

Funning. Diviértete corriendo (Deportes (corner))



Fecha de publicación: 18 junio, 2015

Editor: Roca editorial

Autor: Rafa Vega

Longitud de impresión: 168

Idioma: Español

PDF

El running, indiscutiblemente, es un fenómeno social: en total, según las encuestas de Runner ' s World, la principal revista especializada, hay alrededor de dos millones y medio de practicantes del running en nuestro país. Lo que genera en España, según datos de la consultora NPD Group, más de 300 millones de euros al año. Las marcas del sector no son ajenas al incremento del negocio y cada vez invierten más en publicidad. En sus campañas predominan los mensajes de superación. En imperativo, nos piden que seamos mejores, que rindamos más, que busquemos nuestro límite... La cultura del esfuerzo es beneficiosa, pero la esencia del running termina por atrofiarse. Hay mayor competitividad y el corredor, cuando no consigue sus marcas, se frustra y no disfruta

plenamente de esta actividad que sólo debería reportarle beneficios (físicos y mentales). El running forma parte de nuestro tiempo libre, es lúdico y, por tanto, debe suponer una liberación y no ser causa de presión. De ahí nace la expresión “ funning ” . Que el que corra, cada vez que salga a la calle, lo haga sintiendo que se está divirtiendo. En definitiva, el “ funning ” es una filosofía a la que se está uniendo cada vez más gente. Correr sin ataduras, sin necesidad de agobiarse por el reloj. Simplemente, correr por el mero hecho de sentirte bien y ser feliz.

<https://k2s.cc/file/61d95ba988ea6/7PSj6VIH6.pdf.rar>