



ACTUALIDAD EN EL DEPORTE: INVESTIGACIÓN Y APLICACIÓN

Luis Cantarero, F. Xavier Medina,
Ricardo Sánchez (Coordinadores)

1

VALORACIÓN Y DINÁMICAS DEL HECHO RELIGIOSO EN ESCENARIOS DEPORTIVOS: UN DIOS QUE JUEGA

OSCAR FERNÁNDEZ

ROBERTO CACHÁN

Universidad de León

INTRODUCCIÓN

El deporte se nos ha presentado como un invento de la sociedad capitalista victoriana que desde unos pasatiempos preindustriales populares configuró todo un dispositivo canalizado en sistemas de regulaciones y codificaciones, bautizó campos y estadios, creó prensa deportiva y apuestas. Implícitamente, se recurrió a los dioses reinventándose los juegos olímpicos, ejemplo de fiel cronista de la cultura con gran poder de convocatoria y dimensión social, y como hecho religioso. Además, el deporte parece haberse originado en la religión y durante mucho tiempo ha seguido manteniendo un carácter religioso, quizá por el trasfondo común de que la religión, como el deporte es algo eminentemente social.

En esta comunicación, síntesis de un trabajo de investigación que venimos desarrollando desde hace tiempo, vamos a analizar algunas claves sobre una ritualística emergente en contextos deportivos (estilos de vida, moda, mercado, filosofías, prácticas, discursos...) que se vuelcan hacia prácticas físico-deportivas en lugares de culto; e investigaremos la incorporación de catálogos deportivo-religioso en dispositivos como las nuevas formas de ocio o la cultura alimentaria, enmarcado en toda una cartografía de espacios hasta hoy poco estudiados. Todo ello bajo el paradigma que a continuación describimos.

1. DEPORTE Y RELIGIÓN: REFLEJO Y SÍMBOLO DE CULTURA

Como ha señalado Vincenzo Padiglione (1996) en las sociedades actuales el deporte es un hecho social total, capaz de integrar la pluralidad del propio sujeto además de captar la complicada trama de interrelaciones que ocurren en las sociedades contemporáneas en el contexto del deporte, donde localizamos la infinita posibilidad de comportamientos y de combinaciones de interrelaciones. Por su parte, ya señalaba Durkheim (1996: 107) que hay un buen número de manifestaciones religiosas que no se circunscriben a ninguna religión propiamente dicha; “en toda sociedad existen creencias y prácticas dispersas, que no están integradas en ningún sistema determinado”.

En este sentido, las manifestaciones que hoy encontramos referidas a la religión nos invitan a reflexionar sobre un proceso de descentralización. El hombre en su colectividad -proxemia- se hace partícipe de una simbología religiosa en un doble cauce: manifestación “desinteresada” de la religión única, clásica y centralista colocando el deporte como escaparate; o por el contrario en pro de una nueva forma de manifestarse aprovechándose de valores genuinos, arcaicos y reconducirlos al deporte. La conclusión, no definitiva, puede que sea que se dé una especie de metamorfosis: la religión no se crea ni se destruye, se transforma. La religión sirve y actúa en el deporte, refundición que hace que el hecho religioso refuerce y se refuerce desde el punto de vista de producción de significados. En este proceso de refundición deportivo-religioso, la religión se camufla para filtrarse en la vida cotidiana, se revela en multitudinarias situaciones y contextos, manifestaciones y conversaciones y en distintos sectores sociales.

De la misma forma Gil Calvo (1994) habla de nuevas formas religiosas institucionalizadas, que van desde viejas iglesias oficiales hasta subculturas modernas como el deporte. Manifestaciones, estas últimas, que más allá de su superstición e irracionalidad, tienden a generar sentidos. Se trata de la “consagración de lo profano, propia de lo moderno”.

Bourdieu (1987: 104) también apunta que en la actualidad se multiplican los agentes que están en competencia en el campo de la

manipulación simbólica, pugnando por manejar las visiones del mundo, las estructuras de percepción de ese mundo, las palabras y con ellas, los principios de construcción de la realidad social, y la religión se aprovecha de ello. “Cuando se deja de imponer una ideología dominante surge para acallar una nueva iniciativa secular adornada con efectos especiales, volviendo lo místico, lo alegórico.” Así, la religión centralista, única y universalista cede su lugar a prácticas y diseños menores de lo sagrado.

También, teólogos independientes dogmatizan del nacimiento de emergentes religiones, que ni siquiera van a conseguir un retroceso frente a lo científico, incluso existiendo deseos de destituirla, reducirla o modificarla, lo que de momento está ocupando una función simbólica, es el sistema que la mantiene: se reinventan centenarios, conviven tradiciones locales con modernas, se hacen peregrinaciones y se aproximan paraísos ancestrales artificiales (Terra Mítica o Port Aventura), con una “solidaridad orgánica” (parafraseando a Durkheim) que hace que existamos porque lo social da existencia.

Cuando Lapuerta Amigo (2007: 37) dice que “la religión es un sistema de ideas autoprotégido contra su eventual desaparición” está asistiendo a una óptica de religión como epicentro de la sociedad y a la vez de colador que se ha ido desenmascarando y es hoy, a través del deporte, como parece que ha encontrado suerte de expresarse y de preservarla. En este sentido Douglas (1978: 186) plantea que “allá donde una cultura se fabrica una imagen de la sociedad, esa imagen está dotada indefectiblemente de un carácter sagrado” y Maffesoli (2001: 42) a este respecto proclama su empeño en que “sería interesante aclarar la asombrosa sucesión circular de los fenómenos sociales, ávidos de un perfeccionamiento buscado en la religión”.

Pero el interés que históricamente han mostrado las Ciencias Sociales por el estudio de los temas relacionados con la Educación Física y el deporte, ha sido más bien escaso. Esto, entre otras cosas, ha contribuido a mantener a éstos, alejados de la conciencia social y

política¹. Quizá por esto, para salvar esta laguna, es necesario mostrar que son muchos los puntos de contacto y muchas las influencias entre las ciencias de la Educación Físico-Deportivas y la Antropología Social. En concreto, nos vamos a fijar como venimos refiriéndonos, a un aspecto de la antropología como es la religión o más propiamente, hechos religiosos, en el término que lo define Durkheim (1982). Huizinga (1984: 29) ya preconizó que la actividad lúdica genera la más alta de la manifestaciones de la vida cultural, como son el rito, el mito y el culto, como también resulta un hecho conocido que los juegos y las principales formas artísticas parecen haberse originado en la religión –y a este respecto Carl Diem (1996) afirmaba que todos los ejercicios físicos fueron cúltricos en sus orígenes- y que durante mucho tiempo, han seguido manteniendo un carácter religioso. Y como dice Durkheim (1982: 354), “se ve cuales son las razones: es porque el culto, aun dirigiéndose directamente a otros fines, ha constituido al mismo tiempo una especie de entretenimiento para los hombres. La religión no ha cumplido este papel por azar, gracias a un feliz encuentro, sino por la necesidad de su naturaleza”. En efecto, aunque el pensamiento religioso sea algo completamente diferente a un sistema de ficciones, las realidades a que corresponde no consiguen expresarse religiosamente más que si la imaginación las transfigura.

Para nuestro entorno más cercano, desde los distintos aparatos del Estado, ideológicos y coercitivos y desde sus propias empresas se ha promovido y dirigido la nueva religión de la práctica deportiva. Cómo decir que en ese proceso de transformación, siguiendo la idea durkheniana, es desde la antropología desde donde se puede hacer un estudio privilegiado: “llegará un día en que nuestras sociedades volverán a conocer horas de efervescencia creadora en cuyo curso surgirán nuevos ideales, aparecerán nuevas formulaciones que servirán, durante algún tiempo, de guía a la humanidad.... No hay ningún evangelio que sea inmortal, y no existe razón alguna para creer que la humanidad sea ya incapaz de concebir uno nuevo” (Durkheim, 1982: 398).

¹ J.I. Barbero (1991) hace tiempo que viene llamando la atención sobre este asunto, y pocos avances se han hecho producido desde entonces, como se señala en F. X. Medina y R. Sánchez (2003: 14-18).

2. DIMENSIÓN RELIGIOSO-SIMBÓLICA EN CONTEXTOS DEPORTIVOS

Como apunta Douglas (1978: 27) “el ritualismo está más desarrollado donde la acción simbólica se considera más eficaz”. Los rituales acontecen como acciones realizadas principalmente por una religión o por tradiciones de una comunidad, que en nuestro caso y por su valor simbólico legitiman el sistema al que pertenecen. Entendiendo el ritual, siguiendo a Turner (1980: 21-52 y 1988: 138) como una conducta formal prescrita en ocasiones no dominadas por la rutina tecnológica, y relacionada con la creencia en seres o fuerzas míticas, el símbolo aparece como la más pequeña unidad del ritual que todavía conserva las propiedades específicas de la conducta ritual. Los ritos pues constituyen conductas referidas a cómo el hombre debe comportarse con las cosas sagradas, que en su colectividad despierta en el grupo un alto sentimiento de pertenencia, *communitas*², es decir “confrontación directa, inmediata y total de identidades humanas” que implica “una relación entre individuos concretos, históricos y con una idiosincrasia determinada, que no están segmentados en roles y status sino enfrentados entre sí”. Es el ritual, según Turner, la forma que adquiere la expresión cultural-uni6n de sagrado y profano.

El ritual deportivo ofrece una dimensi6n simb6lica donde la variada participaci6n de individuos, grupos, clubs, peñas, espacios temáticos o gimnasios constituyen una m6ltiple funci6n: forma de integraci6n y de status, de diferenciaci6n (el nosotros frente al ellos) e identificaci6n simb6lica para que determinados colectivos reafirmen un derecho de pertenencia territorial y apropien el terreno donde la imagen -más allá de lo religioso- convierte un espacio físico en un territorio conquistado. En la antropología del deporte se amplían los límites espaciales como inspirador de la acci6n deportiva, ya que además de lugar de acci6n es lugar de interpretaci6n. Prueba más palmaria de ello es el hecho de la kinestesia de los personajes, una absoluta autoría de gestos, posiciones y rituales proyectados.

² La *communitas* se opone al modelo estructural, es decir al orden social dominante, aquel en donde la sociedad hace gala de su disposici6n cognitiva para reflexionar sobre el mundo y ordenar la vida mancomunada de forma diferenciada y jerárquica con el fin de perpetuarse (Turner, 1988: 138).

2.1. Ritualística en espacios deportivos

Veamos brevemente ahora, una serie de espacios que contribuyen a esta ritualística religiosa deportiva. Para comenzar, la iglesia fue una de las mejores agencias de difusión del mensaje deportivo en la Inglaterra victoriana, lugar, como señalábamos al principio, de origen del deporte moderno. Así, clubes y equipos deportivos se constituyeron al amparo de instituciones religiosas. Como apunta P. M. Young (1968: 111), “el coadjutor y el párroco, inspirados en su propia educación juvenil, con frecuencia se disponían a salvar almas con la Biblia en una mano y el fútbol en la otra”. Un movimiento evangélico creado en Inglaterra hacia 1831, en relación con el "problema" de las recreaciones populares, fue el *Lord's Day Observance Society*, movimiento proselitico, que también utilizaba la biblia como principal apoyatura teórica.

Por otra parte, la construcción de esa nueva industria de la cultura y la configuración del fútbol como "el deporte del pueblo", no hubiera sido posible sin la invención simultánea de un producto genuinamente novedoso, la prensa popular deportiva. Además, el interés o altruismo de ciertos patronos, hizo que las fábricas se convirtieran también en un foco de creación de clubes deportivos. La extracción social de estos nuevos equipos trajo consigo una nueva forma de ver el fútbol. Con las iglesias y otros espacios³ sucederá algo similar, ya que históricamente, la parroquia en Inglaterra sirvió como evidente lugar de culto y como perfecto entramado deportivo: sus espaciosos interiores, solemnes muros y pasillos se adecuaron para deportes como

³ La conversión de la Holy Trinity en Notting Hill, lo que es ahora el Harrow Club es un gran ejemplo. Otros ejemplos son la Iglesia Juventud de San Marcos en el centro de la comunidad de Depford y el Local de Juntas de Matthew, en Brixton. En Evreux se jugaba a los bolos en las naves de la catedral. En el País Vasco los juegos de pelota se realizaban en los arcupes, espacios porticados cubiertos en los rincones exteriores que dejaba el crucero de las iglesias. La Pelota nace en el equivalente medieval del *ágora* griega: el atrio o pórtico de las iglesias, lugar de celebración de las reuniones comunitarias y de la toma de decisiones, según Fossier (citado por González Abrisketa, 2006: 219). Ese espacio se denominaba, y todavía se denomina en algunos pueblos como Lizartza, *zimitorio*, por ser lugar de enterramiento. Famoso era el de Santiago en Bilbao, de donde se extendió el juego a la calle de la Pelota. Sobre la tumba de los antepasados, se reunía el concejo para la toma de decisiones políticas. En ese mismo lugar se escenificaba un partido de pelota, que no es más que la división de la unidad que la propia plaza simboliza.

bádminton, voleibol, fútbol-sala o lanzamientos. Hoy, a lo largo del Camino de Santiago se contemplan centenares de frontones aprovechando la pared de la iglesia, (o monasterios rehabilitados como Paradores u hoteles con encanto, etc.).

El fenómeno deportivo postmoderno se retrotrae, configurando territorios imanes a lo mágico, postmodernidad que define así Maffesoli (2001: 12): “sinergia del arcaísmo y del desarrollo tecnológico. Definición que está en congruencia con todos los fenómenos musicales, lingüísticos, corporales, de indumentaria, religiosos, médicos, que vuelven a dar a la naturaleza, a lo primitivo, a lo bárbaro, un lugar preferente”.

Todas estas prácticas y aficiones, al igual que los comportamientos alimentarios, estilos de vida, moda y ocio, nos sirven de signo de identidad cultural, donde se produce un elevado sentimiento de pertenencia (efervescencia colectiva), una “*communitas*” (Turner, 1969), relaciones en espacios liminales⁴ que estructuran el deporte moderno constituyendo un instrumento para articular significados de identificación, discursos que fomentan entre otros, la lealtad localista, la memoria comunitaria y valores cívicos-moralistas. El propio Turner (1977: 42) igualmente apunta que es en el ocio de las sociedades modernas donde podemos apreciar la liminalidad. Así, encontramos nuevos espacios cúltricos:

2.1.1. Las tertulias

Las tertulias deportivas⁵ en clubs y cafés aparecen en la literatura deportiva desde el siglo XVII donde los deportistas ya tienen su gastronomía particular que en reuniones de comunidad constituyen el nuevo auge de la nueva seña, una nueva teoría social, de debate,

⁴ Liminalidad expresada como fase del ritual intermedia donde el individuo no se integra enteramente en la estructura social. En esta fase liminal (entre separación e integración) es donde según Turner se produce esa *communitas*, concepto por consiguiente opuesto temporalmente al de estructura social (Turner, 1974: 231).

⁵ Tertulia que en su origen es un concepto incierto. Tal vez sea por Tertuliano, filósofo cristiano reaccionario contra todo sincretismo entre religión y filosofía, declarando su fe diciendo: “creo porque es absurdo”.

derivando consigo un suceso ritual, conciencia bajo mando deportivo, formándose así nuevos santuarios deportivos, espacios susceptibles de ritualización.

2.1.2. Las peñas y sus tribus

Dice Eliade (1967: 198) que la mayoría de los hombres “sin-religión” se siguen comportando religiosamente sin saberlo. El hombre moderno que se siente y pretende arreligioso dispone aún de toda una mitología camuflada y de numerosos ritualismos degradados. La gran mayoría de los “sin-religión” no se han liberado de los comportamientos religiosos, de las teologías y mitologías. Y como escribe Galeano (1995: 13) “jugar sin hinchas es como bailar sin música”, que es lo que concibe un cariz ceremonial, junto con los fieles, donde los más fervientes están reagrupados en las peñas y comulgan como oficiantes encargados de la ejecución del “sacrificio”, bajo la dirección de un garante. Este fervor emocional expresado a través de la intensa participación corporal, marca de toda actividad ritual repleta de peregrinajes, palabras o cantos convencionales, como si de una tribu se tratara (Morris, 1982: 31). Y parece que no existe un ritual que no se desarrolle sin una expresión cantada. También conductas, gestos, lenguajes y actitudes codificadas, como en los rituales más tradicionales, vestimentas y materiales específicos que, contribuyen a esta metamorfosis de las apariencias que, es característica de todo ritual, ancestro y postmoderno. “En esta especial romería al tótem, y en señal de victoria, el dominio local se expresa través de la exaltación, conformando nuestra ciudad (plazas, monumentos,...) el terreno público conquistado, recuperado como lugar de celebración popular y de *communitas*” (Signorelli, 1999: 192-193).

2.1.3. Los parques temáticos: religiosidad ambiente

Un ejemplo diferenciado y peculiar son espacios donde conviven tradiciones locales con postmodernas: bolo-bolera, dardos-ballestas, o dónde proliferan museos etnográficos y se reinventan nuevos juegos de siempre. Se reclaman atracciones míticas con cualidades olímpicas

de la naturaleza a lo terrenal. De esta manera, se idean paraísos naturales exóticos cercanos (Port Aventura y Terra Mítica: Polinesia, el Oeste, China, los Aztecas y Mayas en el Templo de Sol) donde se recupera la arqueología, las danzas y la expresividad, el vestuario y los movimientos. De la misma forma, se reinventan centenarios (año del Cid) y se recuperan vías y recorridos (ruta de Don Quijote) que se recobran dotándoles de un contenido lúdico deportivo.

2.1.4. Mercado deportivo: esoterismo deportivo

El análisis mercadológico y publicitario también deja entrever cierta sacralidad en los productos de la cultura deportiva y popular: impera el negro en marcas deportivas; mortificaciones corporales mediante tatuajes o piercings muchas veces de ídolos deportistas. En los videos y anuncios televisivos también podemos ver monjes jugando al fútbol en el monasterio de Uclés; Ángeles y demonios luchando por la salvación (campana de Nike de 1995) en una batalla de fútbol en el campo-infierno; escenarios industriales y catacumbas en un choque entre deportistas donde el batir de palmas se tensionan con gritos retadores (campana Nike de 2007). Duelo y supervivencia (Secret Tournement) en un barco abandonado en medio del océano enfrentando figuras del deporte (campana Nike de 1998), The Mission (Nike), etc... Muchos de los productos conexas con una lógica guerrera: vikingos-Fernando Alonso de 2007, o competición ceremonial entre gladiadores (campana de Adidas de 2006), o el Real Madrid en un Chinchón western, (campana de Pepsi de 2006). Por ende, emergen objetos vintage, recuperación de viejos modelos, la vuelta a lo clásico. Carmen M. Barreto Vargas (2006: 62) nos indica algunos: se han recuperado “zapatos de boxeador y ciclista de los 60 para uso cotidiano. Adidas oferta modelos antiguos Originals, Prajna y Copenhagen, Puma ha recuperado el patrón King, etc.” La cadena de supermercados estadounidense de ocio y entretenimiento Wal Mart apostó por todo un contingente místico: los Blessed Toys (muñecos bendecidos) vendiéndose sobre todo en el llamado cinturón bíblico donde el movimiento evangelista es más fuerte (El País, noticia de sociedad, 24/09/2007).

2.1.5. Turismo rural: etnicidad y narcisismo de grupo

Se le otorga a la religión un sentido utilitarista asegurándose un beneficio de eficacia y privilegio siendo el deporte un proyector de pautas de consumo. En peregrinaciones como Lourdes o el Camino de Santiago se suceden como travesías de trekking, válvulas de escape de una vida enclaustrada donde se ofertan pines, camisetas o suvenires, siendo efectivamente el deporte un proyector de pautas de consumo: se busca el equilibrio interior, recuperar lo tradicional, la vida errante, etc. El Camino de Santiago ofrece un gran itinerario que ilustra además, múltiples espacios deportivos: frontones en las iglesias, ermitas recuperadas como hostales, espacios naturales, miradores, montes y altoyanos, recuperación de vías verdes o de ferrocarriles donde el senderismo y el cicloturismo se ven afectados en visitas y recorridos por pueblos y localidades de tradición patrimonial, histórica y religiosa, donde se escucha bastante “aquí antes había...”

La Actividad físico-deportiva en éste y otros campos se tribaliza, en vivencias con culturas ancestrales -su gastronomía y sus rituales-, acuñado con vocablos como etnoturismo, turismo tribal o turismo con pueblos nativos. Como dice Maffesoli (2001: 13), “surgen valores arcaicos tales como los particularismos locales, una referencia espacial más intensiva, religiosidad, sincretismo, culto al cuerpo, etnicidad, narcisismo de grupo.”

2.1.6. Los gimnasios: misticismo pagano

Ahora se respiran tendencias de recuperar y rescatar manifestaciones deportivas ancestrales curativas, religiosas y terapéuticas: biodanza, capoeira, artes marciales, danzas orientales o yoga. Se privilegia la espiritualidad y el folklorismo así como tendencias alimentarias saludables, étnicas y narcisistas.

2.1.7. Clubs selectos: otro tribalismo

Las conductas corporales con carácter ritualístico actúan como metáforas donde es teatralizada una identidad social que busca referente con otros roles (deportivos). Consumos que hace que se

converse para ser vistos. Experiencia estilizada, señuelos de consumos, tendencias alimentarias saludables y comportamientos culinarios asociados a hechos deportivos, no hacen deporte por ni para, practican un juego simbólico de adultos asistiendo a un exhibicionismo imaginario deportivo, procesualidad deportiva repleta de asimilaciones originales, en una dialéctica entre agentes objetos, son deportistas de “salón-comedor”,

2.1.8. Bares temáticos: propuesta ceremonial y ritualística

Durkheim (1982: 316) señala que la forma más mística de la comunión alimenticia aparece ya en la religión más rudimentariamente que se conocen. Se origina una sensibilidad y conciencia retórica, pasiva y puede que deshumanizada, un *modus vivendi* con la vertiente deportiva de escapismo, donde los sujetos comparten emociones, humor y anécdotas, territorialidad que alimenta el hecho egoísta de estar juntos, jugar al juego del lugar.

Acontece así toda una morfología monasterial, de ambiente sacro. Son por ejemplo, los Sports-bar, como El tercer tiempo, NBA, Parador Málaga Golf, Restaurant Sport City Café, etc. Aparecen por todas partes como cadenas de bares o restaurantes de comida rápida y maneran ejemplos en ambientación y actitudes deportivas, repletos de motivos decorativos, clásicos con modernos, alguna donación de deportistas famosos (guantes de boxeo, camisetas), verdaderos altares (con fotografías, vitrinas de trofeos,) donde se glorifican deportista escenificando mitos de otros tiempos. Incluso llama la atención la original gramática culinaria; las comandas o la disposición de la carta de menú-pretemporada, primer tiempo, segundo tiempo y prórroga. En alguno incluso sugieren propuestas deportivas o vegetarianas⁶.

Todo ello hace reafirmar, separados de su contexto y en otro escenario-mercantilizado- una completa exposición y recopilación a modo de museo de culto al deporte: el reafirmar “el nosotros tenemos” algo de élite, vivir su pasión y revalorarnos socialmente frente a la concentración de imágenes y al culto comercial. Promocionan el

⁶ Véase el artículo “La gastronomía, sabroso deporte”, *TIEMPO LIBRE*-guía de Sevilla, nov.1998: 30.

deporte, actúan deportistas en presencia, realizan ruedas de prensa y retransmisiones deportivas completando un dispositivo de prácticas que modelan el orden social y moral.

La convocatoria del seguidor, nos dice Juan Carlos, propietario del Sportleón, uno de estos locales situado en León, “se realiza por internet... nosotros aportamos pinturas para decorarse cuando hay partidos importantes sobre todo a nivel local”.

2.1.9. Otras actividades sociales: la comida como lugar de encuentro

M. Gracia (2002: 17) define la antropología de la alimentación, como “la disciplina dedicada al estudio de las prácticas y representaciones alimentarias de los grupos humanos desde una perspectiva comparativa y holística”, planteando además que “la incorporación de los alimentos supone también la incorporación de sus propiedades morales y comportamentales contribuyendo así a confirmar nuestra identidad individual y cultural”.

Hay productos que significan creando protagonismo dentro del ritual al acotar modos de comportamiento, contextos situacionales e identidades. Sahlins (1997: 205) por ejemplo, sostiene que los esquemas simbólicos de lo comestible se vinculan a los procesos de producción lo que genera un nuevo orden totémico que envuelve relaciones entre quienes comen y aquello que se come.

El comer embutido en muchas zonas reproduce cotidianeidad y simbolismo como el caso que muestra Gil Gastón (2004: 26): “Pieza liminal por excelencia, el chori ofrece la posibilidad de construir contextos de convivencia que van más allá de los usuales efectos de la comensalidad cotidiana. Por sus aspectos prácticos (fácil de hacer, rápido para comer, relativamente barato) y simbólicos (la comunión grupal masculina, su marca nacional) logra expresar la mayor densidad significativa en los espacios rituales”. De la misma forma, dentro de un complejo sistema de comidas en el que se opone en primera instancia a otros de su tipo, el embutido leonés los desplaza para constituirse en un componente nodal de un amplio ritual de identidad leonesa: Ante la falta de alimentos en su visita al hotel de

Chekhov, el equipo de balonmano de León, “Ademar (Liga de Campeones con el equipo ruso) decide llevar a partir de ahora a todos los enfrentamientos productos leoneses” (Diario de León, 9/02/2008). Y es que se presentan productos como creación de identidad local, donde la conciencia colectiva de un producto simboliza el imaginario deportivo. Los consumidores establecen relaciones entre productos y conductas: las marcas reproducen actitudes haciendo que el consumidor se identifique emocional o afectivamente. Sucede por ejemplo en Euskadi, según el caso que muestra Hubert (1998: 153-160) en que las etiquetas de quesos de una empresa figuran evocaciones de la pelota vasca, juegos de fuerza o de sitios naturales famosos de la región: “la representación mental se desliza a veces hasta la elaboración de un mito alimenticio”.

2.1.10. El boom inmobiliario

Nos ofrece también su “espacio” en lo deportivo, otorgando un signo de identidad: se intentar representar, parafraseando a Mircea Eliade (1967: 37), como axis mundi (centro del mundo) por sus virtudes de recogimiento. Se vanaglorian a través de súbitas ofrendas muertas que no siendo milagrosas rayan lo épico con todo un imperio de signos: espacios a modo de apariciones, suntuosos campos de golf, piscinas exóticas, cercanías de turismo activo y vida natural, unifican el espacio deportivo buscando un ambiente monacal en *communitas*, un gancho para ninguna de las dos partes -ni vendedores ni vendidos-, consumidores basados en la indiferencia, ofertas “gratuitas”, desinteresadas pero con un alto coste simbólico.

CONCLUSIONES

Las conductas intervencionistas, la intromisión accional los discursos lingüísticos (incluidas las maniobras semánticas para encubrir su pérdida de hegemonía y que pecan de resultadismo) revelan patrones comunes de los dos procesos examinados, deportivo y religioso. Dicho de otra manera: se han analizado una serie de prácticas deportivas que están impregnadas de connotaciones religiosas. Incluso parcelas como la alimentación, los procesos de identificación y las

nuevas formas de ocio también se ven afectadas. Y es que en los dos procesos, teniendo a lo largo de la historia gran capacidad de convocatoria, y siendo la religión con sus usos y movibilidades la que parece más interesada ahora en procesar y profesar valores deportivos, es el deporte el que parece servir de soporte de la religión. . Dicho de otro modo, el hecho religioso se amarra a otras propuestas (deportivas) que convocan y socializan.

Emerge una cultura deportiva, que viene determinada por los participantes y las relaciones que han penetrado en los grupos y, conformado estructuras de poder contribuyendo a coexistir con un carácter religioso. El deporte se ha hecho servidor de la religión, donde ritualismo y conductas deportivas van de la mano. En última instancia lo que se quiere indicar cuando se afirma que el deporte es una forma de comportamiento ritual es que, como afirman Blanchard y Cheska, (1986: 37) el deporte transmite un mensaje trascendente relativo a la tradición y a los valores compartidos de una sociedad específica, a través del juego competitivo.

Si el deporte (y su institucionalización) por un lado, canalizaba la violencia y la energía en forma de tensiones controladas, como sugiere el análisis de Elías y Dunning (1992) y por otro lado, queda probado que transmite los valores que configuraban el “habitus”, como propone Bourdieu (1999: 183 y ss.). El habitus determina los gustos y las inclinaciones de las personas hacia determinadas prácticas deportivas.

Por último, parece que muchos autores relacionan el debilitamiento progresivo de la religión en las sociedades contemporáneas con el aumento creciente de las prácticas deportivas. Se anima a pensar que el deporte es la nueva religión, ya que se puede observar cómo para muchos individuos, como señalan Elías y Dunning (1992: 247), el deporte “parece tener una importancia religiosa o casi-religiosa, en el sentido de que se ha transformado en una de las principales, si es que no en la principal fuente de identificación, significado y gratificación en sus vidas”. En este sentido, no hemos querido forzar los paralelismos religiosos con los deportivos sino remarcar una realidad que para unos tiene su conciencia o razón de ser, (incluso la prensa deportiva es partícipe de estas conexiones) logrando abrir nuevos

estudios en esta parcela de la antropología deportiva que parece no ha convocado.

No podemos dejar de señalar, como colofón y justificación, una cita a Mary Douglas (1978): “Si no podemos aplicar los hallazgos de la etnología tribal a nuestro propio contexto social, poco interés nos ofrecerá estudiarla”.

BIBLIOGRAFÍA

BARBERO, J.I., (1991) "Sociología del Deporte. Configuración de un campo". *Revista de Educación*, 295, pp. 345-378.

BARRETO VARGAS, Carmen M. (2006) “Arquitectura corporal: pasiones deportivas e identificaciones estéticas”, *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares*, vol. LXI, nº2, pp. 59-77.

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

BOURDIEU, P., (1978) "Sport and social class", en *Social Science information sur les Sciences Sociales*, vol 17, nº6, p. 822.

BOURDIEU, P., (1988) *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid, Taurus.

BOURDIEU, P. (1996) “La disolución de lo religioso”, en BOURDIEU *Cosas dichas*. Barcelona, Gedisa.

CACHÁN, R.; FERNÁNDEZ, O. (1998) “Deporte o religión. Un análisis antropológico del fútbol como fenómeno religioso”. *Apunts: Educación Física y Deportes*, 52, pp. 10-14.

CANTÓN, M. (2001) *La razón hechizada. Teoría antropológica de la religión*. Barcelona, Ariel.

DIEM, C. (1966) *Historia de los deportes*. Barcelona, Caralt.

DOUGLAS, M. (1978) *Símbolos naturales*, Madrid, Alianza.

DURKHEIM, E. (1982) *Las formas elementales de la vida religiosa*. Madrid, Akal.

- DURKHEIM, E. (1996) *Clasificaciones primitivas y otros ensayos de antropología positiva*, Barcelona, Ariel.
- ELÍADE, M. (1967) *Lo sagrado y lo profano*, Madrid, Guadarrama.
- ELÍAS, N.; DUNNING, E. (1992) *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.
- FERNÁNDEZ, O.; CACHÁN, R. (1997) “Cultura alimentaria, mitos y deporte” en *Estudios Humanísticos*, 19, pp. 325-332.
- FERNÁNDEZ, O.; CACHÁN, R. (1998) “La liturgia del fútbol. Ensayo de antropología del Deporte”, en *REEFD*, 2, pp. 5-11.
- GALEANO, E. (1995) *El fútbol. A sol y sombra*, Buenos Aires, Siglo XXI.
- GIL CALVO, E. (1994) “Religiones laicas de salvación”, en *Formas modernas de religión*, Madrid, Alianza.
- GIL GASTÓN, J. (2004) “Fútbol y ritos de comensalidad. El chori como referente de identidades masculinas en Argentina”, *Anthropologica*, vol. 22, pp. 7-29.
- GRACIA, M. (2002) *Somos lo que comemos. Estudios de alimentación y cultura en España*, Barcelona, Ariel.
- GONZÁLEZ ABRISKETA, Olatz (2006) “Fundación cultural en el deporte: el caso de la pelota vasca”, *Revista De Dialectología y Tradiciones Populares*, vol. LXI, n.º 2.
- HUBERT (1998) “Autour d’un concept: l’alimentation méditerranéenne, Techniques et cultures, nº 31-32 (Dynamique des pratiques alimentaires), pp.153-160.
- HUIZINGA, J. (1998) *Homo Ludens*. Madrid, Alianza.
- LAPUERTA AMIGO, F., (2007) “Naturalizar la religión”, *Revista de Libros*, nº 132, pp. 33-39.
- MAFFESOLI, M. (2001) *El Instante eterno, el retorno de lo trágico en las sociedades postmodernas*, Barcelona, Paidós.
- MAFFESOLI, M. (2007) “Los fenómenos emergentes del nuevo tribalismo y sus consecuencias socio históricas”, *Anthropos*, nº215, pp.3-20.

- MORRIS, D. (1982) *El deporte rey. Ritual y fascinación en el fútbol*, Barcelona, Argos Vergara.
- PADIGLIONE, V. (1996) “Antropología del deporte y del ocio”, en Prat, J. y Martínez, A., (eds.) *Ensayos en antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva*, Barcelona, Ariel.
- SAHLINS, M. (1997) *Cultura y razón práctica. Contra el utilitarismo en la teoría antropológica*, Barcelona, Gedisa.
- SIGNORELLI, A. (1999) “La hinchada y la ciudad virtual”, en *Antropología urbana*, Barcelona Anthropos UAM, pp. 189-205.
- TURNER, V.W. (1974) *Dramas, Fields and Metaphors. Symbolic Action in Human Society*, Ithaca, Cornell University.
- TURNER, V. W. (1980) *La selva de los símbolos, aspectos del ritual ndembu*. Madrid, Siglo XXI.
- TURNER, V.W. (1988) *El proceso ritual. Estructura y antiestructura*, Madrid, Taurus.
- YOUNG, P.M. (1968) *A history of British football*, London, Staley Paul.