

# Trail running y ‘postureo’ en redes sociales

Una crítica reflexiva al arte de la ‘autopromoción’ del corremonañero en estas plataformas.



17/02/2016 - Ezequiel Bellido Verdú / Foto: Sebas Romero

Para bien o para mal ya hace al menos una década que las redes sociales están entre nosotros. Claras son sus ventajas, las tienen y muchas, entre las más importantes: permitimos una fluida y frecuente comunicación, ya lo dice su naturaleza, ‘*sociales*’, compartir contenidos sencillos e información o bien encontrar a personas conocidas que hacía años que ni sabíamos de ellas. Hoy día su influencia es tal que literalmente se puede afirmar que si no estás en alguna de ellas no existes. La pura realidad es que las redes se han convertido entre otras cosas en un mecanismo para la expresión, un lugar para comunicar lo que te dé la gana de la manera que quieras y cómo no, una herramienta de promoción para personas, marcas, eventos y/o entidades etc.

Personalmente y en el campo del mundillo trail running, parcela que nos ocupa, nunca me hubiera imaginado que el modus operandi de la autopromoción individual llegara hasta el punto donde está hoy día. Como aficionado y practicante del trail running seguro que más de una vez has compartido en la red y de forma virtual algunos de tus entrenamientos, objetivos, logros, resultados o sensaciones. Leer cómo los demás también lo han hecho y han obtenido respuesta positiva, ánimos o halagos por parte de sus contactos, ha sido una buena motivación para que muchos de vosotros también os hayáis animado. Pero la verdad es que en este sentido y por norma general, el personal no sólo se ha contentado con compartir con los demás todo lo que hace en el ámbito deportivo, también ha necesitado sus respuestas, y que éstas fueran positivas y animosas, ha necesitado sentirse ‘*aprobado socialmente*’.

No podéis negar que es hasta bonito que vuestros amigos o seguidores comenten vuestra actividad, le den al ‘*me gusta*’, y/o os envíen ánimos o cumplidos. Pero cuidado, a partir de aquí entráis en el resbaladizo terreno de la dependencia en la tan conocida espiral del ‘*yo te doy cremita si tú me la das*’ o del ‘*halaga y serás halagado*’. Este es el modus operandi que provoca que la gran mayoría pierda la objetividad a la hora de valorar justamente todo lo que se publica en una red social. El más activo e insistente, el que más morro pone al asunto o el que mejor sabe las estrategias para tener éxito en este entorno –por ejemplo publicar a la hora de máxima audiencia– suele ser finalmente el más famoso y valorado. ¿Prevalece la cantidad de publicaciones a la calidad de las mismas? Mi respuesta es un rotundo Sí.

Pero lo peor está por llegar. A partir de lo comentado se genera el conocido **'postureo'**, sí ese término que está tan de moda y que desde no hace mucho ha entrado en nuestras vidas, mayormente a raíz de las redes sociales. Algunos hablan de algo que se tiene o no se tiene, por ejemplo, *'elegancia'* o *'actitud'*, yo lo definiría más bien como jugar a ser quien no eres con el único fin de recibir un reconocimiento social, algo así como hacer cosas de cara a la galería más bien por beneficio propio.

Pero el *'posturear'* en internet va más allá, y desde ya hace tiempo, esta actitud se ha visto potenciada por muchísimas marcas comerciales que han visto en ella una forma ideal de promocionar sus productos. Así, de sobra sabréis que ahora son much@s l@s corredores/as amateurs o de nivel medio que se han hecho un hueco en el *'famoso'* del trail running a base de convertir muchos de sus posts en reclamos publicitarios. Sí, triunfan aquell@s que tienen desparpajo, don de gentes, algo de tiempo para publicar diariamente, es@s que tienen un buen y asentado círculo de coleguitas, l@s que le echan morro al tema y elogian frecuentemente a un producto o marca determinada, es@s son los que pese a no tener un alto nivel atlético, han conseguido que *'corremontañerar'* no les cueste dinero. El *'posturear'* funciona, sino que se lo pregunten a algún@s de ell@ o bien a muchas marcas o carreras de nuestro sector, ¿para qué van a contratar publicidad en los medios especializados teniendo a un buen puñado de aliados bombardeando en las redes?

Lógico, a estas firmas y eventos les sale más rentable abastecer de material o pagar alojamiento y/o viaje o inscripción a un buen puñado de corredores amateurs, que costear una campaña publicitaria en los medios de comunicación especializados o que pagar mediante un buen contrato a los mejores corremontes del momento. ¿Quizás son estos dos los menos beneficiados de esta nueva corriente de redes sociales y publicidad? ¿Va esta tendencia de propaganda en contra de la profesionalización del trail running? algo tan buscado y piedra fundamental de la consolidación nacional y mundial de nuestra disciplina.

Por supuesto que respeto este sistema de promoción pero es imposible que lo pueda compartir ni secundar. A mí entender este fenómeno no facilita las cosas a los mejores corredores, a los de más alto estatus, a los que objetivamente lo merecen, a los ganadores, a los referentes, a los que inspiran, a los que utilizan muchos eventos como reclamo publicitario para conseguir que se llenen sus parrillas de salida.

Quizás me quedé anticuado, vengo de otra época, de finales de los 90, cuando corríamos por el monte con camisetas de algodón y con relojes Casio. Por aquel entonces para que te regalaran un simple par de zapatillas te lo tenías que ganar entrenando duro, sudando de verdad y como poco, ganando alguna carrera.

Llamadme antiguo pero para mí la dinámica actual, la comentada más arriba, no nos ayudará en nada en un futuro, y tampoco a nuestros hijos quienes no se criarán en la sana y buena cultura del esfuerzo y la objetividad. Estos pensarán que con un ordenador, una conexión wifi y algo de morro se pueden conseguir aprobación social y cosas materiales, algo pobre, ¿no? Si el deporte es una de las herramientas que nos ayuda a conocernos mejor, ser justos, honestos y aporta valores humanos a lo que hacemos para crear una sociedad más sana y de mejor calidad, ¿por qué no utilizar las redes sociales en su justa medida y huir del postureo?