

## Del *ethos* del bienestar al de la autocompetencia: desplazamientos en la oferta del fitness

María Inés Landa (CIECS-CONICET y UNC)

landa.mi@gmail.com

### Introducción

El mundo del *fitness*, en tanto regido por una lógica comercial, es sensible a las demandas sociales que puedan constituirse en productos rentables, mediante la oferta de prácticas de gestión corporal y el diseño de estilos de vida que prometen solucionar los problemas (de salud, estéticos, etc.) de su potencial clientela.

Así el primer *fitness*, el del *aerobics* de Jane Fonda (también difundido través del programa televisivo de María Amuchástegui en la Argentina de los ochenta), ofrecía, a un público femenino, un programa de ejercicios para bajar de peso y equilibrar el tono muscular, sustentado en la idea de que la práctica sistemática de una actividad física moderada que estimulara la capacidad aeróbica era garante de salud, belleza, rendimiento y longevidad (Sassatelli, 2010: 209-210).

Luego el movimiento del *wellness*<sup>1</sup>, conocido en el universo de los gimnasios como *mindfulfitness* o *fitness consciente*, pone en circulación un mercado creciente de productos asociados con un estado de plenitud que involucra el equilibrio emocional, experiencias de bienestar y la incorporación de una vida holísticamente saludable (Markula; Pringle, 2006: 155-159).

Por último, la propuesta del CrossFit, disputa los sentidos en torno a la salud, el fitness y el bienestar de sus antecesores a través de la producción de un espacio regido por un régimen militar y del rendimiento deportivo que ofrece la promesa de un cuerpo funcional, fuerte, ágil y

---

<sup>1</sup>El *wellnes* se presenta como: a) un estado ideal asociado a la salud, el optimismo y el éxito y b) umbral de acusada sensibilidad que reconoce las inflexiones anímicas y que cartografía a la vez que crea los problemas físicos (Papalini, 2014). Su discurso otorga centralidad al ambiente, éste se presenta orientado hacia la autorrealización, una performance funcional con énfasis en el equilibrio entre esferas y la maximización del propio potencial. Si bien algunos de los elementos que conforman el movimiento se hacen presente entre 1950 – 1960 en discursos y prácticas de médicos reformistas e higienistas. Los debates en torno al *wellness* se consolidan cuando coalicionan dos movimientos aparentemente contradictorios: el de la medicalización y la desmedicalización en la sociedad norteamericana (Bingle, 2011).

resistente preparado para afrontar los desafíos de un escenario vital precario, competitivo e incierto (Dawson, 2015).

¿A qué responden estos desplazamientos y emergentes en la oferta del fitness?

Con el objetivo de surcar este interrogante, la ponencia problematiza las nociones de salud, bienestar, fitness y rendimiento que legitima la oferta y consumo de estos productos así como las particulares formas de gestión de sí que los mismos promueven.

## **I. El imperativo del bienestar y la voluntad de salud<sup>2</sup>**

La industria del fitness cobra fuerza en el marco de una sociedad que glorifica una actitud proactiva en relación al cuidado y cultivo de la propia salud. Esta noción de salud se gesta en el marco de un desplazamiento sociohistórico que inaugura nuevos modos de relación con el propio cuerpo así como nuevas técnicas de gestión de sus patologías y potencialidades.

Un indicador histórico de dicha mutación es la redefinición del concepto de salud como un estado de bienestar físico, mental y social promulgado en la Constitución de la Organización Mundial de la Salud en 1946, donde se hace ostensible cómo el dominio de este concepto vital para el gobierno de las poblaciones se extiende de una esfera reactiva a otra proactiva (Landa, 2015a).

La esfera reactiva comprende toda acción relacionada con la cura, tratamiento y prevención de la enfermedad, mientras que la proactiva incorpora acciones, actitudes, prácticas y saberes orientados a mejorar la salud, incrementar la calidad de vida y optimizar los niveles de bienestar de una persona, comunidad y/o población (Ziguras, 2005:14-16).

El componente positivo que porta el significativo bienestar tiene un efecto directo en el modo en que el sujeto se coloca ante las vicisitudes de su propia existencia. Emerge allí, como advierte Rose (2001: 6), un sujeto con *voluntad de salud* y con derecho a reclamarla.

En el marco de una creciente mundialización de los bienes culturales, circulantes por las estelas del *consumo conspicuo*, el semblante saludable deviene en una condición rentable para los *ciudadanos biológicos* que invierten en sí mismos como capital (Veblen, 2006; Rose, 2001). A través de su cuerpo, el acreedor de salud, confiesa su valor.

---

<sup>2</sup>Algunas de las ideas que se vierten en este apartado han sido expuestas en el artículo de mi autoría "Emprendedores/emprendedoras: la vida activa y saludable en clave de género" (Landa, 2016b); no obstante las mismas han sido reelaboradas en el marco de la problemática aquí presentada.

Por ende, la encarnación de un cuerpo muscularmente tonificado, resistente, flexible y vital remite a una gestión eficiente de sí. Los *mass media* devienen *locus* estratégicos para la diseminación de este cuerpo y estado idealizado. Prolifera, así, una inquietud generalizada por la propia condición de salud conjuntamente con la oferta de tecnologías de modulación somática y subjetiva orientadas a satisfacer las demandas de un público ávido por consumir productos que optimicen sus rendimientos sanitario-estéticos o, en su defecto, enmienden los achaques físicos y mentales de su precaria existencia (Landa, 2014).

## **II. La cultura del *fitness* y el *wellness*: entre disciplinar y cuidar amorosamente el cuerpo**

La industria del fitness se monta sobre la forma subjetiva del emprendedor de la propia salud para desplegar un conjunto de productos y programas de entrenamiento diseñados para ofrecer a su clientela “un estado de sí” capaz de adaptarse y ajustarse a las exigencias que un mercado laboral precario y flexible plantea a aquellos ciudadanos biológicos que desean ser reconocidos como tales (Landa, 2011).

Por lo tanto, la palabra fitness, de cuño anglosajón, no refiere solamente a aptitud física, sino que su significado comprende la vida del sujeto que se inscribe en este régimen interpretativo.<sup>3</sup> La gramática multidimensional en la que se emplaza esta palabra es flexible y proclive a redefiniciones en pos de ajustarse al ideal que proclama un estado que permitiría al sujeto performar todas las actividades requeridas en su vida diaria. La concepción de un individuo alerta, activo, dúctil y adaptable a escenarios cambiantes se prolonga hacia las tramas productivas y de consumo del fitness en su condición de espacio comercial.

### **II.1. Los *fitness centers***

De raigambre eminentemente urbanay producto característico del nuevo capitalismo (Boltanski y Chiapello, 2002), los *fitness centers* son espacios que se ofrecen para ser consumidos y apropiados durante el tiempo libre de su clientela (Sassatelli, 2010). Identificados con la oferta de un tipo de recreación *racional* (Foucault, 1996), *terapéutica* (Caldwell, 2005) y *seria* (Stebbins, 2009), estos gimnasios procuran diversificar y flexibilizar sus espacios, tiempos y productos con el fin de atraer usuarios de los más diversos grupos sociales.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Las derivas de este significante en el contexto argentino, pero también en diversas tramas disciplinares, las analizo en el primer capítulo de mi tesis doctoral: Landa (2011: 37-62).

<sup>4</sup>La diversidad que contempla la industria del *fitness* es aquel sector de la población que puede costear los servicios

Los gimnasios del fitness son ambientes no competitivos, que ofrecen un espacio supervisado y controlado por profesionales diversos para la práctica de actividad física. A cambio los clientes esperan obtener, entre otros beneficios, un cuerpo en forma, calidad de vida, bienestar y diversión (Landa, 2016a:8).

A partir el *boom* del fitness, a mediados de los ochenta, se observan en las principales ciudades de nuestro país una proliferación de gimnasios que se inscriben en esta cultura comercial. La forma organizacional de los gimnasios es variada asentándose a partir del 2001 la forma *red de clubes* o gimnasios cadena, que complejizan la oferta del fitness, así como plantean un estilo de consumo más flexible, en el que la clientela circula por la organización decidiendo en qué propuesta de entrenamiento desea involucrarse (Landa, 2011).

## **II.2. Las clases de *fitness* grupal**

Las clases de *fitness grupal*, uno de los productos característicos de esta industria, han ido mutando y diversificando sus propuestas en función de la recepción que han tenido por parte de los practicantes y del discurso médico, así como de las críticas que éstos le impartieron (Landa, 2015b). Por ejemplo, al estilo *highimpact* se le criticó que producía lesiones y se propuso a cambio el *lowimpact*, que luego se le criticó que no era efectivo como entrenamiento de tipo cardiovascular. A la modalidad de entrega de la clase conocida como el *free style* (estilo libre) y al estilo coreografiado se les criticó por *difícil* y por expulsar a los alumnos que no podían seguir clases tan *complejas*. Como respuesta a éstas críticas se crearon los sistemas pre-coreografiados, impulsados por la marca *BodySystems*,<sup>5</sup> o *Radical Fitness* en Argentina, que a su vez recibieron otras críticas.

En esta dinámica de producción de críticas y novedades emergen el yoga y el pilates en la industria del fitness como productos que responden a la demanda de actividades menos intensas y de un espacio que provea relajación y disfrute dentro del gimnasio.

## **II.3 *Wellness*: el hermano flojo del *fitness***

---

que los gimnasios ofertan.

<sup>5</sup>*BodySystemes* una empresa multinacional creada por expertos de diversas disciplinas y del mundo del *fitness*, que se propusieron diseñar un programa de ejercicios que garantizara el éxito a los instructores y a los gerentes de gimnasios que consumieran los productos ofertados por su marca. El mismo está compuesto por una serie de programas de rutinas basadas en la pre-coreografía (Felsteadet. al., 2009).

En 1998, IDEA *Fitness and Health Association*, la asociación líder en Estados Unidos y que influencia las tendencias del fitness a nivel mundial, define al *mindful exercise* como un ejercicio físico que se ejecuta de forma consciente y dirigido hacia los procesos internos del cuerpo y del ser. Los practicantes de estos programas deben concentrarse en los propios patrones de movimiento a través de una conciencia propioceptiva. Este proceso se realiza haciendo foco en la respiración, una correcta alineación corporal y el uso de la energía interna. En estas clases lo que se propone es que el cuerpo y la mente trabajen de forma articulada en función de crear en cada practicante un sentido holístico de sí. Principios como el estar presente durante la actividad y el moverse de forma consciente son constitutivos de estas propuestas, siendo las más conocidas y consumidas el *yoga*, el *taichi* y el *pilates* (Markula; Pringle, 2006: 155).

Esta tendencia se manifiesta principalmente en los gimnasios de las grandes urbes, tales como las *redes de clubes, centros de salud y bienestar* o estudios de pilates cuya oferta se orienta a una clientela selecta con medio o alto poder adquisitivo. En Argentina, por ejemplo, durante el año 2000 Tamara di Tella (una de las impulsoras de la practicas del *pilates* en nuestro país) registra su marca “Tamara Di Tella Pilates”.

La relación entre actividad física y salud es constitutiva de la industria del fitness, en consecuencia la incorporación del *mindful fitness* en el marco de esta cultura comercial se fundamenta a partir de su capacidad para mejorar la calidad de vida y bienestar. Estos programas de ejercicios se orientan a prevenir y curar enfermedades asociadas a la mente como el estrés, la ansiedad, la depresión, la fatiga, los desórdenes alimentarios, etc. (Markula; Pringle, 2006: 158).

Eve Sointu (2005), en su artículo “The rise of an ideal: tracing changes in discourses on wellbeing”<sup>6</sup> muestra cómo las ideas en torno al bienestar capturan y reproducen importantes normas sociales. Su creciente popularidad, dice la autora, da cuenta de desplazamientos en las percepciones y experiencias en relación a la agencia y la responsabilidad individual.

La proliferación de técnicas reflexivas y *biopedagógicas* que portan la promesa de una mejor calidad de vida, así como la armonización integral de las esferas que componen el estado ideal del bienestar, incrementan el rango de lo patológico y nos coloca en el lugar de enfermos potenciales (Hardwood, 2009: 15-30).

---

<sup>6</sup>El ascenso de un ideal: rastreando los cambios en los discursos sobre el bienestar (traducción propia).

Los ciudadanos del presente, liberados de las dependencias y protecciones propias de un Estado Benefactor, y arrojados a los caprichos del mercado, debemos afrontar los avatares de nuestra existencia en soledad, responsablemente. Por ello es tan importante cuidar, mantener, optimizar los propios recursos corporales así como el programar y reprogramar el propio futuro vital.

Como reflexiona Joni Müller (2000) con cierta ironía:

“El wellness es el hermano flojo del fitness, enriquecido con un poco de hedonismo y sensualidad. Si lo distintivo del fitness es el sufrimiento, la transpiración y la lucha interior entre permanecer en el sillón o entrenar, el wellness puede identificarse entonces como el cuidador amoroso de éste. Wellness es la mística hecha carne, el enlace entre Oriente y Occidente, placer y deber, deporte y diversión, calor y frío así como lo viejo y lo nuevo. Parece inconcebible que nos hayamos arreglado para sobrevivir sin su invención por tanto tiempo” (Müller, 2000 citado en Bingle, 2011: 131, traducción propia).<sup>7</sup>

### III. CrossFit o superar tu propio límite <sup>8</sup>

La propuesta del CrossFit, en cambio, se aleja de una ética del confort, del placer y del bienestar, propia de las últimas tendencias del fitness, hacia una ética del combate y rendimiento deportivo.

Identificado como *the sport of fitness*, éste se define como una actividad física extrema, inclusive adictiva, en la que la gimnasia, en su versión deportiva, se encuentra con la harterofilia.

Según la definición oficial de la marca “es un programa de movimientos variable y funcional, que se ejecuta a elevadas intensidades a través de un marco amplio de tiempos y dominios”. Ello se traduce en correr, saltar, trepar, levantar cosas, realizar flexiones en barras, sostener posturas en equilibrio hasta llegar a un estado límite, atravesarlo y seguir.

El lugar físico donde los crossfiteros entrenan es austero y se asemeja a un galpón cuadrangular, con mucho espacio libre y equipado con elementos minimalistas.

La técnica de instrucción que despliega, es la de un entrenamiento, controlado y supervisado por un *coach*, donde se interpela al cliente a realizar los ejercicios como lo haría un atleta. La

---

<sup>7</sup> *Wellness ist die träge Schwester der Fitness, angereichert mit etwas Hedonismus und Sinnlichkeit. Steht bei der Fitness das Leiden im Vordergrund, der Schweiß und der Kampf gegen den inneren Schweinehund, so kann Wellness durch Haus als dessen liebevolle Pflege bezeichnet werden. Wellness ist gleich die Fleischgewordene Esoterik, die Verbindung von Okzident und Orient, von Lust und Last, von Sport und Spass, von Heiß und Kalt und Neu und Alt. Schier unfassbar, dass wir es so lange ohne sie aushalten konnten* (Müller, 2000 citado en Bingle, 2011: 131).

<sup>8</sup> Algunas de las ideas que se vierten en este apartado han sido expuestas en la crónica escrita en co-autoría “CrossFit: Vomitar es un acto con sentido” (Landa; Rumi, 2016) publicada en la revista *Anfibia*. Sin embargo, cabe destacar, que las mismas se presentan y reelaboran en función del problema planteado en esta ponencia.

regulación minuciosa de los movimientos, la administración mensurada del tiempo y la segmentación del espacio, junto a la competitividad y la incitación constante hacia el automejoramiento, constituyen los pilares fundamentales que garantizan el éxito de las clases y los progresos, medidos en resultados, de los clientes del box.

A diferencia de los *fitness centers* tradicionales donde la clientela puede abstraerse de la actividad de los usuarios, inclusive del espacio mismo, leyendo mientras pedalean en una bici o mirando televisión mientras corren en una cinta; el box cercena cualquier distracción o actitud que desconecte al usuario de su programa de ejercicios. En palabras de Greg Glassman, su creador, “si un entrenador percibe que te estas guardando algo, lo vas tener encima toda la clase, instándote a que dejes todo ahí”.

El sociólogo Alain Ehrenberg (2010), en su libro *El Culto a la Performance*, puso de manifiesto que el deporte, principalmente a partir de los '80, se ha convertido en un principio de acción que atraviesa todas las esferas de la vida, junto a la competición como su correlativo modelo de relación social. En la misma línea argumentativa, Laval y Dardot (2013), en *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*, subrayan que es en el deporte competitivo, más que en las figuras idealizadas de los dirigentes de empresa”, donde se exhiben a los dioses, semidioses y héroes modernos de nuestra actualidad.

“Los deportistas son perfectas encarnaciones del emprendedor de sí”, auguran estos autores, un sujeto implicado totalmente en la propia auto-producción.

Si bien el culto al deporte es un producto moderno que ha mostrado ser compatible tanto con el fascismo como con el fordismo, éste sufre una inflexión en el marco de una sociedad que fuerza a los sujetos a funcionar como empresa, de acuerdo a las reglas de juego impuestas por un mercado antojadizo (Laval y Dardot, 2010: 325-366).

“La gestión neoliberal de sí mismo consiste en fabricar un yo capaz, que se exige cada vez más y cuya autoestima crece, paradójicamente, con la insatisfacción que puede experimentar con los logros ya obtenidos” (Laval y Dardot, 2010: 349).

El cuerpo también se resignifica en clave mercantil: ya no se lo concibe como máquina u organismo, o al menos no solamente; ahora, éste deviene *recurso, imagen*, susceptible de ser intervenido indefinidamente hasta su agotamiento, o potenciado hasta su finitud, por una

multiplicidad de dispositivos de gestión sensibles a los inciertos ciclos del capital (Costa; Rodríguez, 2010).

En un “mundo sin límites”, la norma social ya no es el equilibrio, la media, el hombre ordinario, sino el rendimiento máximo. El cuidado del cuerpo, la mejora de sí mismo, la fascinación por lo extremo, el gusto por el ocio activo, la racionalización del deseo, indican que el modelo del fitness, en su versión deportiva, se ha convertido en un dispositivo de rendimiento y de goce que hacen de la vida misma un objeto a capitalizar (Laval; Dardot, 2010: 359).

Los desplazamientos en la oferta del fitness, entonces, responden a las demandas y exigencias que el mundo laboral y el escenario político-económico plantea a su *público* (Foucault, 2006:102).

Así el primer *fitness*, ofrecía un estilo de vida asociado con la adquisición de un estado óptimo de aptitud física, una belleza natural y un cuerpo tonificado. Mientras que el *wellness* se concentra en la dimensión proactiva de una salud concebida como responsabilidad individual, mediante la creación de productos que seducen al público con experiencias de bienestar y la incorporación de una vida holísticamente saludable.

En cambio, la propuesta del CrossFit, redobla la apuesta, orientando la oferta hacia un público masculino y una estética femenina fuerte que se desmarca de la delgadez. No se trata solo de performar de forma eficiente en el mundo laboral, afectivo o social. Tampoco se procura, de modo alguno, ser afable o condescendiente con los avatares del propio cuerpo. Lo que el CrossFit promete es un cuerpo capaz de todo: más fuerte, más potente, más resistente. “¿Y para qué?” Pregunta y responde esta marca en una publicidad: “No levantamos neumáticos para ser los mejores levantadores de neumáticos. Lo hacemos para ser mejores. Punto.” Y agrega: “Mejores líderes, mejores padres, mejores, más fuertes y determinados seres humanos. Preparados para todo”.

La apelación por parte de *CrossFit Inc.* a un individuo que todo lo puede no es inocua. Forma parte de una estrategia de persuasión que procura generar identificaciones en el potencial cliente a partir de la producción de un efecto de empoderamiento en el espectador que se activa mediante la creencia generalizada de que “Si quieres tú puedes. Solo tienes que proponértelo”.

### **III.1. La impronta militar en el CrossFit**



Si el *ethos* de autosuperación muestra facetas fascinantes o más bien alarmantes de esta práctica. La fuente de inspiración del CrossFit tiene raigambre militar. Ésta no solo es ostensible en su génesis, en los rasgos ascéticos de los *boxes* o en la dinámica severa de los *WODs* (*Work of the day*, trabajo del día como se llaman las rutinas de entrenamiento diarias en este sistema); sino también en la cantidad de policías, militares y bomberos que consumen estas clases.

También en los *Hero Wods* el militarismo norteamericano se hace presente. Como por ejemplo “*Murph*”, que según cuenta Eric Lemay (2013), en una nota publicada en *The Weeklings*, éste se realiza en reconocimiento a Navy Lieutenant Michael P. Murphy, que fue asesinado en Afganistán el 28 de junio de 2005, y subsecuentemente recibió una medalla de honor. El ejercicio consiste en correr una milla, seguido de 100 *pull-ups* (dominadas), 200 *push-ups* (flexiones de brazos), 300 *squats* (sentadillas), y de nuevo, hay que repetir el tramo de una milla corriendo. El periodista narra que hay como unos 50 de estos entrenamientos heroicos en el CrossFit.

¿Cómo se actualiza la lógica belicista y la ética neoliberal del sí mismo en la práctica del CrossFit? ¿Qué forma asumen los emprendimientos de esta marca en nuestro país? Lugar donde las costumbres y sentidos en torno al cuerpo y a la guerra distan considerablemente de aquellas promovidas en y por la cultura norteamericana.

### **A modo de conclusión<sup>9</sup>**

Pareciera que las técnicas corporales emergentes en el mundo del fitness se crean y se diseñan para ofrecer recursos a una población específica que debe permanecer activa y productiva en distintas instancias de su vida laboral y social, en un escenario con escasos apoyos institucionales y teñido por altos grados de incertidumbre y precariedad.

Estos desplazamientos en las formas de gestión de las propias capacidades vitales, físicas y mentales, además de producir nuevas desigualdades, informan sobre la sociedad que estamos siendo y las exigencias que ésta les imprime a nuestros cuerpos.

Las metáforas sanitarias, deportivas, bélicas y económicas se fusionan en un dispositivo de gestión orientado hacia la producción de cuerpos capaces de someterse al mandato neoliberal del rendimiento máximo y la acumulación ilimitada del capital.

---

<sup>9</sup>Algunas de las ideas que se vierten en este apartado han sido expuestas en la crónica escrita en co-autoría “CrossFit: Vomitar es un acto con sentido” (Landa; Rumi, 2016) publicada en la revista Anfibia. Sin embargo, cabe destacar, que las mismas se presentan y reelaboran en función del problema planteado en esta ponencia.

Pero, quizás, como muestran los casos de lesión y sobre-entrenamiento en el mundo del *CrossFit*, los soportes del sistema acarreen nuevas disfunciones o disimulen las existentes.

Tal vez reconociendo la imposibilidad de las exigencias y promesas que nos proponen los dispositivos de una salud neoliberal, como el *CrossFit*, pero también otros productos del *fitness* y el *wellness*, sea posible habilitar al pensamiento formas de relación con el propio cuerpo y el de los otros donde la *vulnerabilidad* y *diversidad* que nos constituye devenga pura potencia (colectiva) y no solo falta o debilidad (Butler, 2006, Méndez; Villena, 2012).

### **Bibliografía**

**Bingle, G.** (2011) *Under the Sign of the Body: Technology, Commodification and Embodied Consciousness in Late 20th Century Germany* (Tesis inédita de doctorado). Universidad Técnica de Munich; Munich. Disponible: < <http://d-nb.info/1029818959/34> > [Consulta: 4 de agosto de 2016].

**Boltanski, L. y Chiapello, E.** (2002) *El nuevo espíritu del capitalismo*. Madrid: Akal.

**Butler, J.** (2006) *Vida precaria: el poder de la violencia y el duelo*. Buenos Aires: Paidós.

**Costa, F.; 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: Ediciones Universidad Diego Portales, p. 151- 173.

**Dawson, M.** (2015) CrossFit Fitness cult or reinventive institution? , *International Review for the Sociology of Sport*, jun. DOI: 10.1177/1012690215591793. Disponible en: <[https://www.researchgate.net/publication/279948071\\_CrossFit](https://www.researchgate.net/publication/279948071_CrossFit) >[Consulta: 20 de abril de 2016].

**Caldwell, L.** (2005) Leisure and health. Why is leisure therapeutic?, *British Journal of Counselling and Psychology*, 1, p. 7-26.

**Ehrenberg, A.** (2010) *O Culto da Performance. De Aventura empreendedora a depressão nervosa*. Sao Paulo: Idéias & Letras.

**Felstead, A.; Fuller, A.; Jewson, N.; Unwin, L.** (2009) “Exercising to music”. En: *Improving Working as Learning*. Oxon: Routledge, pp. 87-109.

**Foucault, M.** (1996) *Historia de la sexualidad 1. La voluntad de saber*. Madrid: Siglo XXI, España Editores.

----- (2006) *Seguridad, Territorio, Población*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

**Harwood, V.** (2009) Theorizing biopedagogies. En: Jan Wright and Valerie Harwood (eds.) *Biopolitics and the 'Obesity Epidemic': Governing Bodies*. London: Routledge, p. 15–30.

**Landa, M.** (2011) *Las tramas culturales del Fitness: los cuerpos activos del ethos empresarial emergente* (Tesis inédita de doctorado). Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona.

Disponible: en:

<<http://www.tdx.cat/bitstream/handle/10803/42294/mil1de3.pdf;jsessionid=7F551E5ADD55AD D6AAC38132665AA671?sequence=1>> [Consulta: 2 de abril de 2016].

----- (2014) La sonrisa del éxito: figuraciones de una subjetividad exigida, *Arxius de Ciències Socials*, Valencia, n. 30, p.153-168.

----- (2015a) “De cuerpos moldeables a vida modulables: la invención del estado saludable como bienestar” En: *Coloquio Internacional sobre Gubernamentalidad y Biopolítica* – Salta, 4 al 7 de Agosto. (Inédito)

----- (2015b) Los cuerpos activos del *ethos* empresarial emergente. Un estudio de las prácticas del *fitness* en gimnasios de la ciudad de Córdoba. Informe de investigación 2013-2014 y Plan de trabajo 2015 presentado a CIC-CONICET 2014.

----- (2016a) Fitness: una cultura en perpetuo movimiento, *Revista Todavía*, Fundación OSDE, nov., núm. 36, Buenos Aires, p. 4-11. Disponible en: <[https://issuu.com/fundacionosde/docs/todavia36\\_issuu/6](https://issuu.com/fundacionosde/docs/todavia36_issuu/6)> [Consulta: 29 de noviembre de 2016]

----- (2016b) Emprendedores/emprendedoras: la vida activa y saludable en clave de género. En: Ana. L. Castro y María I. Landa (comp.) *Corpos, poderes e processos de subjetivação: discursos e práticas na cultura contemporânea*. Araraquara (Brasil): UNESP.

**Landa, M.; Rumi, J.** (2016) Vomitar es un acto con sentido, *Anfibia*, Universidad Nacional de San Martín (UNSAM), Buenos Aires. Disponible en: <<http://www.revistaanfibia.com/cronica/vomitar-es-un-acto-con-sentido/>> [Consulta: 5 de mayo de 2016].

**Laval, C. y Dardot, P.** (2013) *La nueva razón del mundo. Ensayo sobre la sociedad neoliberal*. Barcelona: Gedisa.

**Lemay, E.** (2013) CrossFit Nation, *The Weeklings*, sept. 6. Disponible: <<http://www.theweeklings.com/elemay/2013/09/06/crossfit-nation/>> [Consulta: 10 de agosto de 2016].

- Markula, P.; Pringle, R.** (2006) *Foucault, Sport and Exercise. Power, Knowledge and Transforming the self*. New York: Routledge.
- Méndez, R. (L); Villena, M.** (2012) De ‘la parada de los monstruos’ a los *monstruos* de lo cotidiano: la diversidad funcional y sexualidad no normativa, *Feminismo/s* 19, jun., p. 127-142.
- Rose, N.** (2001) The Politics of life itself. *Theory, Culture & Society*, London, v. 18, n. 6, p. 1-30.
- Papalini, V.** (2014) Culturas terapéuticas: de la uniformidad a la diversidad. *methaodos.revista de ciencias sociales*, (2): 212-226. DOI: <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v2i2.53>
- Sassatelli, R.** (2010) *Fitness Culture. Gym and the Commercialisation of Discipline and Fun*. England: Palgrave.
- Sointu, E.** (2005) The rise of an ideal. Tracing changing discourses of wellbeing, *Sociological Review*, 52(2), p.255-74.
- Stebbins, R.** (2009) Serious leisure and work, *Sociology Compass*, 3, jul., p. 764-74.
- Veblen, T.** (2006) *Conspicuous consumption*. New York: Penguin Books (Penguin Great Ideas).
- Ziguras, C.** (2005) *Self-care, Personal Autonomy and the Shaping of Health Consciouness*. Canada – USA: Routledge.