

Construimos cuerpos perezosos y cuerpos eficaces, según Lipovetsky, que en la sociedad del turboconsumo, en la consumación total, permiten infiltrar las actividades de ocio por el “espíritu de la proeza” excitado por batir marcas y récords y conservar además el ideal de la esbeltez y el buen aspecto. Y en el mismo sentido, el surgimiento de deportes motivados por la emoción, el placer, las sensaciones inmediatas: el triunfo de la estética de las sensaciones, las múltiples prácticas deportivas, los comportamientos deportivos nómadas que transitan de una actividad a otra, el deporte diversión, la actividad extrema que significa ante todo la aventura de los sentidos, la novedad y la evasión. Y allí una lógica paradójica, pues detrás de la proeza y de la universalización del deporte ocio se esconde el triunfo de la pereza de quienes nos embelesamos con los deportes de alto rendimiento cómodamente sentados frente a las pantallas: las del televisor, las del portátil, las de la tableta digital, las del móvil.

Habría que reconocer deslizamientos necesarios del deporte espectáculo contemporáneo mediatizados: los ídolos deportivos y su caracterización e idealización. Los deportistas mediatizados, introvertidos, sencillos, carismáticos, aquellos que manifiestan su “lenguaje público” en la cancha y que han encarnado al “chico bueno” (la historia himself, del joven migrante, pobre y cargado de ilusiones, que logra triunfar) contra el “chico malo” (el joven triunfador, frívolo, millonario), una historia maniquea que llena cualquier fantasía mediática en cuanto a los ratings y todos los niveles de publicidad. El morbo comunicacional que se pone en juego.