

EL FÚTBOL COMO RITUAL FESTIVO. UN ANÁLISIS REFERIDO A LA SOCIEDAD ESPAÑOLA

Ramón Llopis Goig
(Universidad de Valencia)

RESUMEN

En este artículo se postula que el fútbol puede ser considerado como un ejemplo del proceso de transfiguración social de los rituales y fiestas en las sociedades de la modernidad tardía, y de su encarnación en fenómenos masivos. Para ahondar en esta hipótesis se examina información empírica procedente de diversas encuestas realizadas en España durante los últimos años.

PALABRAS CLAVE: Fútbol, ritual festivo, España.

ABSTRACT

In this article we postulate that European football (sucker) can be seen not only as an example of the process of a social transfiguration of the rituals and feasts in late-modern societies, but also as a manifestation of their trend towards mass-phenomena. In order to demonstrate the validity of our hypothesis, recent empirical data from different surveys in Spain will be analysed.

KEY WORDS: Football, festive ritual, Spain

1. Introducción

“Han surgido devociones nacionales e internacionales a la competición deportiva comercial, mediática y politizada. En nuestros campeonatos y Olimpiadas están ausentes los dioses que bendecían las helenas. Los poetas que dignificaban han sido sustituidos por la panoplia televisiva, los mercaderes publicitarios y la prensa, que se nutre del deporte comercial al tiempo que lo fomenta. El virtuosismo muscular, tribal, nacionalista se enmarca en espectáculos litúrgicos gigantescos, magnificados por el magma televisivo, cuya vinculación al culto a la salud y a la proeza corporal es obvia” (Giner, 2003: 142-3).

Considerado como uno de los fenómenos sociales más importantes del siglo XX, el fútbol es el deporte que cuenta con mayor número de practicantes y adeptos en el mundo. En España, más de la mitad de la población mayor de edad (54,3%) tiene interés por el fútbol¹ y su enorme atractivo se refleja permanentemente en las au-

¹ Barómetro de mayo de 2007 del Centro de Investigaciones Sociológicas (www.cis.es)

diciencias televisivas: durante la temporada 2005-2006, los diez partidos más vistos fueron seguidos por públicos que iban desde los cuatro hasta los nueve millones de espectadores². La relevancia del fútbol también se pone de manifiesto en sus dimensiones económicas. Durante el año 2003 generó un efecto sobre la producción de cuatro mil millones de euros, lo que suponía casi un 0,9% del PIB General y un 1,2% del PIB del Sector Servicios³.

Pero además, el fútbol se presenta en la sociedad actual como una *fiesta*, una *fiesta* para los que lo practican, tanto si se trata de niños, adultos o profesionales, como si se trata de espectadores; una *fiesta* en los estadios con capacidad para más de cien mil espectadores pero también en las calles de barrios marginales donde los niños comienzan a dar patadas al balón; una *fiesta* cuando el equipo con el que uno se identifica obtiene un trofeo que es celebrado de manera multitudinaria en el centro de la ciudad, pero también cuando ese mismo equipo logra un gol en un partido insignificante por medio de una adecuada combinación de talento, fuerza y creatividad. Una *fiesta*, en fin, que no sólo está en el juego, sino también en el ambiente festivo, de amistad y sociabilidad que en torno al fútbol se genera (y que tan bien han sabido captar algunos anuncios publicitarios como los ofrecidos recientemente por una conocida marca de cervezas), que constituye un claro ejemplo de cómo el encuentro futbolístico es capaz de generar ese sentimiento de *communitas* que parece haberse perdido en la vida cotidiana (Turner, 1988).

Este trabajo pretende situar el fútbol dentro del espacio festivo de la sociedad española actual. Lo que aquí se defiende es que el fútbol es un ejemplo del proceso de transfiguración de los rituales y fiestas en las sociedades de la modernidad tardía y de su encarnación en fenómenos de masivo seguimiento como los espectáculos deportivos y los conciertos musicales. Un objetivo de esta naturaleza resulta relevante, tanto en el ámbito teórico como en el empírico, habida cuenta que las teorías clásicas de la modernización sostuvieron que la racionalidad y la eficiencia técnica acabarían extinguiendo cualquier vestigio de acción ritual y festiva, destruyendo con ello la sociabilidad tradicional. Según esta visión de la modernidad, en la sociedad actual ya no habría lugar para el ritual, como encuentro comunitario, emocionalmente intenso y dotado de una expresividad y significado existencial. Se pensaba, desde este tipo de planteamientos, que la acción ritual y la fiesta devendrían elementos propios de las sociedades primitivas, que decrecerían ineludiblemente como consecuencia de los procesos de transformación de las sociedades contemporáneas (Ariño, 1992).

En este trabajo me propongo mostrar, recurriendo a materiales empíricos de diversas procedencias, que un análisis profundo de la evolución e implicaciones del fútbol actual restringe notablemente la validez de los planteamientos antes aludidos. El fútbol, y las diversas manifestaciones sociales que en torno al mismo se han creado en la sociedad española actual, constituyen un espacio en el que aún se practica la interacción colectiva, la sociabilidad densa y el ritual entusiasta y emotivo, que, además, se han desarrollado de un modo inusitado.

² Memoria de la Liga de Fútbol Profesional 2005-2006 disponible en www.lfp.es

³ Impacto del Fútbol Profesional en la economía española, informe publicado por la Liga de Fútbol Profesional (www.lfp.es).

La participación deportiva, tanto en el nivel de la práctica como en el nivel del consumo, se ha caracterizado siempre por propiciar una ruptura con el tiempo cotidiano consagrado a las tareas obligatorias. El ser humano, cuando se entrega al deporte y al juego, está imitando un estado liberado, vive un tiempo divino, ensaya lo que en sus sueños más íntimos desearía que fuese la vida entera: esfuerzo generoso, competitividad justa, solidaridad y respeto a unas reglas de comportamiento (Cfr. Mardones, 1994: 94). Por ello, puede ser considerado como una inigualable metáfora de la vida liberada y de la sociabilidad humana⁴.

Pero además, el deporte actual se ha apropiado de muchos de los aspectos implícitos en los rituales tradicionales (religiosos, festivos, mágicos); apropiación que le ha permitido transferir el aura de lo sagrado a sus objetos, actores y símbolos, para transfigurarse en una suerte de liturgia civil. No en balde, diversos autores han identificado semejanzas entre el ritual de un partido de fútbol y una celebración religiosa (Auge, 1982, 1999; Mardones, 1994; Bromberger, 1995, 2000): un drama representado por veintidós oficiantes en el recinto sagrado de un estadio ante la atenta y participativa mirada de miles de aficionados, cuyo punto álgido es el gol, verdadero detonante del entusiasmo y la catarsis colectiva. Y ello en un contexto que ha ido abriéndose, especializándose, racionalizándose, orientándose al logro, convirtiéndose en espectáculo de masas y transformándose en un producto sometido a las leyes del mercado⁵.

Como ya hemos dicho, en este trabajo examinaremos diversos materiales empíricos que muestran la transfiguración social que ha convertido al fútbol en un ritual festivo. El trabajo se organiza en tres grandes apartados. En el primero, se presentan sintéticamente las bases teóricas de la investigación. En el segundo, se da cuenta de la metodología, las fuentes y las hipótesis. En el tercero se presentan los resultados de la investigación. Finalmente el trabajo se cierra con unas conclusiones.

2. Fiestas, rituales y proceso de modernización

Suele entenderse la modernización como el despliegue histórico de una serie de tendencias propiciadoras de una transformación de la organización social, en virtud de su capacidad de propiciar procesos de diferenciación, racionalización y secularización en el seno de la sociedad contemporánea. Y son estos procesos los que finalmente acaban por situar en un lugar marginal a los actos rituales y festivos celebradores del consenso colectivo: están fuera de lugar en una sociedad que se encomienda a la razón, como criterio de su propia organización. Desde esta perspectiva, suele hablarse del declive de los rituales y fiestas de celebración colectiva. Los procesos de individualización experimentados por las sociedades democráti-

⁴ También hay quien ha visto en el fútbol una representación del drama del mundo y una imagen actual y vida del combate eterno. Da Silva, por ejemplo, consideraba que cada uno de los encuentros de una final de una Copa Mundial de Fútbol, “es, en su naturaleza profunda, la representación de un drama cósmico y una repetición ritual del combate sagrado de los orígenes” (1989: 34).

⁵ Al menos en el caso de la alta competición que, no obstante, funciona como grupo de referencia para numerosos aficionados y practicantes.

cas y el irrefrenable desarrollo de la industria del ocio, habrían constituido los dos principales componentes de este especial 'consorcio' que acabaría por reemplazar eficazmente las constreñidoras celebraciones de las sociedades tradicionales: "el individuo moderno se habría librado, así, de la onerosa carga de las coacciones rituales y de las rutinas simbólicas" (Ariño, 1992: 308).

Planteamientos como el que esquemáticamente se acaba de presentar suelen apoyarse en clásicos de la teoría social como Max Weber, quien consideró la historia como un proceso continuo de racionalización y desencantamiento del mundo, en el que el incremento de la acción racional comportaba una reducción de la acción mágica. Mediante este proceso las referencias sacras dejaban de ser necesarias y el ser humano se convertía en habitante de una jaula de hierro (Cfr. Weber, 1984: 165), en el que no había cabida para el ritual, la fiesta o la religión. Los procesos de modernización y secularización, por tanto, convertirían la acción ritual en insignificante.

Ahora bien, resulta difícil argumentar de ese modo si se reconoce la actual importancia de algunas prácticas de ocio, que liberadas de su aspecto utilitarista, pueden ser consideradas como reserva de rituales. Actividades en las que se genera una participación colectiva e intensidad emocional y que provocan inquebrantables sentimientos de adhesión, como el fútbol, las carreras populares o los conciertos musicales, por citar solo unos ejemplos, ofrecen válvulas de escape para las rígidas exigencias de la vida cotidiana, abren campos de integración y ofrecen a nuestro imaginario un escape para sus simbolizaciones (Segalen, 2005: 76). Es por eso que algunos planteamientos sostienen que la sociedad moderna "es una sociedad que se ha constituido en sus articulaciones fundamentales por metabolización de la función religiosa" (Gauchet, 1985: 234). La nuestra sería, pues, una época de crisis de la acción ritual y religiosa: pero crisis en el sentido de que está produciéndose una metamorfosis, y no una extinción, de la misma (Estruch, 1994: 279). Admitida esta reformulación teórica, sería tarea de la investigación social tratar de reconocer la multiplicidad de rostros que puede adoptar la acción ritual y religiosa en la sociedad contemporánea, y en el que el deporte sería uno de ellos.

Un planteamiento de esa naturaleza ya se encuentra en Durkheim, para quien la secularización comporta la transformación de la religión, pero no su desaparición. Durkheim consideraba que llegaría en día en que las sociedades habrían de volver a conocer "horas de efervescencia creadora" en cuyo curso surgirían nuevos ideales que habrían de servir de guía a la humanidad, y de las cuales los hombres tendrían la necesidad de conservar su recuerdo por medio de fiestas que revitalizarían periódicamente sus frutos (Cfr. Durkheim, 1982: 398). De hecho, ya en la introducción a *Las formas elementales de la vida religiosa*, Durkheim señala que los ritos son representaciones que expresan realidades colectivas, modos de actuar que nacen en el seno de grupos reunidos, y que están destinados a suscitar, mantener o renovar ciertos estados mentales de estos grupos (Cfr. Durkheim, 1982: 38).

Para Durkheim, los ritos son manifestaciones que suponen una ruptura con la vida cotidiana, que refuerzan los sentimientos de pertenencia colectiva y que proporcionan a los individuos una sensación de orden. Su eficacia, por otro lado, reside en la capacidad para producir estados mentales colectivos derivados de estado de reunión grupal. Por eso, los ritos son, fundamentalmente, medios a través de los cuales se

reafirma periódicamente el grupo social (Durkheim, 1982: 585). Pero además, en su opinión, sólo puede haber sociedad cuando existe la necesidad de alimentar y de afianzar a intervalos regulares los sentimientos colectivos (ibíd.: 397).

Durkheim afirmó que en las sociedades modernas la conciencia colectiva se volvía débil y vaga, pero también señaló la necesidad de que la sociedad dispusiera de un sistema de símbolos y rituales que la hiciera capaz de adquirir conciencia propia y mantener, en el grado de intensidad necesario, un sentimiento de sí misma. Sorprende por ello que Durkheim ignorara que el deporte, como ritual público, también podía producir 'horas de efervescencia colectiva'. Quizás este lapso fue debido al lento y débil desarrollo del fútbol en Francia, en contraste con lo que sucedía en otros países europeos (King, 2003). Ahora bien, pese a que Durkheim no fue capaz de atisbar la importancia del deporte como ritual secular, es posible acercarse analíticamente al fútbol con el utillaje conceptual de su obra. El ritual futbolístico proporciona un interesante objeto para la investigación sociológica pues constituye un espacio en el que relaciones sociales e interpretaciones compartidas son re-creadas de un modo visceral (King, 2000: 14).

No podemos obviar, sin embargo, que las críticas a los planteamientos del ritual secular de Durkheim han sido abundantes, y han hecho alusión a cuestiones tan diversas como la insuficiente evidencia empírica en la que se basaba, el concepto subyacente de integración, la ambigüedad del propio concepto de rito secular, la infravaloración de las fracturas y tensiones sociales existentes en la vida cotidiana de las sociedades contemporáneas (Ariño, 1992: 317). En cualquier caso, los que formulan estas críticas no niegan la posibilidad de una integración sobre la base del ritual y del consenso en valores comunes, pero sí sostienen que, en las sociedades actuales, los rituales desempeñan una gran diversidad de funciones y su análisis no es simple ni directo. Dar cuenta de las implicaciones de estas alusiones sería una tarea ímproba, además de innecesaria, en un trabajo como éste. Innecesaria habida cuenta que el objetivo que ha guiado la investigación que se presenta es, en gran medida, independiente de las mismas, ya que únicamente se pretende arrojar evidencia empírica que constate que el fútbol funciona en la sociedad española actual como un ritual festivo capaz de suscitar entusiasmo cívico y de ejercer una función de integración simbólica.

Una hipótesis de estas características conlleva la asunción de la sociedad como un sistema abierto con necesidades funcionales básicas, pero en permanente transformación. Si en otros periodos históricos esta necesidad ha sido cubierta por la religión, en las sociedades actuales lo será, en parte, por el deporte. Si esto es así podrá afirmarse que las manifestaciones rituales, festivas o religiosas constituyen elementos esenciales de la vida humana y, por tanto, la modernización no implica su erradicación, sino únicamente su reconfiguración social.

3. Hipótesis, método y fuentes

Como ya hemos adelantado, esta investigación pretende ahondar en hipótesis de la transfiguración del fútbol como ritual festivo en la sociedad española actual y examinar su capacidad de suscitar entusiasmo cívico y de actuar como cemento so-

cial a partir de su capacidad de desempeñar una función de integración simbólica. Para abordar esta hipótesis, el trabajo se plantea un objetivo modesto: obtener información empírica que permita examinar la posible función cohesionadora del fútbol en contextos de modernización. Si bien ésta es una tesis sobre la cual se han pronunciado numerosos escritores, periodistas y ensayistas, no existe en nuestro país, hasta donde llega nuestro conocimiento, ninguna investigación que haya abordado esta cuestión con una aproximación empírica.

Para alcanzar dicho objetivo, partimos de una definición provisional que permite contemplar las dimensiones que a priori deben ser consideradas. La tradición a la que hemos hecho alusión en el apartado anterior se ha centrado ante todo en determinar el marco social en que se encuadra cada festividad para captar, a partir de él, las funciones y significados concretos. Partiendo de la descripción de unos rasgos formales básicos, se circunscribe socialmente el objeto para identificar sus funciones y significados. Desde este marco, el ritual puede definirse como “un conjunto de actos formalizados, expresivos, portadores de una dimensión simbólica, con una configuración espacio-temporal específica, caracterizados por el recurso a una serie de objetos, unos sistemas de comportamiento y de lenguaje específico, y por unos signos emblemáticos, cuyo sentido codificado constituye uno de los bienes comunes de un grupo” (Segalen, 2005: 30). Partiendo de esta definición nuestra indagación empírica se apoya en las siguientes dimensiones:

- 1) Una dimensión colectiva, ya que el ritual es una fuente de sentido para los que lo comparten y es uno de los principales momentos en que una comunidad se agrupa y se manifiesta como tal.
- 2) Una dimensión espacio-temporal, que se concreta en el lugar en que tiene lugar el ritual, así como en la distribución del público en el mismo, y en las rupturas y discontinuidades que el mismo introduce en la organización de la vida colectiva.
- 3) Una dimensión simbólica, ya que el ritual es creador de sentido: ordena el desorden, da sentido a lo accidental y a lo incomprensible; da a los actores sociales medios para dominar el tiempo y las relaciones sociales.
- 4) Y por último, una dimensión metafórica, ya que el ritual es una representación del orden moral y representa un ideal social.

Los datos en los que se basa la investigación que se presenta tienen diversas procedencias. Se recurre a la información de dos encuestas realizadas por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) durante los últimos cuatro años⁶, así como a una encuesta realizada por la Liga de Fútbol Profesional en 2003⁷.

⁶ Se han utilizado datos del Barómetro de Mayo de 2007 del CIS, E-2.705 (n = 2.473 entrevistas), así como del Barómetro de Octubre de 2003, E-2541 (n = 2.411).

⁷ Se trata de una encuesta relativa a la opinión de los aficionados al fútbol españoles sobre los clubes de fútbol, realizada en octubre de 2003 por la empresa Análisis e Investigación para la Liga de Fútbol Profesional (n = 501).

4. Resultados

En este apartado se presenta la información empírica obtenida en relación con cada una de las cuatro dimensiones del ritual festivo a las que se aludía en líneas anteriores. Se adopta, pues, esa cuádruple clasificación como criterio de organización, en coherencia con el objetivo de este trabajo consistente en reforzar empíricamente la hipótesis de que el fútbol actual puede ser considerado como un ritual festivo.

4.1. Dimensión colectiva

Refiriéndonos a la dimensión colectiva del fútbol lo primero que cabría subrayar es el elevado interés que genera en la población española. Según un reciente barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas un 54,3% de los españoles mayores de edad afirma estar interesado por este deporte, un porcentaje muy superior al que obtienen las modalidades deportivas que le siguen (tabla 1).

Tabla 1. Interés por el fútbol en España (%)

Fútbol	54,3
Automovilismo	29,9
Tenis	29,6
Baloncesto	25,9
Motociclismo	22,8
Atletismo	15,5
Otro deporte	23,0
NS	12,9

Fuente: CIS, E-2.705 (mayo de 2007).

Unidad: Porcentaje. Base total muestra.

En coincidencia con la primacía de ese interés, el fútbol es el deporte que en mayor medida moviliza a los españoles a asistir a presenciar un espectáculo deportivo. Un 54,9% de la población española que asiste con alguna frecuencia a espectáculos deportivos afirma haber acudido a estadios de fútbol, un porcentaje que supone más del triple del obtenido por el baloncesto (tabla 2)⁸.

⁸ La memoria de la Liga de Fútbol Profesional de la temporada 2005-2006 ofrece información sobre el elevado contingente de personas que cada semana acuden a presenciar un partido de fútbol al estadio. Durante esa temporada la asistencia media a los encuentros de Primera División osciló entre los 189.402 de la jornada 36ª hasta los 325.254 de la 27ª. En términos acumulados, las 38 jornadas de la Liga generaron un total de 9.778.762 asistentes.

Tabla 2. Asistencia a estadios de fútbol españoles (%)

	SÍ	NO	NS
Fútbol	54,9	43,8	1,1
Baloncesto	15,4	80,8	3,8
Motociclismo	9,1	86,0	4,9
Automovilismo	8,0	87,4	4,6
Tenis	7,5	88,1	4,4
Atletismo	3,9	90,5	5,5
Otro deporte	13,8	—	86,2

Fuente: CIS, E-2.705 (mayo de 2007). Unidad: porcentaje.

Base: población española que asiste a espectáculos deportivos.

Pero donde realmente se refleja la dimensión colectiva que alcanza el espectáculo futbolístico en España es en las tasas de audiencia que generan las retransmisiones y programas dedicados al fútbol. Según los datos contenidos en un barómetro del CIS de octubre 2003 (tabla 3), un 53% y un 42% de los españoles mayores de edad ven o escuchan con alguna frecuencia programas relacionados con el fútbol en televisión y radio, respectivamente. Son unos porcentajes elevados que tienen su correlato en la prensa escrita donde un periódico dedicado prácticamente en exclusiva al fútbol es líder de la prensa española diaria, con un promedio de 2.337.000 lectores diarios⁹.

Tabla 3. Audiencia de programas y retransmisiones futbolísticas en España (%)

	Habitualmente	Con cierta frecuencia	De vez en cuando	Casi nunca	NC
Televisión	21,5	14,4	16,7	47,0	0,3
Radio	14,4	12,8	14,5	58,0	0,4

Fuente: CIS, E-2.541 (octubre de 2003).

Unidad: porcentaje. Base: población española mayor de edad.

⁹ Por encima de los 2.182.000 de su inmediato seguidor El País. Datos provenientes del último informe anual del Estudio General de Medios (EGM) de la Asociación para la Investigación de los Medios de Comunicación (AIMC) que recoge el periodo de octubre de 2006 a mayo de 2007.

De modo que los medios de comunicación, especialmente la televisión, han convertido los encuentros futbolísticos del fin de semana en un rito del que participan millones de personas. Con una periodicidad semanal, los aficionados se reúnen en sus domicilios o en locales públicos a la búsqueda de su dosis de emoción y entusiasmo colectivo. La amplificación que le proporciona la retransmisión televisiva le convierte en potente organizador de los tiempos de las personas. El día del partido es el 'gran momento' de la semana. De él se hablará durante los días siguientes al encuentro en el trabajo, con los amigos y en los diversos círculos sociales de cada individuo. A mitad semana dejará de hablarse del encuentro del fin de semana anterior, pero sólo porque ya se comienza a hablar del que se disputará el siguiente fin de semana. Además, siempre hay otras cuestiones de actualidad que se cruzan en este calendario y que mantienen viva la llama de la conversación futbolística¹⁰. Por ello, no es extraño que un 95% de los españoles consideren que éste es el gran motivo de conversación de los españoles. Por otro lado, un 87% opina que el fútbol permite hacer amigos e integrarse mejor, y un 69% cree que el fútbol posibilita conjugar distintas identidades sociales y culturales (tabla 4).

Tabla 4. Opiniones sobre el fútbol en España (%)

En qué medida cree usted que el fútbol...	De acuerdo	Ni mucho ni poco	En desacuerdo	Ns/nc
Es el gran motivo de conversación de muchos españoles	95	3	2	—
Permite hacer amigos e integrarse mejor	87	10	2	1
Posibilita conjugar distintas identidades sociales y culturales	69	10	20	1

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP.

Unidad: porcentaje. Base: población española con algún interés por el fútbol.

El fútbol se convierte así en materia prima para la celebración de la sociabilidad. Ahora bien, esa no es la única sociabilidad que merece ser destacada. En el estadio y en sus inmediaciones, se encuentran los aficionados ataviados con insignias, gorras, bufandas con los colores de sus equipos, que les sirven para identificarse respecto a aquellos con respecto a los cuales se pretende cohesionar y fundir en una unidad.

¹⁰ Por ejemplo, el último fichaje, el despido de un entrenador, la selección española o las eliminatorias de la Champions League.

En definitiva, el fútbol se convierte, así, en un espacio de participación social e intercambio emocional que actúa como elemento estructurador, cohesionador y generador de sentido para los que lo comparten: uno de los principales momentos en los que el grupo se agrupa y se manifiesta como tal, en los que se desarrolla una intensa participación corporal y sensorial, la expresión de un sentimiento de *communitas*, de acuerdo con los estados de sociedad definidos por Turner (1988), que “instituye una verdadera antiestructura, tolerada dentro de unos límites por los poderes públicos, que cierran los ojos a los excesos festivos, la perturbación de la circulación automovilística y los bocinazos nocturnos” (Segalen, 2005: 85).

4.2. Dimensión simbólica

El deporte, y el fútbol especialmente, es una actividad dotada de un tremendo potencial de creación de sentido por medio del cual proporciona a los individuos esquemas y herramientas con los que dominar las relaciones sociales y el tiempo. En el caso de España, uno de los ejes que con más frecuencia se sitúan al servicio de esta dimensión simbólica es la identificación etnoterritorial: los clubes de fútbol representan ciudades, regiones o naciones, lo que convierte a la competición liguera en espacio simbólico de confrontación identitaria. El enfrentamiento futbolístico actualiza y reaviva rivalidades históricas, y actúa como cauce de expresión de ansias de revancha o de supremacía. Como muestran los datos contenidos en la tabla 5, siete de cada diez españoles se identifica (independientemente de que les interese o no el fútbol) con un equipo de fútbol. Este dato muestra que la identificación con un equipo de fútbol va más allá del interés por este deporte¹¹.

Tabla 5. Identificación con un equipo de fútbol (%)

Sí	66,8
No	32,4
NC	0,8

Fuente: CIS, E-2.705 (mayo de 2007).

Unidad: porcentaje. Base: total muestra.

Así pues, los clubes son un fuerte objeto de identificación. Una identificación que se sostiene en la capacidad de simbolización del club, merced a la vinculación que se establece entre el lugar (una ciudad, región o país) y el equipo. Como puede verse en la tabla 6, las adhesiones de los aficionados españoles al fútbol se refieren a la práctica totalidad de los equipos de primera división del fútbol español, si bien el Real Madrid y el FC Barcelona obtienen los ma-

¹¹ Ya que mientras el porcentaje de población que señala estar interesada por el fútbol es del 54,3%, la que se identifica con algún equipo es, como se acaba de ver, del 66,8%.

yores porcentajes de adhesión (32,8% y 25,7% respectivamente), por la mayor población residente en sus áreas geográficas, así como por la significación identitaria que ambos aún siguen teniendo en el conjunto de la sociedad española¹².

Tabla 6. Identificación con un equipo de fútbol (%)

Real Madrid	32,8
FC Barcelona	25,7
Valencia CF	5,3
Athlétic de Bilbao	5,1
Atlético de Madrid	4,3
Real Betis Balompié	3,3
Zaragoza	2,7
Sevilla FC	2,3
Celta de Vigo	2,2
Deportivo de la Coruña	2,2
Real Sociedad	1,3
Osasuna	1,3
Espanyol	1,0
Otros clubes	8,2

Fuente: CIS, E-2.705 (mayo de 2007).

Unidad: porcentaje. Base: sienten simpatía por algún equipo.

La constatación de la relevancia del factor de identificación etnoterritorial en la adhesión a clubes de fútbol la proporciona de nuevo el barómetro del CIS mencionado. Esta encuesta muestra que el motivo más aducido al preguntar por la principal razón de la simpatía por un equipo es el lugar de nacimiento residencia (32,3%), lo que demuestra la importancia de la identificación etnoterritorial en la adhesión a clubes de fútbol en España. A continuación aparecen el entorno familiar y social (20,4%) y la afición desde la infancia (13,1%), motivos ambos que ponen de manifiesto la relevan-

¹² La dimensión etnoterritorial es precisamente uno de los aspectos del fútbol español más estudiados. Una revisión histórica de este asunto se encuentra en Llopis (2008-a) y un estado de la cuestión de naturaleza empírica puede obtenerse en Llopis (2006). En estos trabajos se muestra la evolución de los sentimientos nacionalistas y regionalistas en el fútbol español al compás del desarrollo del Estado de las Autonomías, subrayando su carácter vertebrador y su capacidad de actuar como factor de cohesión. Una investigación referida al caso del FC Barcelona se encuentra en Llopis (2008-b).

cia del contexto de socialización en la interiorización de la dimensión simbólica del fútbol.

Tabla 7. Razones de Identificación con un equipo de fútbol (%)

Por nacimiento o residencia	32,3
Por el entorno familiar y social	20,4
Por afición desde la infancia	13,1
Por razones deportivas	9,7
Porque es el equipo que más le gusta	5,3
Por identificación del equipo con valores políticos	2,8
Por los valores asociados al equipo	2,1
Por razones sentimentales	1,6
Por ninguna razón especial	0,3
Por otras razones	1,8
NS	9,0
NC	1,7

Fuente: CIS, E-2.705 (mayo de 2007).

Unidad: porcentaje. Base: sienten simpatía por algún equipo.

Se produce así una emblemización del club de fútbol que da lugar a comportamientos rituales como desplazamientos geográficos y compra de objetos que simbolizan al club, y a creaciones rituales como cantos y consignas. Todo ello guarda relación con la eficacia social que Segalen (2005: 31), atribuye al ritual en relación con su capacidad de creación de sentido. Y en este sentido, los datos del barómetro del CIS de mayo de 2007, antes aludido, muestran que amén de comportamientos como ver partidos por televisión o asistir a partidos de fútbol en el estadio (72,8% y 36,9%, respectivamente), la población española que se identifica con algún equipo de fútbol suele desplazarse a otras ciudades para ver partidos de su equipo (15,3%), tiene banderas, escudos u objetos de su equipo en casa (42%) y compra prendas u objetos de uso personal (como relojes, carteras...) de su equipo (24,2%).

En definitiva, el equipo de fútbol se presenta como un símbolo con un elevado grado de 'plasticidad hermenéutica' en el que los individuos proyectan, en función de su propia socialización (trayectoria, lugar de nacimiento, contexto familiar y social...), los sueños más diversos de organización ideal de la vida colectiva (Bromberger *et alii*, 1995).

4.3. Dimensión espacio-temporal

El ritual festivo asociado al deporte debe ser considerado, también, como una dimensión de la existencia social, pues como sucede de modo manifiesto en el caso del fútbol, se presenta como un momento dialéctico en relación con el orden espacio-temporal cotidiano y ocupa una posición central en la organización de la vida colectiva de numerosas personas¹³.

Efectivamente, el fútbol supone una ruptura de la vida cotidiana que tiene lugar en un marco espacio-temporal específico (el estadio de fútbol) merced a un plan de actos que se celebran periódicamente en un ciclo regular (el calendario) y que, a su vez, se componen de un marco secuencial diferenciado que establece el patrón rítmico interno.

Los estadios de fútbol han sido considerados a menudo como las nuevas catedrales, un paralelismo que no debiera ser interpretado únicamente como una metáfora habida cuenta de las emociones y sentimientos que generan en los seguidores cuando los visitan. Por otro lado, la distribución de los aficionados en el estadio no es algo azarosa y recuerda, en gran medida, la disposición de los diferentes grupos sociales que asisten a ceremonias religiosas más solemnes. La jerarquía social, la jerarquía del propio universo futbolístico y, por último, la jerarquía basada en el propio fervor y fuerza que la afición tiene por el equipo, delimitan el espacio que se ocupa en el estadio (Bromberger *et alii.*, 1995: 320).

Junto a las similitudes espaciales, el fútbol presenta características que muestran la apropiación de la estructura temporal de los rituales en su desarrollo y estructuración. La competición liguera, por ejemplo, sigue un calendario regular y cíclico que alcanza su punto culminante en determinados momentos en los que se disputan los encuentros de la misma, en coincidencia con las finales de otras competiciones como la Copa del Rey o la Champions League. Pero, además de la organización temporal de las competiciones futbolísticas, también el propio marco secuencial de los encuentros evoca la estructura de un ritual festivo o religioso. Así, se puede distinguir claramente entre prepartido, partido y postpartido. Los preliminares del partido se desarrollan, tanto para los aficionados como para los futbolistas y los medios de comunicación, de acuerdo con un guión establecido. Los futbolistas suelen tener congregarse en una 'concentración' en la que disfrutarán de un aislamiento casi monacal, alejados de la influencia de sus entornos familiares, medios de comunicación y aficionados, para preparar física y mentalmente el encuentro que van a disputar. Realizarán el último entrenamiento, recibirán instrucciones técnicas y tácticas por parte del entrenador, y sabrán si van a disputar o no el partido y en que posición se van a ubicar. Hay ahí un cierto rito de purificación que reclama esfuerzo, renuncia, penalidades en pro del dominio de una habilidad para poder oficiar con los colores de tal equipo y tal competición (Mardones, 1994: 94). Los preliminares también se extienden a los aficionados y medios de comunicación. Estos últimos ofrecen una programación orientada a ofrecer información sobre alineaciones de los equipos, expectativas de los directivos y declaraciones de los protagonistas que contribuyen a crear un estado de

¹³ En este apartado tenemos en cuenta los análisis de Christian Bromberger, Alain Hayot y Jean-Marc Mariottini (1995), quienes han examinado la fuerza de simbolización del fútbol.

emoción y tensión ante la jornada en ciernes. Es significativo que una cadena de televisión española que ha hecho del fútbol uno de sus principales argumentos, La Sexta, llame a la información que ofrece en este tramo temporal “la previa”. En cuanto a los aficionados, se comportan en esta fase preliminar de un modo muy similar a como lo hacen los fieles de un ritual festivo o religioso: forman flujos multitudinarios que se dirigen, cual procesiones, hacia el estadio, verdadero templo en que tendrá lugar la ceremonia.

En el estadio, las demostraciones de apoyo se desarrollan de un modo más o menos pautado: los aficionados exhiben sus banderas y pancartas con las que se comunican entre ellos y con los futbolistas, entonan cantos con los que se preparan emocionalmente para el encuentro; y ya durante el encuentro, gesticulan, ríen, animan a su equipo, se indignan, se entristecen o se entusiasman según como le vayan las cosas a su equipo. El punto culminante será la consecución de un gol contra el adversario. En ese instante, los futbolistas lo celebrarán con gestos y abrazos cuidadosamente codificados para expresar su alegría por el triunfo. Esta intensidad emocional tendrá su continuidad en las gradas, donde los aficionados desbordarán de alegría, produciéndose así una auténtica comunión colectiva, un estado de efervescencia colectiva en el que se afianza el grupo y se refuerza el vínculo social.

El fútbol se constituye así en una suerte de *antiestructura*, liberada de las jerarquías comunes por las cuales se rige la vida social (Turner, 1988). De ahí que un 79% de los aficionados españoles al fútbol afirme que el carácter extemporáneo de la performance futbolística ayuda a liberar tensiones y a olvidar problemas cotidianos.

Tabla 7. Opiniones sobre el fútbol en España (%)

En qué medida cree usted que el fútbol...	De acuerdo	Ni mucho ni poco	En desacuerdo	Ns/nc
Ayuda a liberar tensiones y olvidar problemas cotidianos	79	7	9	5

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP.

Unidad: porcentaje. Base: población española con algún interés por el fútbol.

4.4. Dimensión metafórica

Como señalábamos en líneas anteriores, un cuarto aspecto que permite afirmar que el fútbol actual se ha apropiado de un componente propio de los rituales, es el desarrollo de una dimensión metafórica. Bellah ha señalado este elemento refiriéndose al baseball norteamericano (1991: 38). Es esta dimensión la que convierte el fútbol en una representación del orden moral de la sociedad: una

sociedad que se comporta según un sistema de reglas, un código de honor, una disciplina de equipo, de solidaridad, una camaradería a la hora de afrontar los problemas comunes, bajo unos mismos colores (Cfr. Ehrenberg, 1991). Así, el fútbol actúa como un ideal social, pese a la mercantilización tan acusada que lo ha penetrado durante los últimos años, y se convierte entonces en algo más que fútbol, una muestra de lo cual se encuentra en la conocida frase atribuida al manager del Liverpool FC, Bill Shankly, cuando afirmaba: “hay gente que cree que el fútbol es cuestión de vida o muerte, pero se equivocan, es algo más”. Más allá de las declaraciones, más o menos previsibles, de directivos de clubes y aficionados al fútbol, en este apartado incluimos algunos datos que revelan el carácter hegemónico que en términos culturales ha adquirido el fútbol en la sociedad española.

Un claro reflejo de ello se muestra en las expectativas y deseos de los niños españoles, así como en las propias opiniones de sus padres. Para examinar estos aspectos nos valdremos de diversas encuestas. Según una de ellas, promovida por la Liga de Fútbol Profesional, el 58% de los padres que tienen hijos en edad de practicar algún deporte, considera que el fútbol es el favorito. A gran distancia, el siguiente es el baloncesto (12%).

Tabla 8. Deporte preferido por los hijos de los entrevistados (%)

Fútbol	58
Baloncesto	12
Tenis	6
Natación	3
Ciclismo	1
Todos	1
Otros	12
Ninguno	4

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP.

Unidad: porcentaje. Base: población española con hijos en edad de practicar algún deporte como el fútbol.

Estos datos son muy similares a los que proporcionaba una reciente encuesta patrocinada por la empresa Adecco en España. Cuando se preguntaba a la muestra de 1.300 niños que deseaban ser de mayores, la profesión más citada entre los chicos era la de futbolista (20,3%), seguida por la de policía (5,6%), arquitecto (4,5%), veterinario (4,5%) y profesor (4,5%). Entre las chicas, la más elegida era la de profesora (20,4), seguida por la de veterinaria (13,8%), médico (8,2) y peluquera (6,6%). Estos datos muestran, por un lado, que el fútbol es un verdadero ideal para los chicos, y por otro, que se trata de un ideal con unas fuertes connotaciones de

género. Estos últimos resultados son indirectamente corroborados por otras respuestas de los padres. El 69% y el 66% de los entrevistados consideran, respectivamente, que el fútbol contribuye a su formación y es una de las mayores ilusiones de los jóvenes.

Tabla 9. Opiniones sobre el fútbol en España (%)

En qué medida cree usted que el fútbol...	De acuerdo	Ni mucho ni poco	En desacuerdo	Ns/nc
Es una de las mayores ilusiones de los jóvenes	66	25	7	2
Contribuye a la formación de los jóvenes	69	23	5	3

Fuente: Estudio de Opinión sobre los Clubs de Fútbol, LFP.

Unidad: porcentaje. Base: población española con algún interés por el fútbol.

Se pone así de manifiesto la fuerte permanencia del ideal deportivo, como metáfora que exalta el reconocimiento público de las normas morales y los proyectos colectivos.

6. Conclusiones

Este trabajo ha ofrecido evidencia empírica de los diversos aspectos del fútbol que permiten concebirlo como un ritual festivo en condiciones de modernidad avanzada. El análisis sistemático de las cuatro dimensiones en las que, según hemos propuesto en este trabajo, pueden identificarse las características de un ritual secular, esto es, la dimensión colectiva, la simbólica, la espacio-temporal y la metafórica, ha mostrado la existencia de un amplio número de similitudes entre el fútbol y los rituales religiosos. Entre ellas cabe destacar su transformación en un espacio colectivo de participación social e intercambio emocional que actúa como elemento cohesionador, su configuración como un símbolo de elevada plasticidad hermenéutica que genera inquebrantables sentimientos de identificación, su concreción espacio-temporal que le permite introducir rupturas y discontinuidades en la organización de la vida cotidiana, y finalmente, sus innegables posibilidades metafóricas como ideal sociocultural hegemónico que encarna un modo de entender la vida y las normas sociales.

El fútbol resume y resalta los valores que ejemplifican los componentes más destacados de nuestra sociedad, proporciona un sentido del 'nosotros' y permite su celebración y autoproclamación. Así, el encuentro futbolístico produce esas 'horas de efervescencia colectiva' (Durkheim, 1982) y ese sentido de *communitas* (Turner, 1988) que parecían haberse erradicado de la vida cotidiana

de las sociedades de la modernidad tardía. Produce una intensificación emocional, una transformación de la sociabilidad y los sentimientos de cohesión y solidaridad que muestran la necesidad de tomar en serio su papel en las sociedades modernas, donde las formas rituales permiten la expresión de aquellos valores y emociones que no encuentran cauces expresivos en el mundo doméstico o en el trabajo.

El análisis del fútbol nos ha proporcionado una comprensión más compleja de la modernidad, cuyo desarrollo no comporta, por tanto, la extinción de toda actividad simbólica y ritual. Así, en lugar de hablar de desritualización, habría que hablar de un 'desplazamiento del campo de lo ritual', según el cual, como ha afirmado Segalen (2005: 36), los ritos se han desplazado, predominantemente, desde el corazón de lo social hacia sus márgenes, de modo tal que pueden encontrarse rituales en el ámbito del ocio y el deporte, y el fútbol es un claro ejemplo de ello.

Todo ello nos permite afirmar que, actividades como el fútbol, se han ido estructurando a partir de transferencias e imitaciones de los ritos religiosos tradicionales. Sin embargo, esto no implica que éste puede ser considerado como un sustituto funcional de la religión, ya que la mayor complejidad y el pluralismo de las sociedades actuales exigen un análisis mucho más profundo de sus funciones. Por un lado, el fútbol se presenta como un ritual especialmente estructurado para expresar la conciencia identitaria grupal, así como para celebrar y reforzar el sentido de pertenencia. Sin embargo, no es un sistema de creencias ni un sistema doctrinal que nos diga de dónde venimos ni adónde vamos. En lugar de ello, el fútbol nos muestra los valores hegemónicos en nuestra sociedad, las identidades que compartimos o soñamos compartir, la competitividad, el papel del azar, la injusticia y la traición en la vida individual y colectiva (Cfr. Bromberger, 2000: 274).

Bibliografía

- Ariño, A. (1992), *La ciudad ritual. La fiesta de las Fallas*, Barcelona: Editorial Anthropos.
- Auge, M. (1982), "Football. De l'histoire sociale à l'anthropologie religieuse", *Le Débat*, n. 17.
- Auge, M. (1999), ¿Un deporte o un ritual?. En Seguro, S. (ed.): *Fútbol y pasiones políticas*, Madrid: Editorial Debate.
- Bellah, R. (1991), *The Good Society*, Alfred A. Knopf, Nueva York.
- Bromberger, C. (2000), "El fútbol como visión del mundo y como ritual". En Roque, M.-A. (ed.): *Nueva antropología de las sociedades mediterráneas*, Barcelona: Icaria.
- Bromberger, C., Hayot, A. y Mariottini, J.-M. (1995), *Le match de football. Ethnologie d'une passion partisane à Marseille, Naples et Turin*, Paris: Éditions de la MSH.
- Da Silva, A. (1989), "Football, spectacle de compétition. Alliance du merveilleux et du dramatique", *Recherches sociologiques XX*, 1.
- Durkheim, E. (1982), *Las formas elementales de la vida religiosa*, Madrid: Editorial Akal.
- Durkheim, E. (1982a), *La división del trabajo social*, Madrid: Editorial Akal.
- Ehrenberg, A. (1991), *Le culte de la performance*, Paris: Calmann-Lévy.

- Estruch, J. (1994), “El mito de la secularización”, en Díaz Salazar, R.; Giner, S.; Velasco, F. (ed.) *Formas modernas de religión*, Madrid: Alianza Editorial.
- Gauchet, M. (1985), *Le désenchantement du monde. Une histoire politique de la religion*, Paris: Gallimard.
- Giner, S. (2003), *Carisma y razón. La estructura moral de la sociedad moderna*, Madrid: Alianza Editorial.
- King, A. (2003), *The European Ritual: Football in the New Europe*, Aldershot: Ashgate Publishing Limited.
- Llopis Goig, R. (2006), “Clubes y selecciones nacionales. La dimensión etnoterritorial del fútbol español”, *Revista Internacional de Sociología*, Volumen LXIV, número 45.
- Llopis Goig, R. (2008a), “National orientation, universal outlook: The symbolic capital of FCB in the global era”, *European Journal for Sport and Society*, Vol. 5, No. 1.
- Llopis Goig, R. (2008b), “Identity, Nation-State and Football in Spain: The evolution of nationalist feelings in Spanish football”, *Soccer and Society*, Vol. 9, No. 1.
- Mardones, J. M. (1994), *Para comprender las nuevas formas de la región*, Estella (Navarra): Editorial Verbo Divino.
- Segalen, M. (2005), *Ritos y rituales contemporáneos*, Madrid: Alianza Editorial.
- Turner, V. (1988), *El proceso ritual*, Madrid: Editorial Taurus.
- Weber, M. (1984), *Ensayos sobre sociología de la religión, volumen 1*. Madrid: Editorial Taurus.