

---

# ***Cultura fitness y alimentación en la posmodernidad Poblana, México***

Lic. Denisse Guerrero Márquez

## **Resumen**

La cultura fitness como estilo de vida marca pautas para sus seguidores; la alimentación, la forma de vestir, la música, el uso del tiempo libre, los espacios frecuentados, incluyendo los hábitos y costumbres, además del ideal de un cuerpo sano; particularmente se refiere a la práctica de actividades deportivas integrales, muchas veces planificadas y reguladas, en espacios cerrados, relacionadas con la salud y el bienestar.

En tanto que, la alimentación como necesidad y práctica cotidiana se define como un proceso biosociocultural, psicológico, económico, etcétera, es decir, multifactorial. En este caso, se observa modificada por la cultura o ideología del bienestar que guiada por el binomio salud/ belleza, posibilita la generación de modelos corporales, pero con base en los cánones determinados sobre el bienestar que se manifiestan en la imagen corporal; asimismo, acordes a los intereses de la industria fitness.

En este artículo se explican las formas en que algunas personas asimilan la cultura fitness y la idea de bienestar manifestado a través de la imagen, desde su contexto, sujetos que realizan actividad física, diversas prácticas que se relacionan con sus ideales corporales y aspiraciones en la época posmoderna.

**Palabras clave:** Fitness, fitbody, estilo de vida, alimentación, dieta, bienestar

---

**Abstract.** Feed on contemporaneity. The culture of fitness and nutrition

The fitness culture is a lifestyle sets guidelines for its followers; in different aspects such as: food, dress, music, the use of free time, frequented places, including habits and customs, the ideal of a healthy body; particularly refers to the practice of comprehensive sports activities, often planned and controlled in closed spaces, related to health and welfare.

Whereas feeding a daily act, is defined as a biosociocultural, psychological, economic, in other words, multifactorial process, in this case modified by the culture or ideology of well-being; through the binomial health / beauty, looking for a body model, but based on the interests of the fitness industry.

This article explores the ways in which some people assimilate the fitness culture to their lifestyle, performing various activities that relate to their bodily ideals and aspirations in the postmodern era.

### **Un acercamiento antropológico a la cultura fitness**

En el contexto de la globalización económica, bajo el paradigma de la llamada posmodernidad, en la época contemporánea, emerge un tipo de cultura particularmente narcisista que privilegia valores individualistas y favorece la expansión de la industria que lucra con la imagen corporal.

La posmodernidad no es un estadio evolutivo que procede a la modernidad; es más bien una serie de reinterpretaciones que se generan a partir de la crítica y

---

el desencanto a las promesas del progreso y desarrollo. “La posmodernidad se compone de una cultura fragmentada y discontinua, de un sistema socioeconómico que enfatiza la diferenciación y fragmentación de los mercados, de una estructura de consumo y publicidad que se dirige a la personalización y el triunfo de moda efímera.” (Águila Soto, 2007: 130)

El ejercicio físico o entrenamiento formal en determinados espacios, como son los microgimnasios, crossfit, gimnasios o deportivos; ejercicio acompañado casi siempre de dietas rigurosas, forman parte de la cotidianidad de sujetos que se construyen ceñidos a lo que se denomina cultura fitness; término que comprende “[...] un conjunto de dispositivos de poder sobre los cuerpos que, combinando determinados conceptos de salud y belleza exhortan al ciudadano a regular su vida, su tiempo, sus hábitos, sus energías, sus representaciones corporales y su materialidad en términos de calidad de vida y bienestar”. (Crespo, 2015, p. 1) La cultura fitness, analizada desde una perspectiva antropológica, comprende más allá de la imagen del cuerpo atlético y del gimnasio.

Asimismo, están inmersos aquellos que pretenden comunicar, con una imagen *selfie*, a quienes los siguen en sus redes sociales, que llevan un estilo de vida saludable, que buscan el bienestar físico y mental; igualmente hombres y mujeres, de diferentes edades, que pretenden cambiar o mantener su imagen corporal; si bien, también practican fitness quienes ven su tiempo de entrenamiento como una terapia que les ayuda a sobrellevar el trabajo, la rutina y las crisis cotidianas, el rompimiento de pareja, el desempleo, la falta de sociabilidad en otros ámbitos; se incluyen a los usuarios que practican deporte

---

por gusto o por hábito, como parte de su actividad cotidiana, etcétera. En este sentido, la cultura fitness comprende emociones, miedos, aspiraciones, retos; subjetividades propias de la sociedad contemporánea.

### **Antecedentes del discurso de bienestar**

Los discursos de bienestar ligados al desarrollo tienen sus antecedentes en México en las primeras décadas del siglo cuando “[...] la perfección corporal estaba relacionada fundamentalmente con dos necesidades urgentes vinculadas al proceso de reconstrucción: la de una población sana y la de una sociedad civilizada a la altura de las más modernas del mundo [...] Salud física, bienestar mental y perfección moral se perseguían como los valores del individuo en su comunión con Dios y con la patria” (Muñiz, 2002, p. 103).

Desde ese entonces, buena parte de las políticas públicas relacionadas a la salud giran en torno a la cultura física y la alimentación, sin embargo, poco ha cambiado la idea del bienestar como equivalente de una mente sana.

Con ayuda de diversos discursos emitidos desde los medios, la política pública, la medicina, la academia, etcétera; se ha logrado crear y posicionar ciertas representaciones sobre lo fitness. Nos encontramos ante “la cultura del bienestar [que] no se concibe sin todo un arsenal de normas, de informaciones técnicas y científicas que estimulen un trabajo permanente de autocontrol y vigilancia de sí: tras el imperativo categórico, el imperativo narcisista glorificado sin cesar por la cultura higiénica y deportiva, estética y dietética.” (González, 2010)

---

Antecedentes de este hecho, fue la implementación de carácter obligatorio de la actividad física en las escuelas, de nivel básico, además del incremento en las campañas publicitarias contra la obesidad y el sobrepeso.

Actualmente, el Programa de Acción Específico sobre alimentación y actividad física del periodo 2013-2018 por parte de la Secretaría de Salud tiene como algunos de sus objetivos principales: impulsar la actividad física y alimentación correcta en diferentes ámbitos, en particular en escuelas y sitios de trabajo, así como fomentar la alimentación correcta a nivel individual, familiar, escolar y comunitario, en todos los niveles de edad; a través de estrategias innovadoras de mercadotecnia social, promover la creación de espacios para la realización de actividad física, el programa también llama al rescate de la cultura alimentaria tradicional pero adecuada a la salud (Secretaría de Salud, 2013).

En la búsqueda de los ideales de bienestar por parte del Estado mexicano y en los albores del sueño americano del consumo, fue cuando se construyó la representación de una persona equilibrada física y emocionalmente, con un cuerpo ideal. Ese resulta ser el antecedente del *Superman* posmoderno; persona que trabaja, independiente, exitosa, multitareas, sana y que además tiene tiempo para actividades recreativas y fitness.

La cultura fitness es en sí un conjunto de símbolos que se encuentran inmersos dentro de la sociedad de consumo. Esta propone determinadas prácticas que se asocian a toda una industria que se encarga de reproducir la ideología en torno a la salud, la belleza y el deber ser.

---

El *fitbody* es la continuidad del sujeto moderno que, en el contexto contemporáneo, optimiza su rendimiento para trabajar, producir más cada día, sumando a su jornada largas horas en el gimnasio.

El sistema alimentario se observa condicionado por una serie de circunstancias que exigen rapidez, conveniencia, eficacia, higiene, rendimiento, optimización, ahorro, etcétera, en un entorno que busca alcanzar el bienestar en todos los ámbitos.

La satisfacción de las inquietudes de los sujetos posmodernos que incursionan en la cultura fitness se lleva a cabo a través de una práctica protagónica de la contemporaneidad: el consumo. En la sociedad de consumo la obtención de bienes materiales no lo es todo y el consumo no termina cuando se tiene en las manos un producto comprado. Se consumen las ideas, el estatus, la imagen; se consume para performar, para ser. En ese sentido el sujeto fitness no sólo busca una satisfacción a partir de los productos que obtiene, sino del uso que les da y el reconocimiento de los otros.

La sociedad de consumo es “[...] una sociedad en la que constantemente terminar y empezar de nuevo desde el principio ya no sería un signo de monstruosidad sino un modo de vida disponible para todos, y el único modo de vida tan extendido.” (Bauman, 2007) La posmodernidad ha emancipado al consumo de cualquier carácter funcional e instrumental. Se consume ideología, en este caso, la ideología del bienestar.

El *fitbody* es un sujeto que invierte tiempo, dinero y esfuerzo en “el perfeccionamiento corporal y las prácticas que le son propias, se pueden

---

describir como expresiones de un nuevo narcisismo, obsesionado por batir récords, los músculos, los infinitos detalles anatómicos.” (Lipovetsky, 2013: 265)

### **La alimentación en la era posmoderna**

La alimentación es un hecho biosociocultural. Por ello es fundamental reconocer la gestión cultural de esa necesidad fisiológica pues será esta la que establezca en gran medida las características del sistema alimentario de un determinado grupo social. “Al modo de vida moderno, que se basa en el modo de producción capitalista, le corresponde una peculiar forma de alimentación [...] un sistema capitalista de alimentación” (Veraza, 2007). En ese sistema que favorece más al marketing de las empresas de la industria alimentaria que a las prácticas tradicionales se observa un desmedido aumento de alimentos procesados que afecta tanto en la esfera global como en la local. En este sentido, pensar la alimentación contextualizada es comprender que el sujeto posmoderno, con todas las exigencias que se le imponen, por ejemplo, en el ámbito laboral ha cambiado sus hábitos dejando de lado la hora de comer, pues el tiempo debe rendir para ocuparse en actividades económicamente más productivas.

Al otro extremo de la alimentación fitness se encuentra el sedentarismo que ha provocado grandes problemas de salud pública como el sobrepeso y la obesidad, sumado a consumos excesivos de azúcares, harinas y grasas. Ante este problema se han encendido las alarmas del sector salud para prevención lanzando campañas y proponiendo acciones que puntualizan en los beneficios

---

de una vida 'activa'. Como resultado del rechazo al tipo de vida sedentaria, enferma, a la gordura e improductividad; surge la necesidad de sumar esfuerzos en lo que se percibe como la solución a estos problemas: la dieta. "La actual *dieta equilibrada* (un patrón alimentario basado en la restricción o promoción de ciertos alimentos con la finalidad de lograr una nutrición exenta de riesgos para la salud) es la última manifestación de este proceso de civilización del apetito (García Arnaiz, 2005, p. 238).

La alimentación ha sido y es prioridad en temas de salud pública, se le modifica para mejorar la salud, ahorrar esfuerzos, prevenir enfermedades; empero el esfuerzo de múltiples campañas es favorecer la responsabilidad individual, del sujeto, debida a su elección alimentaria. "Mientras que el aseo fue la piedra angular del proyecto higienista, la alimentación lo fue de la salud, bajo la premisa de que la comida afecta cada rincón del organismo sano y enfermo" (Pedraza Gómez, 1999, p. 159).

En ese sentido, se apuesta a la alimentación responsable, pero paradójicamente el contexto favorece a una alimentación de riesgo, no por la escasez de alimentos sino por la calidad de los productos industriales y los aspectos ideológicos que intervienen a la hora de alimentarse. "Pudiera suceder que el alimento no es nocivo pero la gente lo repudia. No habría entonces una crisis alimentaria sino una crisis de cultura culinaria o gastronómica, que podría ser sólo ideológica." (Veraza, 2007) En el contexto de la cultura fitness es común que se excluyan cierto tipo de alimentos por considerarse nocivos o contradictorios a la ideología del bienestar, si bien son parte de las preferencias

---

culinarias, en el caso mexicano se tiende a excluir el pan, las harinas en general, las grasas, los azúcares; no obstante, la cultura culinaria es rica en platillos cocinados con estos ingredientes y difícilmente se pueden evitar.

En principio, la idea de que las personas inmersas en la cultura fitness se enfrentan a un sistema alimentario que pone a su alcance un exceso de opciones para alimentarse; el problema gira en torno a la elección misma y la disciplina que se requiere para cumplir con una dieta. Estas elecciones suponen conocimientos acerca de nutrición y los procesos fisiológicos del cuerpo para alcanzar los objetivos, se tecnologiza el acto de alimentarse y nutrirse; “Se ha dicho que estar a dieta es hoy una nueva forma de religión, la versión moderna de la ética protestante y que en el fondo hay una especie de ideal religioso que se disfraza con el epítome de un racionalismo secular: autocontrol, competencia, conformidad. Se ha dicho también que estar a dieta es una institución cultural que sostiene la economía de la industria del régimen” (Gracia Arnaiz, 2005, p. 161).

Alimentarse cuando se está inmerso en la cultura fitness representa pensar en las consecuencias positivas o negativas de cada bocado, en la imagen corporal, es pensar en cantidades calóricas, en proteínas, nutrientes, energía, también el tiempo que se requiere para ejercitarse y quemar calorías; “Los alimentos se conciben principalmente desde el punto de vista nutritivo y el aspecto degustativo tan sólo se da muy tímidamente, en la adición de edulcorantes en los productos dietéticos, como en los batidos, que les

---

proporcionan distintos sabores para adaptarlos a los gustos de los consumidores” (Martínez Guirao, 2014, p. 95).

En las dietas fitness se enfatizan las cantidades de proteínas y las repercusiones directas en los músculos, así como los hidratos de carbono que mantendrán la energía para el entrenamiento; los alimentos sugeridos suelen ser huevo, pescado, salmón particularmente y carne, aumentar la ingesta de proteínas (aunque recientemente también se incorporan dietas veganas debido al auge de esta ideología); pan, cereales y pasta como fuente energética de carbohidratos.

Pero sobre todo, se recomienda la ingesta de complementos en forma de batidos, polvos, pastillas; de ahí una hiperalimentación que a través de la tecnología alimentaria busca moldear el cuerpo con base en el consumo de suplementos. “[...] la alimentación, es más medicina que nunca, porque el hombre moderno, poseído por el ethos terapéutico, está obsesionado con la salud” (Rey, 2010, p. 154).

En el caso mexicano y posiblemente en otros países se consumen ciertos licuados de marcas internacionalmente reconocidas que sustituyen el desayuno matutino, aseguran ser saludables, nutricios, propician la baja de peso, aunque no se lleve a cabo una actividad física constante, empero se desconocen sus efectos, si bien logran que la gente deje alimentos como la leche, el huevo, los cereales, entre otros, de acuerdo a lo que se observa en Puebla y otras ciudades mexicanas.

---

El sistema alimentario también se ve trastocado por la tecnología y los avances científicos que, en el marco de la microbiología, bacteriología y nutrición molecular, llevan a otros niveles la dietética apostando, por ejemplo, al ahorro de recursos, a la masificación funcional del alimento, el rendimiento, la duración, etcétera. Así como la racionalización y normalización del cuerpo se ha visto sujeta a discursos científicos vinculados a la dieta, y la salud; la domesticación se ha abierto paso a través del ejercicio físico y ahora con el desarrollo de la tecnología del culturismo o *body building* e incluso con la cirugía estética.

El culto al cuerpo, presente en toda sociedad, es uno de los grandes motores de la cultura fitness es desde donde se proponen ciertas prácticas cotidianas que tienen la intención de alcanzar cambios, modificaciones en la imagen corporal, o al menos intentarlo. La alimentación se ve trastocada por esos ideales, la industria, los avances científicos, la publicidad, y un conjunto de determinaciones que se han desarrollado desde la modernidad bajo discursos higienistas que la regulan.

Hoy se sabe más acerca de los alimentos que consumimos y sus efectos en el cuerpo, la alimentación ha configurado sus significados “[...] nunca había existido tanta seguridad alimentaria. Y, sin embargo, la ‘inseguridad’ no desaparece e, incluso, aumentan las incertidumbres y las dudas acerca de lo que comemos y de los posibles riesgos que puede entrañar nuestra comida [...] Es decir, tampoco nunca como ahora habíamos estado tan preocupados por nuestra salud y nuestra alimentación.” (Mabel Gracia, 2005, p. 161)

---

Se busca que la gente aprenda a comer, no basta con hacerlo por gusto sino por salud porque además este es un camino moralmente legítimo para alcanzar la belleza. “[...] la relación directa entre alimentación adecuada y estética es un fenómeno relativamente reciente que surgió a partir de los binomios estética-salud o salud-delgadez. Hasta principios del siglo XIX, la delgadez no era considerada ni atractiva ni saludable y fue por entonces cuando se comenzó a percibir como indicio de salud (Martínez Guirao, 2014, p. 82).

El bienestar se percibe como el resultado de prácticas basadas en la disciplina, herencia del pensamiento moderno y meritocrático; un conjunto de discursos que buscan regular a los sujetos y a su vez proponer un estilo de vida “saludable” que se resume en una de las frases más difundidas por los medios de comunicación: *salud es belleza*. En la sociedad de consumo, la publicidad descubre que la belleza en binomio con la salud se convierte en uno de los argumentos más eficaces de venta. En ese sentido “Los industriales agroalimentarios tienden a utilizar también el argumento de la salud con fines promocionales en sus generosas inversiones publicitarias y a convertir sus productos en “alimentos funcionales” o “alimentos”, reivindicando las supuestas cualidades dietéticas de una buena parte de los nuevos artículos lanzados al mercado porque dicho reclamo les es rentable económicamente” (García Arnaiz, 2005, p. 165).

La alimentación queda cautiva en el ámbito privado e individual; la lógica en la posmodernidad intenta decir que los ideales de imagen corporal y de estilo de vida están al alcance del esfuerzo personal; *Just do it*, dice probablemente el

---

eslogan más reconocido dentro del ámbito fitness. Lo peligroso de este panorama es que cuando no es tan fácil, cuando los recursos económicos, el tiempo o las ganas no alcanzan, el sentimiento de culpabilidad se acrecenta y la frustración aqueja, aunque siempre se puede reiniciar una nueva dieta o programa de ejercicios.

### **Un acercamiento etnográfico con mujeres fitness en Puebla**

La investigación etnográfica fue realizada en la ciudad de San Martín Texmelucan, Puebla, México. Se trató de un acercamiento a los diversos gimnasios, con base en la observación participante, técnica antropológica que permite la interacción del investigador con los interlocutores; en este caso, con los usuarios de los gimnasios.

Se les aplicó una encuesta a usuarias que hicieran uso regular de las instalaciones del gimnasio y que llevaran al menos un año entrenando. En su mayoría son estudiantes de un nivel medio superior que estudian por la mañana y ocupan su tiempo libre para entrenar y socializar en el gimnasio; también hay mujeres casadas que asisten por diversas razones que fueron debeladas en las entrevistas a profundidad y en los grupos focales.

La encuesta fue un primer ejercicio de acercamiento con las mujeres fitness, se les preguntó por cosas relacionadas al consumo y los gastos mensuales que puede representar el entrenamiento formal, además de las dietas y otros servicios que solicitan al personal del gimnasio.

---

Una de las preguntas de la encuesta fue ¿Qué te motiva a ir al gym? A lo que un 40% respondió que por salud; información que fue comparada más adelante con las entrevistas en profundidad en donde la razón principal resultaba ser ‘mejorar la apariencia física’.

Los gimnasios de los que se habla en esta investigación son de gama media-baja en comparación a los que se pueden encontrar en las grandes metrópolis de México.

Los grupos focales fueron eficaces gracias a la relación de confianza que existe entre las usuarias tras una convivencia diaria en la que llegan a establecer incluso relaciones de amistad, aunque también sea frecuente la rivalidad en un contexto que privilegia la competencia.

### **Contexto**

La década de los 70' se convirtió en parte aguas para la industria del *fitness* en Estados Unidos, que después se propagó por toda Latinoamérica. Fue la mercadotecnia la herramienta que posicionó el mercado *fitness* y los gimnasios como buenos para la población. “Su crecimiento comercial estuvo enmarcado en un contexto social de flexibilización laboral y auge de las técnicas de marketing, en las que el cuerpo era requerido como vehículo de presentación de la persona.” (Landa, 2016)

México según la revista Forbes ocupa el 5° lugar entre los países con mayor número de gimnasios en 2014 y la tendencia va en aumento. El fenómeno se refleja en escenarios de casi todas las ciudades del país, en plazas grandes, medianas y pequeñas, además en las ciudades más importantes como la Ciudad de México, Monterrey, Guadalajara, Puebla, Querétaro, Pachuca, Toluca, entre

---

muchas, donde se han establecido las cadenas multinacionales de la industria fitness; aumentan cada día en contextos más locales, en ciudades medias y pequeñas como lo es la ciudad de San Martín Texmelucan, Puebla.

San Martín se encuentra en constante dinamismo por su tradición comercial, ubicado en la zona metropolitana de Puebla, apenas a 65 kilómetros del Valle de México, cuenta con una industria fitness en constante crecimiento. Sólo en su zona centro se localizan nueve gimnasios además de deportivos, salones de zumba, GAP (glúteo, abdomen y pierna), Pilates, Kick Boxing, Tai chi, crossfit, danza, natación, etcétera. Si bien es cierto que la cultura e industria fitness llegan con mucha publicidad global, no obstante, se asimila de forma particular, en el caso de San Martín sucedió de manera lenta, aunque en la última década se acrecientan los negocios relacionados a la industria del bienestar.

En tanto que, cuando nos referimos a la alimentación, acto cotidiano de ingesta de alimentos, inmerso en procesos bio-sico-socioculturales, se alude al concepto de dieta, en el caso de los individuos insertos en la cultura fitness se sabe que prevalece una gran brecha entre las dietas ideales propuestas por los amigos, las redes sociales, la publicidad o los especialistas, con lo que verdaderamente se consume. Este fenómeno responde a las diversas posibilidades de los sujetos fitness, pues no todos cuentan con los recursos económicos, el tiempo, la disponibilidad, etcétera, para llevar a cabo un régimen alimenticio riguroso y acorde a su salud y sistema de alimentación. Pese a la divulgación del conocimiento científico sobre la alimentación y la medicalización de esta, no todas las personas tienen el dominio, ni la disponibilidad para hacer una dieta

---

pues esto depende de condiciones tales como los recursos económicos y materiales, la vida social, etcétera.

Es importante reconocer las dificultades que conlleva introducir cambios en la dieta pues como todo comportamiento, hábito o costumbre alimentaria, está modelada por la cultura, la identidad y la ideología<sup>1</sup>, salvo que es pertinente señalar que los consumos alimentarios están íntimamente relacionados con las posibilidades económicas y los contextos sociales. Es decir, se reconoce que los adscritos a un estilo de vida fitness no viven solos, pertenecen a un núcleo familiar o amical, en San Martín como en otros lugares del Estado de Puebla; muchos de los jóvenes, mujeres y hombres, no preparan sus alimentos a pesar de que contar con el tiempo, otros trabajan o estudian; a todos se les dificulta cambiar sus hábitos y lograr seguir la planificación cotidiana de la dieta; pero, un estudio minucioso acerca de las actividades de los usuarios de los gimnasios, abiertos y cerrados, referidos específicamente al tema de sus dietas, se observó el consumo de suplementos, licuados proteínicos y demás; lo cual se inserta en cierta dinámica y complejidad del problema.

En el caso de las mujeres poblanas que acuden a un gimnasio en general es porque asumen la necesidad del ejercicio, por recomendación médica, consejo o por acompañar a otro, pero siempre de acuerdo con sus posibilidades, en la ciudad de Puebla, por ejemplo, en el último semestre se abrieron más de 25

---

<sup>1</sup> Haciendo alusión más al sistema de creencias que al *poder*.

---

gimnasios al aire libre,<sup>2</sup> más otros quince establecimientos que provienen de diferentes franquicias privadas.

Tanto las poblanas, como las texmeluquenses a quienes se entrevistó, durante diferentes estancias de campo entre 2015 y 2018; desarrollan actividades disímiles, muchas refieren ser estudiantes, algunas amas de casa, aunque a media mañana quienes ocupan los espacios son adultos mayores, en horarios vespertinos acuden al *gym* los profesionistas, contadores, abogados, médicos, docentes, empleados bancarios, otros que sólo cuentan con un par de horas para ejercitarse.

Como resultados de las entrevistas en San Martín se advierte que, sobre todo las mujeres jóvenes, estudiantes, siguen la alimentación determinada en su núcleo familiar, pero numerosas ocasiones intervienen para seleccionar y elegir lo que consideran, bueno para comer, parte de su dieta; aunque se ven muy limitadas a consumir los alimentos que se preparan en el hogar, bajo decisión de quien se encarga de esa tarea. Las que tienen el tiempo y la disponibilidad de preparar su comida según una dieta específica, siempre representan un gasto extra para la economía familiar. En el caso de Puebla, si se observa cada vez más que los y las usuarias de los gimnasios preparan los alimentos de acuerdo

---

<sup>2</sup> [...]se encuentran: San Manuel, Bosques de San Sebastián, Lomas del Mármol 1, 2 y 3, El Mirador, Cipreses de Mayorazgo, Vista Alegre 1 y 2, Fundadores, Los Tenores, La Hacienda, Lomas del Valle, Bosques de Atoyac, Villas Manzanilla, La Herradura, Lomas del Ángel, Jardines de San Manuel, Lomas de San Alfonso y Arboledas de San Ignacio. Consultado el 27/abril/ 2018 en <http://www.e-consulta.com/nota/2017-10-06/ciudad/luis-banck-entrego-gimnasios-al-aire-libre-en-colonias-de-puebla>

---

a la dieta asignada a su corporeidad, sin embargo, muchas veces recomendada por otra amiga o hasta una tercera.

En el discurso, la cultura fitness propone un estilo de vida que cambia los hábitos de los sujetos; sin embargo, estos ideales pueden verse condicionados por diversas razones. En el caso de la alimentación, se observó en algunos lugares de la ciudad de Puebla y en San Martín Texmelucan que son una minoría las mujeres que pagan para que un especialista les elabore una dieta de acuerdo con su peso, talla, sus objetivos y sus necesidades. Las que lo hacen deben invertir más dinero pues el centro deportivo o el *gym*, al menos en San Martín Texmelucan, no proporciona asesoramiento de un profesional en nutrición y de hecho a quien le pagan para diseñar este tipo de dietas tampoco son nutriólogos sino fisicoculturistas o entrenadores.

En el caso de las ciudades, como México o Puebla, existen centros en dónde las personas pueden encontrar asesoramiento profesional, sin embargo, el costo de estos servicios no se encuentra al alcance de todos, en lugares como los deportivos privados y algunos públicos se cuenta con al menos un nutriólogo y en ocasiones puede haber un médico. Por ejemplo, una mensualidad en un gimnasio de muy alta gama puede alcanzar los \$6000.00, cantidad que sobrepasa los ingresos de las familias poblanas y texmeluquenses, en general, en el caso de la ciudad de Puebla puede variar de los \$ 1000.00 a \$3,500 pesos, aunque el promedio de los que son sólo gimnasios es de \$500.00 pesos, estos cuentan solo con algunos aparatos y regaderas.

---

En Puebla, como en otras ciudades del país están en auge los entrenadores personales que ofrecen ayuda para lograr que de manera “natural” se pueda alcanzar el objetivo de ganar músculo y perder grasa, “sólo con ejercicio y una buena nutrición”, son guías en el proceso de modelar el cuerpo, siempre y cuando se siga el plan propuesto.

Los fisicoculturistas en San Martín Texmelucan cobran entre \$500.00 y \$800.00 pesos en la ciudad de México, puede costar en promedio \$3000, para elaborar un plan de dieta según los objetivos del cliente que pueden ser aumentar volumen, perder peso, tonificar, etcétera.

En algunos casos esta asesoría se lleva a cabo en línea, a través de redes sociales o por videollamada, una nueva modalidad que se está popularizando pues permite a estos culturistas trabajar sin desplazarse. Otra alternativa es la consulta constante en redes sociales como Facebook o You Tube.

El plan de dieta consta de una serie de raciones de alimentos prescritos, colaciones que se deben consumir en un horario específico por determinados días. Algunas mujeres comentaron que lo más difícil es comer sin apetito en virtud de que después de los primeros días los alimentos rutinarios las hostigan, haciendo de la dieta un trabajo tortuoso, además de que no deben agregar aderezos, endulzantes, ni sal, puesto que de hacerlo tendrían consecuencias en los resultados. Aun así, al ver los cambios corporales después de un tiempo mínimo de dos semanas refieren que vale la pena, el esfuerzo y el gasto.

---

Día a día aumenta el número de gimnasios, la competencia obliga la promoción, si no hay entrenador, se deberá buscar asistencia en redes sociales. Mientras tanto, durante el tiempo que hacen dieta resulta interesante el hecho de buscar motivación por distintos medios; por ejemplo, se abastecen de imágenes de cuerpos que consideran su aspiración, ven contenidos multimedia que tienen que ver con estilo de vida fitness y, sobre todo, buscan redes de acompañamiento que les ayudan a llevar a cabo la difícil tarea.

Las amigas se convierten en sus cómplices, cumplen la función de motivar y de alguna manera sancionar cuando la compañera no ha cumplido al pie de la letra con su dieta o faltó al gimnasio. Además del acompañamiento, las amigas suelen compartirse los programas de dieta lo cual puede comprometer su salud; suele suceder que para aligerar los costos de una asesoría que consideran profesional, se reparten los gastos entre dos o más, aunque la dieta sea diseñada para una sola persona. También existen las amigas que con buena intención recomiendan y comparten la dieta a otra persona, sin saber que puede ser perjudicial pues los cuerpos, objetivos, necesidades y rutinas no son iguales para todas las personas.

Difícilmente una mujer texmeluquense paga por el diseño de su dieta durante un periodo mayor a los seis meses, lo que ocurre es que con el tiempo aprenden a determinar que consumir, tienen idea de los alimentos que debe consumir y de los que tiene y debe evitar. En general existe un rechazo a los alimentos que aportan grandes cantidades de calorías y lo que se refiere a lo “grasoso”, aunque

---

las bebidas azucaradas siguen siendo de alto consumo, refrescos, bebidas alcohólicas como la cerveza y las aguas de fruta.

En el contexto de la cultura alimentaria mexicana y de la oferta culinaria de San Martín, el régimen de la dieta se llena de obstáculos para su cumplimiento, sobre todo si se observa el calendario festivo, que entonces abundan guisados, moles, barbacoa, chiles de temporada como los chiles en nogada y toda una gama de antojería basada en maíz, manteca y chile, además de la variada panadería y bizcochería mexicana.

Sumando a lo anterior, el consumo de comida tradicional, festiva o los antojitos poblanos, logran que en ocasiones extraordinarias se quebrante la dieta y se incurra en lo que ellas mismas llaman el pecado de comer algo que “no debían”. El papel de la culpa está presente como una suerte de autocontrol que cuando se trastoca se debe redimir, ya sea haciendo un trabajo más exhaustivo en el gimnasio o disminuyendo las cantidades de la dieta durante algunos días, aumentando el consumo de complementos alimenticios, remedios para bajar de peso, recomendaciones que pueden ocasionar mayor daño a la salud.

El otro lado de la dieta fitness se conforma de suplementos alimenticios, proteína, reductores y otros productos que requieren mayor atención, por sus consecuencias directas en la salud.

La observación y registro de información de campo se llevó a cabo en la ciudad de Puebla, frecuentando por largas temporadas los gimnasios tradicionales como los de reciente apertura, también llevo a cabo trabajo de campo, registró y

---

entrevistas en los gimnasios de San Martín, de lo más importante es que carecen de una figura profesionalmente preparada para diseñar plan de actividad física y mucho menos preparada para recetar este tipo de productos; tras la barra se encuentra cualquier persona que con información mínima les dice a los usuarios que podrían tomar sin siquiera advierten de los efectos secundarios. Así pues, con el único fin de vender, a veces suministran medicamentos que pueden provocar taquicardias e insomnio entre otros síntomas. Problemáticas graves que no están en la agenda pública tanto como la obesidad.

El registro permitió reconocer, al menos en algunos centros deportivos de Puebla, un grupo importante de gente mayor de 50 años que ha practicado diversas actividades físicas como natación, caminata y sigue activa en el gimnasio. Otro grupo es el que ha sido remitido a practicar una actividad con el objetivo de mejorar la salud, incrementando la apertura de estos centros. Destacan los grupos que practican algún deporte independiente del gimnasio y se integran a los grupos que compiten en las Olimpiadas para la tercera edad. Estos grupos regularmente si acuden con el médico y el nutriólogo para determinar su dieta y actividad física.

En tanto que los asiduos al gimnasio, cada vez más jóvenes quieren alcanzar ideales difíciles de conseguir, sin una adecuada alimentación y control de su actividad física acorde a la edad.

En lo general, el sujeto practicante de la cultura fitness, quiere demostrar y mostrar que rápidamente consigue un cuerpo ideal, tanto por el ejercicio exhaustivo, como por el exceso en la ingesta de suplementos y otros

---

medicamentos. El objetivo es lograr cierta imagen, de manera eficaz, demostrar que se encuentra en parámetros aceptables, aunque a la larga el bienestar que se busca, no se logre y se resulte en consumo de sustancias perjudiciales a la salud. Hoy, la vigorexia es reflejo de un mal social que tiene que ver con la búsqueda de perfección ante la mirada vigilante de las redes sociales y la presión que hacen son sus propios verdugos.

### **A manera de conclusión**

Nos encontramos frente a un sistema de alimentación moderno que, atravesado por los discursos de la medicina, la nutrición, la ciencia y la tecnología, al servicio del capitalismo, la industria fitness, la industria alimentaria, en suma, complejidad crítica que lejos está de reconocer sus efectos en la salud, si bien es altamente recomendable realizar actividad física en función de mejorar, adquirir bienestar, salud y una imagen corporal socialmente aceptada, se requieren estudios profundos sobre las consecuencias de hacer dietas o consumir complementos sin tomar en cuenta la corporeidad individual. La posmodernidad avanza, en tanto hace riesgosa y difícil la tarea de elegir los alimentos en la sobreabundancia, elegir lo adecuado de acuerdo con la rutina cotidiana, actividades, horas de trabajo y de ejercicio.

En un extremo se encuentran las consecuencias de “comer mal”; las enfermedades producto de una industria alimentaria que avasalla con publicidad y nos convierte en un país de obesos, obsesionados con la delgadez, pero que

---

consume sin control adecuado. En un intento de escapar a esta realidad, se inserta la cultura fitness que, con la bandera del bienestar, presupone lograr salud. El modelo de imagen corporal se expande entre hombres y mujeres habitantes de ciudades, localidades y pueblos, jóvenes y adultos, igualmente llega a los pequeños que, de la mano de sus padres, acuden al gym infantil. Alternativas en busca de alcanzar ideales de belleza/salud; sin embargo, estas no escapan del riesgo, en todo momento las prácticas alimentarias se ven acompañadas de productos que no se toman con la debida precaución y a la larga tienen consecuencias fatales.

Si bien, se tendrá que trabajar con el apoyo de nutricionistas y otros especialistas quienes son los encargados de estudiar y analizar el esfuerzo, consumo de energía y por consiguiente adaptar la dieta adecuada a la corporeidad. Aunque en México como en otros países estamos lejos de superar los efectos de la posmodernidad.

Los estudios acerca de la cultura fitness permiten reflexionar sobre el cuerpo, sus consumos, la industria, la imagen corporal, entre otros aspectos; empero se requiere analizar las consecuencias en la salud, igualmente los efectos socioculturales de transformar hábitos, costumbres, o rutinas deportivas sin una adecuada dirección. Si bien se requiere de una exploración etnográfica más profunda nos sumamos a los esfuerzos que se hacen para la difusión de ejercitarse y conseguir una buena salud, no solamente una imagen o modelo corporal.

---

## **Bibliografía**

- Crespo, C. B. (2015). La cultura del cuerpo en tiempos de globalización . La cultura fitness. *Universidad Nacional de La Plata*.
- García Arnaiz, M. (2005). Maneras de comer hoy. Comprender la modernidad alimentaria desde y más allá de las normas. *Revista Internacional de Sociología*, 63(40), 159–182.
- Gracia Arnaiz, M. I. (2005). Cuerpo , alimentación y salud : razones para no comer. *Zainak*, 27, 149–164.
- Martínez Guirao, J. E. (2014). Construyendo los cuerpos “perfectos ”. Implicaciones culturales del culto al cuerpo y la alimentación en la vigorexia. *Universitas*, (21), 77–99.
- Muñiz, E. (2002). *Cuerpo, representación y poder. México en los albores de la reconstrucción nacional, 1920-1934*. México: Universidad Autónoma Metropolitana.
- Pedraza Gómez, Z. (1999). *En cuerpo y alma. Visiones del progreso y de la felicidad*. Bogotá: Departamento de antropología, Universidad de los Andes.
- Rey, J. (2010). Publicidad de productos de alimentación y productos vigoréticos: ¿Una cuestión de límite? *Icono14*, 8(3), 8. Retrieved from <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3733369&info=resumen&idoma=ENG>
- Secretaria de Salud. *Programa de acción específico. Alimentación y actividad física 2013-2018*. México, Secretaría de Salud, 2013. <https://drive.google.com/file/d/0B0K9c-Z-JA2nMGswXzk3RHZJU1k/view>
- Veraza, J. (2007). *Los peligros de comer en el capitalismo*. México: Editorial Itaca.

