



Fòrum José M. Cagigal

El campió esportiu i la qüestió de la identificació en la societat postmoderna espanyola

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.

Resum

Al llarg de la història la massa social ha extret les personalitats més aptes per què li serveixin d'arquetips, de guies exemplars, incitant aquesta exemplaritat a la uniformització conductual. El present article aborda el paper manifest del campió esportiu en allò relatiu a la conformació de la consciència col·lectiva en la societat postmoderna espanyola.

Introducció

La cosmovisió esportiva pròpia de la nostra societat es transmet principalment mitjançant un procés d'enculturació. L'esport és una maquinària que genera constantment signes i símbols productors de comunicació. El camp de joc constitueix l'escenari en què

es representen i ritualitzen les diferents modalitats del major espectacle del món contemporani, protagonitzat pels herois o campions esportius que edifiquen la història dels diferents clubs, ciutats, comunitats o països. De fet la possibilitat ofertada des del submón social esportiu per apropiarse de l'atenció de comunitats, ciutats i individus, es converteix en una adscripció lliure i voluntària poderosa en la societat postmoderna actual farta ja de grans promeses i relats sociopolítics.

Respecte a aquest tema i segons dades de García Ferrando, M. (1986, pàg. 26-29), els temes seriosos i que incideixen amb un major pes en la vida quotidiana dels espanyols, com poden ser les notícies de tipus econòmic, laboral, polític, educatiu i sanitari, desperten menor interès informatiu que les no-



tícies que giren prop de temes de menor transcendència per a les persones, com són els que es refereixen a la vida social i de successos, a l'esport i a la cultura. El major interès informatiu pels temes socials i esportius i el menor interès informatiu pels temes centrals de la vida quotidiana, com són ara el polític, l'econòmic o el laboral, s'explica, parcialment, per la necessitat de la població per evadir-se dels problemes diaris i pel desig de trobar fonts de distracció i d'entreteniment.

Així mateix, en la societat postmoderna, l'espanyol no pot obtenir una visió totalitzadora i coherent dels complexos sistemes polítics, econòmics, i religiosos en molts casos construïts sobre sistemes antagònics, experimentant per tant una sensació de neguit. Aquest neguit concret no succeeix en l'àmbit de l'esport gràcies a la simplicitat dels seus continguts i estructures i a que el cos i el seu moviment es converteixen en el centre sobre el qual s'erigeix tot el simbolisme esportiu. En una societat postmoderna espanyola amb una manifesta desigualtat i especialització en la vessant política i econòmica, pel seu costat l'esport, a través del principi de la igualtat d'oportunitats a la desigualtat del resultat, recrea una realitat ritual, fragmentada i il·lògica.

L'espectacle esportiu: arquetip + acció ritual

Fierro, A. (1980, pàg. 8-9), defineix ritus com la repetició de diversos gests, moviments i cerimònies a efectes d'aconseguir efectes concrets. Per a l'autor, els mites són inseparables dels ritus. Els mites refereixen gestes en temps protohistòrics, tractant d'aclarir, interpretar i donar sentit a la condició humana, així com d'explicar el curs de la història. El mite posseeix valor exemplar, de model, o el contrari, de fet culpable, el qual precisament dóna raó a la condició humana en els seus aspectes més frustrants. Però el mite, més que explicar o donar raons, interpreta, dóna sentit, confereix significat a la vida humana, enllaçant-la amb la vida dels herois i de les classes. El mite fa pensar.

Segons Acuña, A. (1994, pàg. 138), el mite descriu el ritual, dient com ha de ser realitzat, mentre que el ritual actualitza el mite, donant-li vigència. És a dir, el relat mític es manté i repeteix en virtut del ritus.

Perquè existeixi un ritus, es necessita un model i un modelador, és a dir, una acció ritual i un arquetip. L'acció ritual és allò que realitza l'arquetip; si no aquest és un model mort que solament serveix per a l'admiració.

Per definició, un arquetip és una figura impersonal, el paper de la qual consisteix en ser subjecte d'una acció-passió en el temps mític, és a dir en el temps absolut. L'arquetip no és un personatge, és una imatge sempre polimorfa i antropomòrfica que serveix de fil conductor del relat. L'esdeveniment arquetípic no és un esdeveniment històric i passat, encara que la forma del relat estigui en passat, sinó l'expressió d'una estructura actual d'existència i de valor universal, transcendent (Gil, E. -1975, pàg. 63-73-).

Al nostre entendre, encara que la definició essencial d'arquetip és categòricament impersonal, avui aquest no neix com a figura impersonal, sinó que és el subjecte particular i puntual d'una acció. No és un ésser abstracte ja que ha nascut d'una persona específica i després s'ha elevat a l'abstracció. L'esdeveniment arquetípic s'expressa sota forma d'història exemplar pròpia de personatge concret malgrat remetre a l'esdeveniment com a expressió d'una forma abstracta universal i actual de l'existència humana. L'home capta que la seva situació individual és part social d'una estructura comuna, i per tant tendeix a identificar-se amb arquetips a través de les seves accions. Sempre es tracta en tot cas d'una experiència interior humana, condicionada i vinculada pel social.

Al llarg de la història la massa social ha extret les personalitats més aptes perquè li serveixin d'arquetips, de guies exemplars, incitant aquesta exemplaritat a la identificació i imitació conductual. Aquesta imitació no és un projecte humà, una elecció programada, encara que en alguns casos hagi estat afavorida jeràrquicament, sinó que l'inusitat dels actes ha encès al poble.

L'esport té el seu camp d'actuació en l'estructura mundana; per a ell el cos és l'origen de tots els símbols, el punt de referència per-

manent de la figura arquetípica. A nivell esportiu la imitació i identificació és externa, física i tangible, centrant-se la figura de l'arquetip en aspectes de rendiment i capacitat; el campió esportiu segueix sent una persona concreta encara que transcendent, un model, una categoria més enllà i amb base de la seva personalitat física.

Tant en el terreny de l'esportiu com en la resta de les facetes del social els exemples arrossegueu. Tot home, en qualsevol moment de la seva vida, sobretot en la seva infància i adolescència tendeix a ser mimètic amb les persones superiors a ell, amb l'exemple, amb el model a seguir. Es dóna en el desenvolupament de cada persona i en tots els àmbits, no solament en l'esportiu; de fet no cal més que observar les cadències o els accents en la parla de les diferents províncies espanyoles.

Quantitativament, en la postmodernitat espanyola, la imitació recau sobre el campió esportiu i els personatges famosos del món de l'espectacle -música, cinema i teatre- (García Ferrando -1986, pàg. 26 i 27-). Aquesta assimilació, en el fons, no és lluitar contra el convencional, sinó fer-se convencional; el jove per acusar el seu jo es recolza en personalitats quallades, cultivant el propi valor a base de tòpics. La joventut postmoderna espanyola podrà ser lliure pel que fa a l'elecció dels seus herois, cosa que dubtem molt, -en estar mediatitzada aquesta elecció pels mass media i la publicitat de l'espectacle esportiu-, però no original.

El mite, com a expressió dramàtica de la ideologia que viu la societat, dota de significat a la vida humana a través dels arquetips. Aquestes imatges mítiques produeixen la vivència pel subjecte d'uns altres en ell, i és un projecte cap a la unitat social, en un joc de relacions a través de les quals es redueixen els contrastes. En evocar experiències realitzades per les figures arquetípiques, l'espectador s'identifica amb elles, convertint-se així en accions que ell realitza. Resulta així el mite una exigència de superació de la vida corrent o del conformisme social, una crida a eixamplar les possibilitats d'acció de l'individu. El que l'home crida en el mite és la protesta a modelar-se segons la norma general, en la qual es troba immersit per les seves pròpies

limitacions, tant socials com de la seva condició humana, i la seva aspiració de trencar els límits que imposa la societat, a favor de l'originalitat de l'individu reflectida en les figures mítiques superadores de tota limitació. Però realment aquesta general tendència per escapar de la popular quotidianitat, no és més que un projecte global de simbolisme corporal conformat segons la concepció ideal del cos de la societat postmoderna espanyola.

El campió esportiu i la qüestió de la identificació en la societat postmoderna espanyola

Al llarg de la història, els relats èpics, amb les seves paràboles ètiques i morals, han estat veritables guies de comportament (Mandell, R. 1986, pàg. 39-40); avui dia el campió esportiu reprèn aquesta funció social. La immensa popularitat dels campions esportius és un fenomen massiu en les societats avançades que, segons Brohm (1982, pàg. 290), pertoca a la crisi de la identificació social. Per a l'autor, el desenvolupament de la moderna societat capitalista ha suposat una crisi profunda de les estructures tradicionals que constituïen fins aquell moment les formes normals d'identificació i de forma especial de la família.

L'esport condensa de manera original una estructura mitològica típica que pot implicar amb facilitat als seus herois en el sistema de competició. El principal aspecte prop del qual es desenvolupa aquesta mitologia és l'interrogant: "qui és el millor?". És per això que els resultats esportius estan units a la categoria d'acció heroica. L'esport representa simbòlicament una sèrie de fronteres màgiques o murs que franquejar successivament, els quals no són sinó valors nets numèrics, a través dels quals es perioditza la història. El temps històric només apareix a l'esport en la mesura que enquadra els resultats obtinguts en el Gran Temps esportiu.

En essència els herois són homes, i els ídols imatges d'un ser diví per les quals l'home el representa. La veneració d'imatges és un vehicle, un instrument del culte, mentre que

els herois són models comportamentals. En la societat actual per ídol també s'entén una figura humana amb capacitat d'atracció respecte a la massa. Així doncs, en la postmodernitat espanyola, els conceptes ídol i heroi es barallen apareixent amb característiques comunes.

En el terreny esportiu el campió és la referència màxima dels afeccionats a ell i per tant es converteix en el principal mediador entre els dissenys abstractes que encarna i el desig de realització de la massa. Així doncs, el subjecte intenta imitar al campió que actuarà de mediador entre ell mateix i els seus dissenys, entre el seu ser i el seu voler arribar a ser.

Per a cada societat el cos humà és el símbol i l'eix de la seva pròpia estructura; obrar sobre el cos és obrar sobre la societat. S'associen al campió esportiu qualitats exemplars que reflecteixen no solament el que és aquesta societat, sinó també el que espera ser i el que vol fer veure que és sense ser-ho. El postmodern busca en el seu cos, i en no trobar la imatge ideal que busca, es projecta a través dels arquetips, dels miratges suscitats per la cultura. Tota la ideologia que l'envolta dibuixa en cada persona una imatge ideal de cos i conducta.

L'esport es torna cada vegada més objecte d'una aura dramàtica per la seva compartimentalització en el temps, doncs l'espectacle esportiu, mentre que ritualitzat, ofereix una vida emocional concentrada. És a dir, en l'esport es poden desenvolupar en un temps relativament breu episodis que poden durar molts anys en altres camps de la vida social. A través de les proeses realitzades pel campió esportiu la massa es procura sensacions narcisistes, constituint-se en el subjecte sobre el qual recau la qüestió de la identificació de gran part de la joventut espanyola de l'època, a la qual insufla els mateixos valors, normes, axiomes ideològics i entusiasmes il·lusoris, tot proporcionant emoció i realització d'una manera vicària, delegada, al campió esportiu. Així doncs, el campió esportiu constitueix un pol d'identificació no solament tècnica sinó també de conducta social. Els joves, majoritàriament per la menor maduresa de les seves estructures ideològiques, prenen com a punt de referència a una figura capaç d'aconseguir uns objectius físics, objectivables,

manifestos que la gran majoria només pot somiar amb superar, convertint-la en el portaveu d'un grup social.

El campió esportiu és el referent, el model a seguir, en l'àmbit esportiu es converteix en una mercaderia que assegura la promoció publicitària d'una altra mercaderia. En la societat capitalista els bons campions són la garantia de l'empresa comercial esportiva, doncs l'atracció, el flux libidinal de l'afeccionat cap al jugador se sosté a través dels referents de l'esport, de forma especial del seu bon joc.

En els mitjans de comunicació no solament les gestes del campió absorbeixen la curiositat de l'audiència, també ho fan els esdeveniments comuns de la seva existència diària; i a través de la seva quotidianitat la massa consumeix la identificació. La identificació amb el campió és de fet una subordinació de l'individu a una tipologia humana ideal construïda pels mitjans de comunicació. Per això, els ídols de masses són una uniformització social, una negació de la quotidiana individualitat (Brohm, J. M. 1982, pàg. 296-297).

El campió esportiu és font d'identificació gràcies a la seva notorietat pública, manifesta a través de l'excelsitud de les seves capacitats corporals i motores, les quals garanteixen l'optimització dels seus resultats esportius. Els *mass media* reproduïen en tota la vida del campió els drames quotidians de la gran majoria dels individus i per tant els facilita una possibilitat de revalorar la seva vida presentant aquests actes o sentiments biogràfics com a fets fora del comú.

La contingència del campió esportiu

A nivell esportiu, els mitjans de comunicació fan presents les gestes del campió reactualitzant els mites i fins i tot recordant als seus precursors en el passat recent. I el fet és que en l'esport actual l'heroi esportiu s'allunya dels orígens fixant-se en el present o passat immediat en el qual es troba inserit el postmodern espanyol.

L'esport és una contínua posta al dia; interessa l'avui i l'ara, no el que ha quedat enrera com el naixement i posterior evolució de les

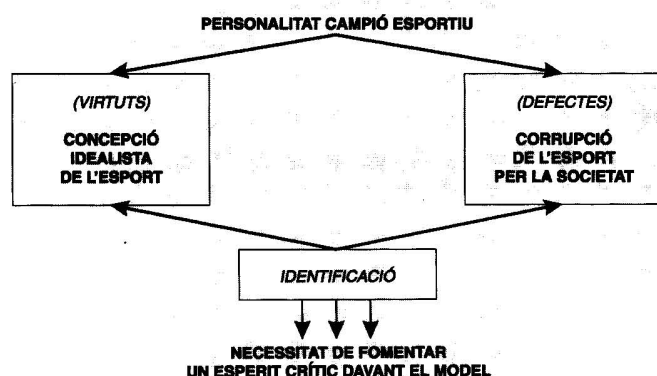


Figura 1.

modalitats esportives modernes amb els seus corresponents campions esportius. Ni el primigeni, ni l'evolució intermèdia tenen especial importància per al aficionat a l'esport, que assaïen, —excepte ocasional busseig en el que d'històric hi ha en l'esport—, el moment concret de la pràctica esportiva a càrrec del campió esportiu de torn, el drama efímer protagonitzat per un heroi contingent, prescindible, que interpreta la reactualització esportiva basada en la inestabilitat del resultat.

La figura de l'heroi esportiu encarna a l'especialista mateix de la superació, aquell que és capaç de sofrir i de vèncer per eliminar els límits humans. La superació s'encarna adquirint una figura dramàtica humana. L'entrenament físic i la competició esportiva obliguen a combatre i a sofrir, ensenyant que no hi ha victòria sobre un mateix sense dolor. Ha estat instaurat un veritable culte al sofriment, traduït com a heroïsmes en l'entrenament a manera de lloable sacrifici.

Però només una mínima part de tots els practicants i aspirants a herois esportius arriben al cim, a l'esport d'elit, i dins d'aquesta minoria, ja privilegiada per ella mateixa —ja que la gran majoria es perdien pel camí, amb el sofriment i frustració que aquest fet comporta—, molts menys són aquells que aconseguen l'entitat necessària per accedir a la fama inherent al campió esportiu.

En l'esport, succeeix que es tenen més en compte les anècdotes que els continguts, més els resultats que els processos que a ells condueixen, més els gests que els homes i les dones que els sustenten, més les aparenques que les seves raons i sentiments. La faceta humana del campió esportiu no interessa a l'opinió pública, —excepte per identificar-se amb la seva persona momentàniament—, la qual únicament s'embaraleix davant de les seves qualitats excepcionals, no quotidianes. L'única cara dels esportistes que els aficionats reconeixen és la de la capacitat de produir resultats esportius; tota la resta a la llarga els resulta intranscendent. Quan el jugador ha finalitzat el partit i surt de l'estadi revestit de carrer, la vida civil el devora, i és només una resta del que apareix al terreny de joc.

Bibliografia

- ACUÑA DELGADO, A. (1994), *Fundamentos Socioculturales de la Motricidad Humana y el Deporte*. Universidad de Granada.
- ALCOBA, A. (1987), *Deporte y Comunicación*. Madrid: Afanias.
- BARBERO, J. I. (1992), "Deporte y construcción de conciencias y representaciones colectivas". *II Congreso de la AEISAD. "Ciencias Sociales y Deporte"*. 23-24 d'Octubre. Burriana, Castelló.

- BLANCHARD, K. i 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*. Tom 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. i DUNNIG, E. (1992), *Deporte y Ocio en el proceso de civilización*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- FERRO, 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. i SÁNCHEZ MARTÍN, J. (1992), La construcción social de la emoción a través del deporte. *II Congreso de la AEISAD: "Ciencias Sociales y Deporte"*. Burriana, Castelló.
- 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.