



Foro José M. Cagigal

El campeón deportivo y la cuestión de la identificación en la sociedad postmoderna española

**Daniel Lapresa Ajamil
Ana Ponce de León Elizondo**

Universidad de la Rioja

Abstract

Throughout history the social mass has extracted the most suitable personalities so as to serve as archetypes, as exemplary guides inciting this exemplariness to the uniformity of conduct. This paper shows the clear role of the sporting champion regarding the structure of the collective conscience in the Spanish postmodern society.

Resumen

A lo largo de la historia la masa social ha extraído las personalidades más aptas para servir de arquetipos, de guías ejemplares, incitando esta ejemplaridad a la uniformización conductual. El presente artículo aborda el papel manifiesto del campeón deportivo en lo relativo a la conformación de la conciencia colectiva en la sociedad postmoderna española.

Introducción

La cosmovisión deportiva propia de nuestra sociedad se transmite principalmente mediante un proceso de enculturación. El deporte es una maquinaria que genera constantemente signos y símbolos productores de comunicación. El campo de juego consti-

tuye el escenario en el que se representan y ritualizan las distintas modalidades del mayor espectáculo del mundo contemporáneo, protagonizado por los héroes o campeones deportivos que edifican la historia de los distintos clubes, ciudades, comunidades o países. De hecho la posibilidad ofertada desde el submundo social deportivo para apropiarse de la atención de comunidades, ciudades e individuos, se convierte en una adscripción libre y voluntaria poderosa en la sociedad postmoderna actual harta ya de grandes promesas y relatos socio-políticos.

Al respecto y según datos de García Ferrando, M. (1986, pp. 26-29), los temas serios y que inciden con mayor peso en la vida cotidiana de los españoles, como pueden ser las noticias de tipo económico, laboral, político, educativo y sanitario, despiertan menor inte-



rés informativo que las noticias que giran alrededor de temas de menor trascendencia para las personas, como son los que se refieren a la vida social y de sucesos, al deporte y a la cultura. El mayor interés informativo por los temas sociales y deportivos y el menor interés informativo por los temas centrales de la vida cotidiana, tales como lo político lo económico o lo laboral, se explica, en parte, por la necesidad de la población por evadirse de los problemas diarios y por el deseo de encontrar fuentes de distracción y de entretenimiento.

Asimismo, en la sociedad postmoderna, el español no puede obtener una visión totalizadora y coherente de los complejos sistemas políticos, económicos, y religiosos en muchos casos contruidos sobre sistemas antagónicos, experimentando pues una sensación de desasosiego. Este desasosiego concreto no ocurre en el ámbito del deporte gracias a la simplicidad de sus contenidos y estructuras y a que el cuerpo y su movimiento se convierten en el centro sobre el que se erige todo el simbolismo deportivo. En una sociedad postmoderna española con una manifiesta desigualdad y especialización en la vertiente política y económica, por su lado el deporte, a través del principio de la igualdad de oportunidades a la desigualdad del resultado, recrea una realidad ritual, fragmentada e ilógica.

El espectáculo deportivo: arquetipo + acción ritual

Fierro, A. (1980, pp. 8-9) define rito como la repetición de diversos gestos, movimientos y ceremonias a fin de conseguir efectos concretos. Para el autor, los mitos son inseparables de los ritos. Los mitos refieren gestas en tiempos protohistóricos, tratando de esclarecer, interpretar y dar sentido a la condición humana, así como de explicar el curso de la historia.

El mito posee valor ejemplar, de modelo, o lo contrario, de hecho culpable, el cual precisamente da razón a la condición humana en sus aspectos más frustrantes. Pero el mito, más que explicar o dar razones, interpreta, da sentido, confiere significado a la vida hu-

mana, enlazándola con la vida de los héroes y de las clases. El mito hace pensar.

Según Acuña, A. (1994, pp. 138), el mito describe el ritual, diciendo como tiene que ser realizado, mientras que el ritual actualiza el mito, dándole vigencia. Es decir, el relato mítico se mantiene y repite en virtud del rito. Para que exista un rito, se necesita un modelo y un modelador, es decir, una acción ritual y un arquetipo. La acción ritual es lo que realiza el arquetipo; si no éste es un modelo muerto que sólo sirve para la admiración.

Por definición, un arquetipo es una figura impersonal, cuyo papel consiste en ser sujeto de una acción-pasión en el tiempo mítico, es decir en el tiempo absoluto. El arquetipo no es un personaje, es una imagen siempre polimorfa y antropomórfica que sirve de hilo conductor del relato. El acontecimiento arquetípico, no es un acontecimiento histórico y pasado, aunque la forma del relato esté en pasado, sino la expresión de una estructura actual de existencia y de valor universal, trascendental, —Gil, E. (1975, pp. 63-73)—.

A nuestro entender, aunque la definición esencial de arquetipo es categóricamente impersonal, hoy éste no nace como figura tal, sino que es el sujeto particular y puntual de una acción. No es un ser abstracto ya que ha nacido de una persona específica y luego se ha elevado a la abstracción. El acontecimiento arquetípico se expresa bajo forma de historia ejemplar propia de personaje concreto a pesar de remitir al acontecimiento como expresión de una forma abstracta universal y actual de la existencia humana. El hombre capta que su situación individual es parte social de una estructura común, y por lo tanto tiende a identificarse con arquetipos a través de sus acciones. Siempre se trata en todo caso de una experiencia interior humana, condicionada y vinculada por lo social.

A lo largo de la historia la masa social ha extraído las personalidades más aptas para servirle de arquetipos, de guías ejemplares, incitando esta ejemplaridad a la identificación e imitación conductual. Esta imitación no es un proyecto humano, una elección programada, a pesar de que en algunos casos haya estado favorecida jerárquicamente, sino que lo inusitado de los actos ha prendido en el pueblo.

El deporte tiene su campo de actuación en la estructura mundana; para él el cuerpo es el origen de todos los símbolos, el punto de referencia permanente de la figura arquetípica. A nivel deportivo la imitación e identificación es externa, física y tangible, centrándose la figura del arquetipo en aspectos de rendimiento y capacitación; el campeón deportivo sigue siendo una persona concreta aunque trascendida, un modelo, una categoría más allá y con base de su personalidad física.

Tanto en el terreno de lo deportivo como en el resto de las facetas de lo social los ejemplos arrastran. Todo hombre, en cualquier momento de su vida, sobre todo en su infancia y adolescencia tiende a mimetizarse con las personas superiores a él, con el ejemplo, con el modelo a seguir. Se da en el desarrollo de cada persona y en todos los ámbitos, no sólo en el deportivo; de hecho no hay más que observar las cadencias o los acentos en el habla de las diferentes provincias españolas.

Cuantitativamente, en la postmodernidad española, la imitación recae sobre el campeón deportivo y los personajes famosos del mundo del espectáculo —música, cine y teatro— (García Ferrando —1986, p. 26 y 27—). Esta asimilación, en el fondo, no es luchar contra lo convencional, sino hacerse convencional; el joven para acusar su yo se apoya en personalidades cuajadas, cultivando el propio valor a base de tópicos. La juventud postmoderna española podrá ser libre en cuanto a la elección de sus héroes, lo cual dudamos mucho —al estar mediatizada esta elección por los mass media y la publicidad del espectáculo deportivo—, pero no original. El mito, como expresión dramática de la ideología que vive la sociedad, dota de significado a la vida humana a través de los arquetipos. Estas imágenes míticas producen la vivencia por el sujeto de un Otros en él, siendo un proyecto hacia la unidad social, en un juego de relaciones a través de las cuales se reducen los contrastes. Al evocar experiencias realizadas por las figuras arquetípicas, el espectador se identifica con ellas, convirtiéndose así en acciones que él realiza. Resulta así el mito una exigencia de superación de la vida corriente o del conformismo social, una llamada a ensanchar las posibilidades de acción

del individuo. Lo que el hombre grita en el mito es la protesta a modelarse según la norma general, en la cual se encuentra inmerso por sus propias limitaciones, tanto sociales como de su condición humana, y su aspiración de romper los límites que impone la sociedad, en favor de la originalidad del individuo reflejada en las figuras míticas superadoras de toda limitación. Pero realmente esta general tendencia por escapar de la popular cotidianeidad, no es más que un proyecto global de simbolismo corporal conformado según la concepción ideal del cuerpo de la sociedad postmoderna española.

El campeón deportivo y la cuestión de la identificación en la sociedad postmoderna española

A lo largo de la historia, los relatos épicos, con sus parábolas éticas y morales, han sido verdaderas guías de conducta (Mandell, R. 1986, p.p. 39-40); hoy en día el campeón deportivo retoma esta función social. La inmensa popularidad de los campeones deportivos es un fenómeno masivo en las sociedades avanzadas que, según Brohm (1982, p. 290), atañe a la crisis de la identificación social. Para el autor, el desarrollo de la moderna sociedad capitalista ha supuesto una crisis profunda de las estructuras tradicionales que constituían hasta ese momento las formas normales de identificación y en especial de la familia.

El deporte condensa de manera original una estructura mitológica típica que puede implicar con facilidad a sus héroes en el sistema de competición. El principal aspecto alrededor del cual se desenvuelve esta mitología es el interrogante: "¿quién es el mejor?". Es por ello que los resultados deportivos están unidos a la categoría de acción heroica. El deporte representa simbólicamente una serie de fronteras mágicas o muros que franquear sucesivamente, los cuales no son sino valores netos numéricos, a través de los cuales se periodiza la historia. El tiempo histórico tan sólo aparece en el deporte en la medida que encuadra los resultados obtenidos en el Gran Tiempo deportivo.

En esencia los héroes son hombres, y los ídolos imágenes de un ser divino por las cuales el hombre lo representa. La veneración de imágenes es un vehículo, un instrumento del culto, mientras que los héroes son modelos comportamentales. En la sociedad actual por ídolo también se entiende una figura humana con capacidad de atracción respecto a la masa. Así pues, en la postmodernidad española, los conceptos ídolo y héroe se barajan apareciendo con características comunes. En el terreno deportivo el campeón es la referencia máxima de los aficionados al mismo y en consecuencia se convierte en el principal mediador entre los deseos abstractos que encarna y el deseo de realización de la masa. Así pues, el sujeto intenta imitar al campeón que actuará de mediador entre él mismo y sus deseos, entre su ser y su querer llegar a ser.

Para cada sociedad el cuerpo humano es el símbolo y el eje de su propia estructura; obrar sobre el cuerpo es obrar sobre la sociedad. Se asocia al campeón deportivo cualidades ejemplares que reflejan no sólo lo que es esta sociedad, sino también lo que espera ser y lo que quiere hacer ver que es sin serlo. El postmoderno busca en su cuerpo, y al no encontrar la imagen ideal que busca, se proyecta a través de los arquetipos, de los espejismos suscitados por la cultura. Toda la ideología que le rodea dibuja en cada persona una imagen ideal de cuerpo y comportamiento.

El deporte se vuelve cada vez más objeto de un aura dramática por su compartimentalización en el tiempo, ya que el espectáculo deportivo, en tanto que ritualizado, ofrece una vida emocional concentrada. Es decir, en el deporte se pueden desarrollar en un tiempo relativamente breve episodios que pueden durar muchos años en otros campos de la vida social. A través de las proezas realizadas por el campeón deportivo la masa se procura sensaciones narcisistas, constituyéndose en el sujeto sobre el que recae la cuestión de la identificación de gran parte de la juventud española de la época, a la que insufla los mismos valores, normas, axiomas ideológicos y entusiasmos ilusorios, proporcionando emoción y realización de una manera vicaria, delegada, al campeón deportivo.

Así pues, el campeón deportivo, constituye un polo de identificación no sólo técnica sino también de comportamiento social. Los jóvenes, mayoritariamente por la menor madurez de sus estructuras ideológicas, toman como punto de referencia a una figura capaz de lograr unos objetivos físicos, objetivables, manifiestos, que la gran mayoría tan sólo puede soñar con superar, convirtiéndola en el portavoz de un grupo social.

El campeón deportivo es el referente, el modelo a seguir, en el ámbito deportivo se convierte en una mercancía que asegura la promoción publicitaria de otra mercancía. En la sociedad capitalista los buenos campeones son la garantía de la empresa comercial deportiva, ya que la atracción, el flujo libidinal del aficionado hacia el jugador se sostiene a través de los referentes del deporte, en especial de su buen juego.

En los medios de comunicación no sólo las hazañas del campeón absorben la curiosidad de la audiencia, también lo hacen los sucesos comunes de su existencia diaria; y a través de su cotidianeidad la masa consume la identificación. La identificación con el campeón es en realidad una subordinación del individuo a una tipología humana ideal construida por los medios de comunicación. Por ello, los ídolos de masas son una uniformización social, una negación de la cotidiana individualidad (Brohm, J. M. 1982, pp. 296-297).

El campeón deportivo es fuente de identificación gracias a su notoriedad pública, manifiesta a través de la excelsidad de sus capacidades corporales y motrices, las cuales garantizan la optimización de sus resultados deportivos. Los mass media reproducen en la vida del campeón los dramas cotidianos de la gran mayoría de los individuos y por consiguiente les facilita una posibilidad de revalorizar su vida presentando estos actos o sentimientos biográficos como hechos fuera de lo común.

La contingencia del campeón deportivo

A nivel deportivo, los medios de comunicación hacen presentes las gestas y hazañas del campeón reactualizando los mitos e incluso



Figura 1.

recordando a sus precursores en el pasado reciente. Y es que en el deporte actual el héroe deportivo se aleja de los orígenes fijándose en el presente o pasado inmediato en el que se encuentra inserto el postmoderno español.

El deporte es una continua puesta al día; interesa el hoy y el ahora, no lo que ha quedado atrás como el nacimiento y posterior evolución de las modalidades deportivas modernas con sus correspondientes campeones deportivos. Ni lo primigenio, ni la evolución intermedia tienen especial importancia para el aficionado al deporte, que saborea, —salvo ocasional buceo en lo que de histórico hay en el deporte—, el momento concreto de la práctica deportiva a cargo del campeón deportivo de turno, el drama efímero protagonizado por un héroe contingente, prescindible, que interpreta la reactualización deportiva basada en la inestabilidad en el resultado. La figura del héroe deportivo encarna al especialista mismo de la superación, aquél que es capaz de sufrir y de vencer para eliminar los límites humanos. La superación se encarna adquiriendo una figura dramática humana. El entrenamiento físico y la competición deportiva obligan a combatir y a sufrir, enseñando que no hay victoria sobre uno mismo sin dolor. Ha sido instaurado un verdadero culto al sufrimiento, traducido como heroísmo en el entrenamiento a modo de loable sacrificio. Pero tan sólo una mínima parte de todos los practicantes y aspirantes a héroes deportivos llegan a la cima, al deporte de élite, y dentro de esta minoría, de por sí privilegiada, —ya

que la gran mayoría se pierden por el camino, con el sufrimiento y frustración que este hecho conlleva—, muchos menos son aquellos que alcanzan la entidad necesaria para acceder a la fama inherente al campeón deportivo.

En el deporte, sucede que se tienen en cuenta más las anécdotas que los contenidos, más los resultados que los procesos que a ellos conducen, más los gestos que los hombres y las mujeres que los sustentan, más las apariencias que sus razones y sentimientos. La faceta humana del campeón deportivo no interesa a la opinión pública, —salvo para identificarse con su persona momentáneamente—, la cual únicamente se embelesa ante sus cualidades excepcionales, no cotidianas. La única cara de los deportistas que los aficionados reconocen es la de la capacidad de producir resultados deportivos; todo lo demás a la larga les resulta intrascendente. Cuando el jugador ha finalizado el partido y sale del estadio vestido de calle, la vida civil lo devora, siendo tan sólo un resto de lo que aparece en el terreno de juego.

Bibliografía

ACUÑA DELGADO, A. (1994), *Fundamentos Socioculturales de la Motricidad Humana y el Deporte*. Universidad de Granada.

ALCOBA, A. (1987), *Deporte y Comunicación*. Madrid: Afanías.

BARBERO, J. I. (1992), "Deporte y construcción de conciencias y representaciones colectivas". *II Congreso de la AEISAD*. "Ciencias So-

ciales y Deporte". 23-24 de Octubre. Burriana, Castellón.

BLANCHARD, K. y CHESKA, A. (1986), *Antropología del deporte*. Barcelona: Bellaterra.

BROHM, J. M. (1982), *Sociología Política Del Deporte*. México: F.C.E.

COCA, S. (1993), *El hombre deportivo*. Madrid: Alianza Deporte.

— (1995), *Las mil caras del deporte*. *Revista Razón y Fe*. Tomo 232.

DÍEZ DE VELASCO, F. (1995), *Hombres, Ritos, Dioses. Introducción a la Historia de las Religiones*. Madrid: Editorial Trotta. Colección Paradigmas. Biblioteca de Ciencias de las Religiones.

ELÍAS, N. y DUNNIG, E. (1992), *Deporte y Ocio en el proceso de civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.

FIERRO, A. (1981), *El hecho religioso*. Temas Clave. Barcelona: Colección Salvat. Aula Abierta.

GARCÍA FERRANDO, M. (1986), *Hábitos deportivos de los españoles. (Sociología del Comportamiento Deportivo)*. Madrid: Instituto de Ciencias de la Educación Física y del Deporte.

— (1991), *Los españoles y el deporte. (1980-1990). Un análisis sociológico*. Madrid: Instituto de Ciencias de la Actividad y el Deporte.

— (1990), *Aspectos sociológicos del deporte. Una reflexión sociológica*. Madrid: Alianza Editorial.

GIL, E. (1975), *El Hecho Religioso, Fenomenología*. Madrid: Publicaciones de la Universidad Pontificia De Comillas.

HOCART, A.M. (1985), *Mito, Ritual y Costumbre. Ensayos Heterodoxos*. Madrid: Siglo XXI.

MANDELL, R. (1986), *Historia Cultural del Deporte*. Barcelona: Ediciones Bellaterra.

PICÓ, J. (1988), *Modernidad y Postmodernidad*. Madrid: Alianza Editorial.

RODRÍGUEZ, J. (1980), *Dioses y Héroes; Mitos Clásicos*. Temas Clave. Barcelona: Colección Salvat.

SÁNCHEZ MARTÍN, R. y SÁNCHEZ MARTÍN, J. (1992), *La construcción social de la emoción a través del deporte. II Congreso de la AEISAD: "Ciencias Sociales y Deporte"*. Burriana, Castellón.

TORO, C. (1996), *Caldera de pasiones*. Madrid: Ediciones temas de Hoy.

VELASCO DE, L. (1996), *Políticas del PSOE 1982-1995. Del cambio a la decepción*. Barcelona: ICARIA.

VERDÚ, V. (1980), *El Fútbol: Mitos Ritos y Símbolos*. Madrid: Alianza Editorial.