna, salpicadas por salares, grandes montañas y conos volcánicos.

La belleza de este paisaje único te cargará de energía para superar tus propios límites!! [Ver Carta](#)

Inscríbete en Categoría [Individual](#) o [Equipos](#).

[www.raidandes.com](http://www.raidandes.com)

- Anexo 9.3.6 Newsletter de Fundación Ñandú



Presentación de la Media Maratón 21k y Maratón 42k de Buenos Aires



La Comisión Directiva de la Asociación Civil de Carreras y Maratonés Ñandú tiene el agrado de oficializar que el próximo miércoles 14 de mayo a las 19.30 se hará la presentación oficial de la Media Maratón 21k y Maratón 42k de Buenos Aires en el predio ferial La Rural.

Con la presencia de nuestros sponsors que año tras año nos acompañan como **adidas**, sponsor deportivo, el **Gobierno de la Ciudad**, **Gatorade**, **Sierra de los Padres**, **Garmin**, **Play Patagonia**, **Emergencias** y **La Rural**, este año sumamos a las fundaciones a las cuales brindamos asesoramiento y subsidios, entre ellas la **Fundación Baccigalupo**, **Federación Atlético Metropolitana (FAM)**, **Fundación para el Atletismo Asistido**, **Potencialidades**, **Siwan'i (Asociación de Mujeres Wichis)**, **Club Atlético María Madre del Pueblo**, **Centro Integral Casa del Niño Lourdes**, **Escuela Pública Nicolás Avellaneda**, **Asociación Atlético Ñandúes**, **Academia Máster** y **Agrupación Boys Scouts**.

Este año, proponemos mejoras y novedades para seguir impulsando las carreras y contar con más corredores que se animan año tras año a superar sus límites. Algunas de ellas serán anunciadas en dicha presentación. Además haremos un reconocimiento a la **Policía Metropolitana** y a los voluntarios de las ediciones anteriores de los 21 y 42 de Buenos Aires.