



CRAIG BROUGH / REUTERS

Colectivo. Aficionados de distintas edades, procedencias, estratos sociales e inquietudes culturales se unen en los campos conectados por los mismos rituales, mitos y símbolos

ESTEVE GIRALT
Tarragona

Yo no veo el fútbol, es mi manera de sentirlo", explica Migue, invidente, sentado en la grada del estadio del Granada, en un spot promocional del club andaluz realizado por la directora catalana Neus Ballús (*La Plaga*). Migue es uno de los espectadores más devotos del Nuevo Los Cármenes, ahora objeto de una novedosa investigación antropológica. "Migue es la personificación de toda la tesis. A nivel de valores y creencias, de la trascendentalización del fútbol, de la identidad, del mito y del ritual", dice Guillermo Acuña, investigador de la Universidad de Granada, autor de uno de los primeros estudios antropológicos realizados en las gradas de un campo de fútbol.

"Para algunos, que Migue vaya al estadio podría no tener sentido, porque es ciego, pero lo que lo caracteriza es su identificación con el Granada, el sentirse parte de esa comunidad", añade Acuña. Su trabajo, *La cultura de gradas en el fútbol*, ha servido para confirmar una hipótesis: lo que sucede en las gradas trasciende al deporte y conecta a aficionados de distintos estratos sociales, edades, formación u orígenes.

El más que un club que tanto ha popularizado el Barça no sería pues, en cierto modo, ninguna exclusiva. En muchos otros estadios, en cada caso con sus matices y particularidades, se comparten valores que acaban formando una identidad colectiva. "Cada club proyecta una imagen y unos valores; en el caso del Granada destacan el espíritu de sacrificio y la lucha. En otros campos, hay ideologías y sentimientos políticos", añade Acuña. Y para reforzar estos valores se genera toda una simbología asociada, incluidos mitos y rituales, sean cánticos, banderas o pancartas.

Como se concluye en el estudio, que se editará en forma de libro, "el estadio de fútbol constituye un espacio de socialización donde se refuerza la construcción de una

La antropología encuentra en los estadios de fútbol mecanismos de transmisión de valores similares a los de la religión o la política

La grada como identidad compartida

identidad compartida en torno al club, que, vinculado a un territorio y a sus gentes, propicia emociones, pensamientos y comportamientos distintivos de un modo de ser cultural".

El interés de las ciencias sociales, sobre todo desde la antropología, por lo que sucede en torno al fútbol no es nuevo. No sólo en Europa, también en América. La prestigiosa antropóloga Merce-

Un investigador de la Universidad de Granada se pasa quince meses estudiando a los aficionados en el estadio

des Fernández-Martorell (UB), conocida por su trabajo sobre la violencia machista, ha investigado el fútbol. "Se utiliza como una herramienta para construir la identidad colectiva e individual", dice. "Hay también religión y mucha política en el fútbol, existe una interrelación evidente", añade Fernández-Martorell.

Otros antropólogos, como el francés Christian Bromberger, han entrado en los estadios, en su caso en el del Olympique de Marsella, para analizar el comportamiento de los espectadores y observar "la recomposición geográfica y social de las gradas". Se trata, añade el francés, de un "escenario que aparece como un observatorio de la sociedad".

"La identidad es el factor deter-

minante por el rol y el sentido de pertenencia", sostiene Acuña. Cada aficionado desempeña dos papeles, explica. "El que juega dentro de cada estadio, porque no es lo mismo sentarse en tribuna, en el palco o en los goles, y el que se representa globalmente al formar parte de la comunidad".

Existen otras miradas desde la antropología, más críticas. "El estadio es un espacio de consumo

"Hoy en día nuestras identidades se hacen a la carta, ya no se construyen religiosamente"

pasivo, donde es fácil generar sentimientos e identidades; se le atribuye un papel, en una participación muy organizada por el club, que es como el centro comercial. El deporte espectáculo refleja los valores del neocapitalismo", advierte Gaspar Maza, doctor en Antropología, con varias investigaciones sobre la función social del deporte.

"Cada uno tiene su identidad, por la familia, el lugar donde ha nacido o las oportunidades que ha tenido, pero el fútbol contribuye a la recreación de la identidad", mantiene Fernández-Martorell. "Es un sentimiento comunitario que no sé si va más allá del partido. Hoy en día nuestras identidades ya no se construyen religiosamente, se hacen a la carta: somos un poco seguidores de fútbol, practicantes de un deporte, tenemos nuestra familia...", argumenta Maza.

¿Qué tienen en común una educadora, una auxiliar de cocina, una psicóloga, una limpiadora, una enfermera y una ama de casa? El estadio de los Cármenes. Todas protagonizaron el otro spot promocional. "Es un grupo de mujeres que siguen juntas al Granada, los maridos se quedan en casa; socialmente y a escala generacional son muy distintas entre ellas", destaca Ballús. La grada las une. ●

VIEJA Y NUEVA SIMBOLOGÍA

"El fútbol refuerza el patriarcado"

■ A pesar de que algunos autores destacan la presencia y el protagonismo cada vez mayores de las mujeres en los estadios, su papel sigue siendo secundario. "La mujer queda fuera, es cierto que está dentro de los clubs o los programas de televisión, pero el fútbol sigue siendo un juego y enfrentamiento entre hombres", mantiene Mercedes Fernández-Martorell (UB). "No se la margina como antes, puede estar, pero no es protagonista de nada. El

fútbol en gran medida refuerza el patriarcado. Si asumimos que el fútbol representa a la comunidad, es muy importante porque transmite valores", alerta. "Hace 20 años en los estadios había un 5% de mujeres, hoy se llega al 20%, la situación ha cambiado totalmente", dice Guillermo Acuña. Christian Bromberger señala el espectáculo futbolístico "como un ritual fundamentalmente viril", pero con significativa y creciente presencia femenina.

Violencia verbal y física

■ A pesar de que han ganado en el fútbol valores propios de la sociedad actual, como la solidaridad, el esfuerzo o el respeto a la diversidad, sigue existiendo la violencia, que se expresa habitualmente de forma verbal o simbólica en los estadios. Afortunadamente, los episodios de violencia física, con agresiones entre aficionados o entre los jugadores, se han convertido en residuales. El espectáculo, en la cultura actual del entretenimiento, ha ido arrinconan-

do también el enfrentamiento y las referencias belicistas, aunque se mantiene en las grandes rivalidades entre clubs o selecciones enemistadas. Además de la violencia, también se transmiten valores negativos como la picaresca, el machismo, la homofobia o la trampa en el terreno de juego, con futbolistas simulando penaltis, lesiones o agresiones. Pésimo ejemplo, especialmente para el público infantil, cada vez más presente en los campos.