



Aficionados en la grada presencian un partido.

EN LAS CIENCIAS SOCIALES TAMBIÉN SE HABLA DE FÚTBOL

El fútbol es un hecho que está vinculado no sólo con el deporte sino también con la política, con las relaciones sociales o con la economía. “Se ha escrito, sobre todo, acerca de la violencia que rodea este deporte pero sabemos que el fútbol es mucho más que manifestaciones violentas” explica Ángel Acuña Delgado, catedrático de Antropología Social y doctor en Educación Física de la *Universidad de Granada*. Con el fin de estudiar ese carácter de fenómeno social complejo el profesor Acuña, junto con el investigador de Ciencias del Deporte Guillermo Acuña Gómez, ha centrado su interés en el ámbito de la grada, en concreto, en lo que acontece en ese microcosmo formado por los aficionados de un club, en este caso el *Granada Club de Fútbol*, durante sus años de permanencia en Primera División. Un trabajo de investigación que ha dado como fruto varios artículos científicos y una tesis doctoral. “El objetivo era estudiar las creencias,

Se le considera el deporte rey. Congrega a cientos de miles de personas desatando pasiones y emociones extremas: alegría, llanto, violencia... Hace correr ríos de tinta, llena horas de radio y televisión e inunda de información, opinión y mensajes las redes sociales. Muchos viven de él. Es un gran negocio que genera y mueve mucho dinero. No es sólo un deporte y por eso se ha convertido desde hace décadas en objeto de estudio por parte de investigadores procedentes del ámbito de las Ciencias Sociales. La Antropología, la Psicología o las Ciencias de la Comunicación contribuyen al mejor conocimiento de este fenómeno social.

Fuente: Luz Rodríguez
Asesoría científica: Ángel Acuña Delgado,
Guillermo Acuña Gómez y Gema Lobillo Mora

valores, mitos y fenómenos como el de la identidad. Ver el ámbito de la grada en su complejidad, no sólo como espacio para la violencia”, explica el antropólogo.

La grada es un espacio de socialización. Cada dos semanas un buen grupo de personas se concentra al mismo tiempo y en el mismo lugar, y conforman eso que se denomina *la afición*. “El sentido de identidad que se genera en torno al fútbol es muy interesante. Tiene un doble sentido -explica Acuña Delgado-: por un lado la identificación con el club, con el Granada, y por otro con la peña a la que se pertenece y que acude al estadio. Muchos de ellos no se acuerdan de cuándo empezaron a ser aficionados, pero sí tienen una conciencia clara y precisa de cuándo empezaron a ser miembros de una peña”. Los expertos han podido constatar que esta pertenencia a un grupo determinado se manifiesta con más claridad en



Aficionados invaden el terreno de juego tras un partido.

las denominadas peñas ultras. “Son ultras no por estar ligadas al ejercicio de la violencia, sino por llevar a cabo una animación incondicional en la que todos participan”, aclara Acuña Delgado.

El público del fútbol es muy heterogéneo. Las motivaciones que llevan a la gente al estadio también forman parte de esta heterogeneidad y se concentran en ser o no ser del equipo local, en ser hincha del Granada o visitante. Para el experto en Antropología, “la afición del Granada es peculiar en muchos sentidos. Por la historia del club, es un equipo de los que genera lo que llamamos nosotros *cultura del aguante*, de aguantar los malos resultados”. El Granada ha sido un club que en sus más de 86 años de existencia ha estado en muchas ocasiones “al filo de la navaja”, entre Primera y Segunda División. Esto imprime

una forma de ser en los espectadores. El lema del Granada es “la lucha eterna”. “Es una lucha permanente para mantenerse. Ese espíritu está muy presente en la afición”.

La religión del fútbol

“¿Hasta qué punto el fútbol es un sustituto no sólo de la guerra, como dijo el etólogo británico Desmond Morris (autor de ‘The Soccer Tribe’, 1981), sino también de la propia religión?”, pregunta el profesor Acuña. A su juicio, el fútbol tiene un sentido religioso, entendido desde la sacralidad, desde lo sagrado. Llena y forma parte del estilo de vida de muchas personas. Hay culto al equipo, a sus símbolos, y cuenta con todo un ritual de adscripción identitaria al club. “Se puede ver que, más allá de ser una simple afición, puede convertirse en algo esencial de la

vida de las personas. En ese aspecto introducimos el sentido de lo sagrado”, explica Acuña Delgado. A lo que se suma un elemento también importante en la mentalidad del aficionado: la esperanza. Esperar siempre algo mejor.

En este deporte hay mucho de tradición y de resistencia al cambio, y “esto da que pensar”, comenta el antropólogo. Así, la tecnología que se está introduciendo en los últimos años para evitar el error, sobre todo relacionado con el arbitraje (fuera de juego, penaltis, etc.) presenta cierta resistencia entre parte de los aficionados. Según indica el experto, “el error humano forma parte del fútbol, al igual que el azar. Son dos elementos importantes. Limitar y evitar el error hace que el juego pierda parte de su esencia. Sin error no hay debate, no hay opinión ni controversia”, concluye.

Cómo y dónde se habla de fútbol

Periódicos, radios, televisión, webs, redes sociales... Horas y horas, páginas y páginas, tuits y más tuits, hablando y escribiendo sobre fútbol. La información deportiva tiene mucha presencia en la sociedad y es origen de numerosos debates, análisis y tertulias. La investigadora Gema Lobillo Mora, doctora en Comunicación de la *Universidad de Málaga (UMA)* y experta en Comunicación y Marketing Deportivo, ha estudiado los cambios que se han producido en el ámbito de la comunicación futbolística en las últimas décadas. Este ha sido el objeto de su tesis, *Deporte y Comunicación: La comunicación organizacional en los clubes de fútbol profesionales*.

Para esta experta vinculada desde hace veinte años profesionalmente al mundo de la comunicación y el marketing deportivo, el fútbol tiene distintas vertientes. Por un lado, está la información que parte desde los profesionales de los medios y, por otro, está la comunicación institucional procedente de los clubes y los diferentes organismos vinculados a este deporte, ámbito que ha evolucionado mucho en los últimos años. La comunicación desde dentro de las entidades deportivas se ha profesionalizado. Se ha ido incorporando la figura de los jefes de prensa y los departamentos de comunicación. En estos años los clubes han puesto en marcha sus propios medios de comunicación. El club tiene una radio, un periódico, televisión y redes sociales. Genera sus propios contenidos y los traslada a los medios de comunicación pero también a los aficionados y a la población en general. Tienen el contacto directo con el público. “Esto no es ni bueno ni malo -explica la investigadora-, simplemente supone una

evolución. Tanto los periodistas de los medios como los comunicadores de las organizaciones deportivas tienen que adaptarse a los nuevos tiempos. Otra cosa es que conviene que exista un consenso entre esos contenidos y que haya para todos”, destaca.

Para esta experta las redes sociales son una herramienta más, no una estrategia de comunicación. Hay una mayor difusión de la información. Lo que un jugador dice llega a cientos de miles de personas en todo el mundo. “La clave está en que el club y el jugador vayan a la par, es decir, que haya un consenso en relación a la emisión de los mensajes y en sus contenidos”, añade.

La especialización de los profesionales es fundamental. “Mi línea de investigación se centra precisamente en este ámbito -explica Gema Lobillo-, en la comunicación en las entidades deportivas. Es una disciplina a la que en las universidades no se tiene mucha consideración. Estamos acostumbrados a estudiar comunicación política o científica, pero la deportiva está un poco menospreciada. Me gustaría reivindicar su valor”.

La comunicación desde dentro de las entidades deportivas se ha profesionalizado incorporando la figura de los jefes de prensa y los departamentos de comunicación. En estos años los clubes han puesto en marcha sus propios medios de comunicación.

Son muchas las personas a quienes les gusta el fútbol y consumen la información que se genera en torno a este deporte. Gema Lobillo pone de manifiesto la necesidad de contar con profesionales que transmitan esta información. Y añade: “Tanto en los medios de comunicación como en las organizaciones deportivas es necesaria una especialización”.

Destaca la importancia de que la información futbolística que generan los medios sea de calidad, “que realmente se hable de un jugador. Si hay un fichaje, en qué posición va a jugar, no si un jugador se va a casar o si ha cambiado de peinado, eso es prensa amarilla. Me preocupa que el periodismo deportivo vaya en esa dirección”, concluye.

Los dos equipos forman antes del encuentro en una comunidad yanomami.



Cuando el antropólogo Ángel Acuña Delgado llegó al Alto Orinoco, en Venezuela, para estudiar los cultos chamánicos y rituales de los yanomamis se encontró por casualidad con un fenómeno que le llamó inmediatamente la atención: un partido de fútbol en medio del poblado. Era fútbol, pero la forma de entenderlo era diferente. No había ganadores ni perdedores. Todos ganan. Los yanomamis han reinterpretado este deporte impregnándolo de su forma de entender la vida.

YANOMAMIS: UNA REINTERPRETACIÓN HUMANISTA DEL FÚTBOL EN LA SELVA AMAZÓNICA

Los yanomamis son un pueblo muy celoso de sus tradiciones, que se mantiene resistente al cambio en relación con otras etnias de la zona. Viven en la selva tropical húmeda y ocupan un vasto territorio de 192.000 km² que se extiende a ambos lados de la frontera entre Venezuela y Brasil, aunque más de la mitad de la población se encuentra del lado venezolano, en los estados Amazonas y Bolívar. El fútbol fue llevado al Alto Orinoco por misioneros, maestros y la televisión en núcleos urbanos como La Esmeralda, donde reside la alcaldía municipal y los internados para estudiar.

No han cambiado en lo esencial. “¿Cómo un pueblo así incorpora el fútbol a su dinámica social?”. Esta pregunta fue el punto de partida para que Ángel Acuña indagara en las razones por las que en los poblados yanomamis los niños y jóvenes juegan al fútbol mientras que, en

ese mismo momento, dentro de una casa, un chamán lleva a cabo un complejo ritual chamánico con una mujer enferma. Manifestaciones culturales ancestrales que se mezclan con el fenómeno social por excelencia de la cultura popular actual. “Una imagen chocante y de contraste pero que no interfiere una con otra, en absoluto”, destaca el experto antropólogo.

Es un pueblo de guerreros, donde están muy presentes diferentes formas de lucha ritual, el *rehau*, que forma parte de sus principales señas de identidad, entre las que destaca también el contacto con los *hékura* (espíritus del universo). “La práctica chamánica sigue siendo el principal recurso para aliviar los males que los aquejan y mantener los vínculos”, comenta el profesor Acuña, que ha emprendido varias campañas de investigación con los yanomamis. “Los tiempos modernos han hecho que



Partido de fútbol en una comunidad yanomami.

este pueblo se aproxime, en mayor o menor medida, a una práctica cultural que constituye uno de los mayores exponentes del proceso de globalización: el fútbol”.

Entre los yanomamis el fútbol es jugado con mucha frecuencia en los grandes poblados situados a orillas de la mayor cuenca fluvial, caso de Ocamo, Mavaca, Platanal o Sipoi, donde existen campos de dimensiones casi reglamentarias. Pero también es jugado ampliamente por niños, jóvenes y adultos en las comunidades más alejadas de los centros de influencia exterior, como es el caso de

Mabetiteri, Yopropro, Ukushi o Aratha, donde el terreno de juego es de dimensiones reducidas y forma parte del espacio central o patio del *shapono* (poblado).

Una forma diferente de entender el fútbol

En sus poblados, los yanomamis juegan a este deporte con elementos reconocibles, una pelota, dos postes a modo de portería y dos equipos que no tienen que tener el mismo número de jugadores. “Hicimos un análisis desde varios puntos de vista. Lo más interesante es el sentido que les

dan a los resultados. Nosotros entendemos el fútbol como un juego de competición en el que unos ganan y otros pierden. Ellos no lo interpretan así. Al final del partido te hablan de que han ganado goles”, explica el antropólogo. Un ejemplo. Un partido que finaliza con el resultado de 5 a 3 sería interpretado por ellos de la siguiente forma: “Hemos ganado cinco goles y el otro equipo ha ganado tres”. Todos están satisfechos porque han conseguido el principal objetivo del juego, meter goles. No hay perdedores. La frase “lo importante no es ganar sino participar” es una realidad.

Una de las claves para entender esta manera de reinterpretar el fútbol, según el profesor Acuña, radica en asociarlo con actividades que tienen relación con elementos reconocibles de su sociedad. Con mucha frecuencia los yanomamis se enfrentan entre ellos duramente, verbal y físicamente, a través de la lucha ritual. En este enfrentamiento no se trata de vencer al rival, sino de demostrar que se es un *waitiri*, un guerrero. Demostrar ser valiente aceptando el desafío y recibiendo los golpes. “En una actividad como el fútbol, con tantos intereses creados, que un pueblo guerrero recoja esta práctica y extraiga el elemento lúdico por encima del competitivo es una auténtica lección de humanismo”, destaca. Y añade: “El hecho de ganar al otro no es el objetivo, sino que cada cual disfruta sencillamente de meter goles y se enorgullece de ello. Esto me llamó mucho la atención”.

En el ámbito intercomunitario, en competiciones entre comunidades por una copa o por cualquier otro trofeo, la práctica deportiva se parece mucho más al fútbol convencional. Aquí el resultado cuenta para seguir jugando en la competición. El equipo que gana disputa enseguida el siguiente partido y así sucesivamente. Hay equipos que pueden disputar tres o cuatro partidos, uno detrás de otro, sin descanso. Al final gana el que más goles ha metido, no el que más partidos haya ganado.

Acuña Delgado indica que hay dos reglas reinterpretadas que coinciden con la forma de entender la vida que tienen los yanomamis. Por un lado, el ser *waitiri* significa estar siempre alerta porque en cualquier momento te pueden atacar. El hecho de estar alerta hace que no esté justificado el cansancio. Tienen que estar preparados para jugar varios partidos seguidos. Y por otro está el ataque. Para ellos es más importante atacar que defender. Meter goles. Los goles recibidos no se tienen en cuenta. Si meten muchos goles es que han estado permanentemente atacando.

Se ha escrito e investigado mucho sobre las comunidades yanomamis, sobre sus costumbres, ritos y formas de vida, pero poco o nada sobre su forma de jugar y entender el fútbol. Ángel Acuña viajó al corazón de la selva amazónica y se topó con algo fascinante y poco conocido, el sueño de cualquier investigador. Este antropólogo sevillano afincado en Granada ha publicado varios artículos en revistas especializadas de Antropología sobre esta forma de competir y sobre la convivencia de los ritos chamánicos con la práctica del fútbol. “Me encontré con algo muy interesante y me he dedicado a ponerlo de relevancia”, finaliza.