

EL AERÓBIC, UN MERCADO CON RITMO CORPORAL

El aeróbic es un negocio que funciona. Desde los polideportivos de barrio o desde gimnasios pequeños y grandes, el aeróbic prolifera rápidamente. Entre el *stretching*, el *body building*, la sauna, los rayos UVA, los baños, el *jacuzzi*, la dietética, etcétera, el aeróbic se corona como favorito. Triunfa por encima de todo pronóstico una gimnasia con ritmo corporal, cuyos elementos son tan antiguos como la gimnasia misma y, sin embargo, actualmente, su sincronía tiene aceptación en gran parte de la población.

El aeróbic enfatiza tres aspectos: ambiente, belleza y recuperación de la forma. Si bien estos conceptos funcionan comercialmente, son, por otra parte, objeto de muchas críticas. Desde los profesores que se adhieren repentinamente al *affaire*, adoptando razonamientos —teóricos, seductores— que aseguran la necesidad de estos movimientos, hasta aquellos profesionales que se cuestionan que el método es más dudoso y que no tiene nada de bueno.

Para que siga siendo negocio y sea comercial es necesario mantener un aire innovador que garantice y consolide una imagen de marca, que sólo a través de profesionales, bien procedentes del mundo del espectáculo (cine, teatro...) bien técnicos cualificados, se puede garantizar.

La inquietud para los profesionales que enseñan aeróbic es el objetivo mismo de esta técnica y la diversidad de personas que quieren practicarla: niños, adolescentes, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad. Si la homogeneidad relativa en los grupos de trabajo es la piedra angular de cualquier tipo de enseñanza, en el aeróbic la desigualdad de estos grupos conlleva grandes problemas a la hora de plantear objetivos claros. Este tipo de técnicas necesitaría profesionales preparados que supervisaran dicha actividad. En la actualidad, la proliferación del aeróbic hace que, en muchos casos, se realice sin control, ya que no se exige la formación y los recursos pedagógicos necesarios para enseñar aeróbic.

La preocupación fundamental para el futuro inmediato del aeróbic es la justificación de su necesidad, que parece estar asegurada —haciendo las adaptaciones oportunas— tanto para señoras de avanzada edad con sobrepeso hasta la bella modelo preocupada por mantener su carrera, pasando por las secretarias, los médicos, los restauradores, los pintores, los publicistas...

Estas formas que toma la actividad física en la actualidad no creemos que procedan de los juegos olímpicos, más bien sirven para la autocomplacencia; en definitiva, para justificar un modelo de narcisismo a lo occidental. El aeróbic se configura como un tipo de estética que se pone de moda y, por ello, se generaliza y se masifica como un mercado con ritmo corporal.