

# Relaciones de sociabilidad en contextos urbanos deportivos<sup>1</sup>

(Relationships of sociability in urban sport contexts)

Téllez Infantes, Anastasia

Univ. Miguel Hernández. División Departamental de Antropología

Social. Edif. Torreblanca, 2ª planta. Avda. del Ferrocarril, s/n.

03202 Elche

E-mail: atellez@umh.es

BIBLID [1137-439X (2003), 23; 567-585]

Recep.: 23.05.02

Acep.: 19.08.02

---

*El presente estudio es una primera aproximación al tema de la interacción social que se establece en un determinado tipo de espacio urbano como son los gimnasios. Así nuestra hipótesis principal ha sido considerar a los gimnasios como ámbitos generadores de sociabilidad. Para ello hemos intentado comprobar si se establecía en función de diferentes tipos de espacios diversas formas de interacción social. Analizamos en qué medida, y de qué manera, factores como la edad, el sexo, la clase social... condicionan la sociabilidad que se establece en los gimnasios. Ello lo hacemos con la intención de poder constatar cómo recientes fenómenos de cambio socio-cultural, acaecidos en nuestro caso en la ciudad, crean nuevos espacios (deportivos) y manifestaciones de sociabilidad, que vendrán a sumarse a las ya existentes en Sevilla capital.*

**Palabras Clave:** Antropología urbana. Sociabilidad. Gimnasios. Asociacionismo urbano. Interacción social. Deporte. Culto al cuerpo. Identidad.

*Hiri espazio jakin batzuetan, gimnasioetan, gertatzen den gizarte interakzioaren gaira egindako lehen hurbilketa dugu azterlan hau. Hala, gimnasioak soziabilitatearen sortzaile diren eremutzat hartzea da gure hipotesi nagusia. Hartarako, egiaztatu nahi izan dugu gizarte interakzioaren molde desberdinak espazio molde desberdinen arabera gertatzen ote diren. Aztertu egin dugu zein neurritan eta nolatan, adina, sexua, gizarte klasea... bezalako faktoreek baldintzatzen duten gimnasioetan gertatzen den soziabilitatea. Hori egiterakoan egiaztatu nahi dugu nola -gure kasuan, hirian- gertaturiko aldaketa sozio-kulturaleko fenomeno berriek (kirol) esparru berriak eta soziabilitate agerpernak sortzen dituzten, jadanik Sevillako hiriburuan zeudenei erantsiko zaizkionak.*

**Giltza-hitzak:** Hiri antropología. Soziabilitatea. Gimnasioak. Hiri asoziationismoa. Gizarte interakzioa. Kirola. Gorputzaren kultura. Identitatea.

*Cette étude est une première approximation au thème de l'interaction sociale qui s'établit dans un certain type d'espace urbain comme le sont les gymnases. Ainsi, notre principale hypothèse a été de considérer les gymnases comme des espaces générateurs de sociabilité. Pour cela nous avons essayé de vérifier si différentes formes d'interaction sociale s'établissent en fonction de différents types d'espaces. Nous analysons dans quelle mesure et de quelle manière, facteurs comme l'âge, le sexe, la classe sociale... conditionnent la sociabilité que s'établit dans les gymnases. Nous faisons cela dans l'intention de pouvoir constater comment de récents phénomènes de changement socio-culturel, qui se sont produits, dans ce cas, dans la ville, créent de nouveaux espaces (sportifs) et de nouvelles manifestations de sociabilité, qui s'ajouteront à celles qui existent déjà à Séville capitale.*

**Mots Clés:** Anthropologie urbaine. Sociabilité. Gymnases. Associationnisme urbain. Interaction sociale. Sport. Culte du corps. Identité.

---

1. Este estudio se inserta en las líneas del grupo de investigación "Patrimonio etnológico: Recursos socio-económicos y simbolismo (PERSES)" (P.A.I.) (HUM-0398) (Consejería de Educación y Ciencia de la Junta de Andalucía).

## **INTRODUCCIÓN**

Esta investigación es resultado de determinadas preguntas que nos surgen cuando, como científicos, nos planteamos explicar la realidad social. En este caso, es fruto de un primer interés por el ámbito de la sociabilidad en Andalucía, su estructuración y su construcción como consecuencia de las determinaciones que diversas variables culturales producen en la interacción social, especialmente en contextos urbanos. Y el análisis de las conductas sociales y las expresiones de sociabilidad nos pueden proporcionar un punto de vista estratégico para abordar el conocimiento profundo de la realidad, de las estructuras y procesos de la vida social.

De este modo, nuestra investigación está orientada a plantear el estudio de unas formas de interacción social, de pautas de comportamiento y de comunicación en unos ámbitos espaciales determinados, los gimnasios de la ciudad, vistas en función de modelos etnográficos. Así, este análisis que presentamos se enfoca desde la Antropología Social, concretándose en una sociedad compleja y urbana como es la de la ciudad de Sevilla. Hemos optado por un primer acercamiento a las relaciones sociales que se establecen “en” y “desde” los gimnasios, pues uno de nuestros objetivos es constatar cómo los fenómenos de cambio sociocultural generan nuevos espacios y manifestaciones de sociabilidad.

Las características y complejas implicaciones de los fenómenos de sociabilidad, convierte a ésta en un objeto de estudio para el que la Antropología ofrece, desde nuestro punto de vista, las mayores garantías de llevar a cabo su análisis. El bagaje conceptual, teórico-metodológico y técnico desarrollado por la disciplina, le permiten de manera mucho más efectiva y productiva la profundización en el conocimiento de un objeto en gran parte informal y difuso, con numerosas y profundas conexiones con otros aspectos de la realidad social, lo que no puede lograrse a través de planteamientos de análisis puramente cuantitativos u organizacionales, como los empleados por otras disciplinas (J. Escalera, 1988).

## **1. MANIFESTACIONES DE SOCIABILIDAD**

### **El concepto de sociabilidad**

Consideramos conveniente aclarar –desde un primer momento– nuestro posicionamiento teórico ante el concepto “sociabilidad”. La sociabilidad, comúnmente, se entiende como la tendencia, más o menos desarrollada, que todas las personas tienen para comunicarse con los demás. Aunque haya personas más sociables que otras, esta tendencia aparece como innata, es decir, es natural al ser humano y todos “naturalmente” desarrollamos nuestra sociabilidad.

Podríamos optar por esta concepción de carácter individualista y psicologista. Autores como Tönnies y Simmel consideran a la sociabilidad “como la expre-

sión de una supuesta tendencia natural del individuo humano a relacionarse con otros, junto a otros, por encima de intereses económicos, profesionales, de prestigio, de poder, objetivos instrumentales que serían la finalidad de las instituciones y organizaciones 'fundamentales' de la sociedad: familias, grupos de parentesco, departamentos administrativos, empresas, sindicatos, partidos, iglesia, etc.”.

Así pues, según este enfoque psicologista, las manifestaciones de sociabilidad quedarían reducidas a la existencia de un “homo sociabilis” universal, a la necesidad humana instintiva que emana espontáneamente. Este fenómeno afectaría por igual a todos los individuos, independientemente del sector y clase social, sexo y grupo de edad a que pertenezcan.

Pero no es ésta nuestra opción teórica a la hora de abordar el estudio de las relaciones sociales. Concebimos la sociabilidad como el sustrato sobre el que se desarrollan en buena medida las redes y sistemas de relaciones socio-políticas de una determinada comunidad. Coincidimos con Michel Bozon en que la sociabilidad constituye un ámbito globalizante que abarca y en el que se ven implicados la totalidad de los fenómenos, sistemas y procesos de la vida de una colectividad.

Podemos distinguir dos tipos de manifestaciones de sociabilidad: la formal y la informal. A su vez, dentro de las manifestaciones de sociabilidad formal o asociacionismo, debemos diferenciar el de tipo religioso (hermandades, cofradías, grupos de parroquias, etc.) del de tipo no religioso (casinos, peñas, asociaciones culturales y recreativas, gimnasios, etc.). Por otra parte, manifestaciones de sociabilidad informal o no formalizada serían las que se establecen en contextos tales como bares, plazas, lavaderos públicos, mercados de abastos, etc.

### **Asociacionismo formal**

Uno de los aspectos centrales de nuestro estudio ha sido el del asociacionismo formal. Este denominado “asociacionismo”, que se nos ha dado en numerosos casos de gimnasios federativos, gimnasios privados, clubes deportivos, etc., es una de las diversas manifestaciones de la sociabilidad.

Dentro de la tradición socioantropológica, los estudios sobre relaciones sociales se han centrado en las asociaciones de carácter voluntario, restándole importancia implícitamente a la sociabilidad informal, hasta que se iniciaron los estudios de redes sociales e incluso aún luego. Esta circunstancia llevó a considerar a la sociabilidad formal (asociacionismo) y a la sociabilidad informal casi como dos campos distintos.

Actualmente, desde los núcleos más pujantes y críticos con esta tradición (Sevilla, Valencia, Portugal, Francia), se postula que el campo de la sociabilidad será cubierto de modo formal sólo en parte (asociacionismo), ya que una parte

importante presenta un desarrollo informal, no organizado en agrupamiento definido, lo que no quiere decir que no existan grupos permanentes y estables, como los denominados “cuasigrupos”.

Así mismo se ve forzada la oposición formal e informal, ya que, en realidad, no hay un corte cualitativo que marque diferencias socioculturales importantes porque como dicen J. Cucó y M. Bozon entre otros, constituyen los extremos de un “continuum” en permanente flujo entre los polos teóricos de formalización-informalidad (Escalera, J. 1989).

En nuestra investigación hemos podido analizar ambos casos de manifestaciones (formal e informal) en los gimnasios estudiados. Así, en todos estos centros deportivos es necesaria una adscripción que va acompañada de una cuota mensual (o trimestral como es el caso de las instalaciones universitarias). Este hecho, el de una adscripción formaliza la sociabilidad constituyéndose así una manifestación asociativa.

Según la definición de autores como A. Biron, una asociación es la operación o el proceso por el cual unos individuos se organizan en una forma de vida social común. Suele ser el resultado de esta operación, es decir toda la agrupación voluntaria y organizada de personas para una finalidad común determinada (Biron A., 1968). En nuestro caso la finalidad común será la de la práctica de la actividad deportiva y/o gimnástica, independientemente de otras motivaciones personales existentes.

### **Los gimnasios como ámbitos urbanos para la sociabilidad**

La pertenencia a un gimnasio es una elección voluntaria, aunque en muchas ocasiones las razones por las cuales los individuos acuden a tales centros van acompañadas de necesidades físicas, de salud, psicológicas, etc. Las unidades de estudio elegidas en la investigación, constituyen todas ellas manifestaciones de asociacionismo.

Consideramos –junto a J. Escalera (1989)– que dentro del amplio campo de las expresiones de sociabilidad, es útil centrar nuestra atención sobre las que adquieren una manifestación formal o expresa, como es el caso de los gimnasios, las cuales nos ofrecen un referente concreto a través del cual poder profundizar en el análisis de las relaciones de la sociabilidad con el resto de los campos en los que se desarrolla la acción social.

Desde nuestro punto de vista antropológico creemos que a las tradicionales manifestaciones de sociabilidad que se han venido dando en Sevilla, –como la materializada en casinos, hermandades, bares (la denominada “cultura del bar” ámbito importante para la comprensión de los procesos de cambio sociocultural y “modernización”)– habría que añadir el surgimiento de los gimnasios como un nuevo espacio de asociacionismo y por tanto de interacción social. Esto considerado como fenómeno urbano y reciente, pues la aparición de tales locales

deportivos podemos datarla en los últimos años de la década de 1970 y principios de los 80, produciéndose su proliferación y auge a fines de los 80 y toda la década de 1990.

Consideramos igualmente que los fenómenos y procesos de la vida social deben ser analizados en relación al contexto de las formaciones sociales específicas en las que se desarrollan, en nuestro caso concreto las manifestaciones de la sociabilidad en general y de las formas asociativas en particular.

Las transformaciones socioeconómicas, con el surgimiento de nuevos sectores y grupos sociales se traducen en la aparición de espacios, ámbitos y tipos de sociabilidad diferentes a los ya existentes. Habría que preguntarse qué fenómenos de cambio sociocultural han motivado el surgir de los gimnasios en las sociedades urbanas complejas, y concretamente en el caso de Sevilla.

Hemos podido comprobar que la existencia y proliferación de estos ámbitos deportivos es un fenómeno urbano y relativamente reciente (unos 30 años en Sevilla). Muy someramente comentaremos que si bien se da un número importante de locales donde se practican las modalidades de mantenimiento, en zonas rurales de la provincia, la existencia de gimnasios (sobre todo privados) es aún muy insignificante en los pueblos de Sevilla. Sin embargo, también señalaremos que las políticas asistenciales de la Diputación Provincial así como la de los propios Ayuntamientos, persiguen en los últimos años potenciar estos centros y modalidades deportivas como el aeróbic, la musculación, la gimnasia de mantenimiento en sectores de población determinados (amas de casa, tercera edad, etc.).

Es importante destacar que las transformaciones socioeconómicas conllevarán la aparición de nuevas asociaciones y dispositivos asociativos, como es el caso de gimnasios en la ciudad, un aspecto que forma parte del campo de estudio de la antropología urbana. Como argumenta J. Escalera (1989) "sin que neguemos la función adaptativa, más bien socializadora, que puedan desempeñar las asociaciones voluntarias (como estos centros deportivos) en nuestras sociedades, consideramos que las funciones más relevantes de dichas formas de sociabilidad tienen que ver principalmente con su carácter de marco para el desarrollo de la interacción social y para el establecimiento y extensión de las redes sociales".

Volviendo al caso concreto del asociacionismo diremos que la perspectiva sociológica tradicional ha estado dominada por el énfasis en el carácter explícitamente utilitario. Nuestro estudio contempla las variables de edad, sexo, profesión... de los miembros, así como la frecuencia con que acuden al gimnasio. Estos y otros datos, que recogimos en las encuestas realizadas vienen a refrendar esa perspectiva sociológica tradicional ya mencionada, basada en planteamientos excesivamente formalistas y cuantitativos, que ha impedido, desde nuestro punto de vista, tener en cuenta la importancia de aspectos cualitativos fundamentales para la comprensión de las funciones de las asociaciones, como

pueden ser el grado y tipo de participación en ellas o su enraizamiento en la vida social de las comunidades en las que actúan.

Insistimos en que consideramos a los gimnasios como formas asociativas urbanas. Vistas algunas definiciones las asociaciones se pueden considerar (con un carácter aproximativo) un grupo de personas unidas de forma más o menos permanente de manera "voluntaria", con un objetivo explícito, cuya pertenencia no está basada en el parentesco y no se hallan ligadas directamente a las instituciones y organizaciones relacionadas con la estructura del Estado, ni con la producción o intereses profesionales. Su formalización se hace a través de unas normas estatutarias, con una sede social propia y con unas normas de adscripción y filiación particulares también.

Como señala Escalera (1989) la sociabilidad formal en las sociedades urbanas (en nuestro caso la que se materializa en gimnasios de Sevilla capital), se concreta esencialmente en el denominado asociacionismo voluntario, que proporciona uno de los marcos principales para la expresión de la sociabilidad generalizada, y son esencialmente distintas en sus funciones y significaciones dentro de cada sociedad. Con ello queremos decir que "los tipos y formas concretas de asociación presentan una diversidad enorme, lo que se deriva del amplísimo campo que abarca la sociabilidad en las sociedades urbanas capitalistas" (J. Escalera, 1989).

## **2. METODOLOGÍA**

Comenzaremos señalando que la principal hipótesis de partida en nuestra investigación ha sido considerar a los gimnasios como ámbitos generadores de sociabilidad. Para ello hemos intentado comprobar si se establecían en función de diferentes tipos de espacios, diversas formas de interacción social. Con este objetivo, nos planteamos analizar en qué medida y de qué manera, factores como la edad, el sexo, la clase social... condicionan la sociabilidad que se establece en un ámbito tempo-espacial, como es el caso de los gimnasios estudiados. Ello lo hicimos con la intención de poder constatar cómo recientes fenómenos de cambio socio-cultural, acaecidos en nuestro caso en la ciudad, crean nuevos espacios (los gimnasios) y manifestaciones de sociabilidad, que vendrán a sumarse a las ya existentes en Sevilla capital.

Esta investigación se ha centrado en establecer unos criterios o variables que nos permitiesen elaborar unas tipologías de gimnasios. Así, en primer lugar, hemos intentado realizar un sondeo cuantitativo para saber el número aproximado de gimnasios o centros deportivos en los que se practican las modalidades que más adelante especificaremos.

Este estudio se basa en una muestra representativa de gimnasios de la ciudad de Sevilla. La elección de los mismos se hizo en función de la distinta ubicación urbanística, así como del diverso contexto sociocultural (barrio, distrito, ...) en el que se hallan inmersos. Por otro lado, el hecho de ser una entidad pri-

vada o de pertenecer a organismos públicos (Ayuntamiento, Universidad, Diputación, etc.) nos llevó a diferenciar dos tipologías que, a partir de ahora, designaremos como gimnasios públicos y gimnasios privados.

La simplificación de los fenómenos sociales es siempre un riesgo a tener en cuenta. Nos referimos con ello a que si bien hemos establecido una clasificación de gimnasios, centros deportivos, usuarios, monitores, socios, etc. esto responde, esencialmente, a cuestiones metodológicas y analíticas.

Nuestro desarrollo metódico persigue explicar los efectos de la cultura en la organización profunda del individuo y de la sociedad y grupos que la viven, adaptan y transforman. Una de las principales hipótesis de partida fue el considerar a los gimnasios como ámbitos generadores de asociacionismo y sociabilidad.

El tema de la sociabilidad y el espacio han sido escasamente tratados desde la Sociología, la Psicología, la Geografía Urbana o la Antropología Social. Es por ello, y porque entendemos que el espacio o ámbito donde se desarrollan unas determinadas relaciones humanas influye en el tipo de sociabilidad, por lo que nuestra unidad de análisis se ha concretado en las relaciones sociales que se dan 'en' y 'a raíz' de locales deportivos.

Toda sociedad se desarrolla en un tiempo y un espacio. El espacio se compartimenta, se mide, se valora, se le asigna una función y se representa por los sujetos de una comunidad de una forma determinada. En el trazado urbano de Sevilla un gran número de gimnasios que proliferan continuamente nos ha permitido una adecuada observación de los comportamientos y valores de sus habitantes.

Señalaremos que, ante la concepción más psicologista que anteriormente hemos presentado, nosotros optamos por considerar a las manifestaciones de sociabilidad como 'hechos sociales', esto es, defendemos la necesidad de tener en cuenta variables como la clase social, el sexo, la edad, la situación laboral, etc., variables que se conjugan en la compleja variada realidad social a la hora de analizar qué tipos de relaciones sociales se dan en estos espacios de la ciudad.

Como apunta Escalera (1989), "debemos reconocer principalmente a Simmel el señalamiento de un ámbito de la acción social esencial en las sociedades urbanas modernas, o de clases capitalistas, en las que el debilitamiento y la disolución de los grupos corporativos y de parentesco, por una parte, y la burocratización de las instituciones y organizaciones del estado y su crisis actual, deja un amplio espacio para el desarrollo de la interacción social generalizada, que es la que constituye el campo de la sociabilidad".

En función de determinadas variables hemos intentado trazar el perfil de quiénes frecuentan los gimnasios (joven-adulto-anciano, hombre-mujer, clase social, grupo étnico, etc.), cuándo asisten a estos centros deportivos, por qué lo hacen, qué les motiva a ello... Hemos de dejar claro que nuestro estudio no per-

sigue el procesamiento estadístico y porcentual que un enfoque cuantitativo exigiría. Así, no nos interesa tanto el número exacto de gimnasios existentes actualmente en la ciudad de Sevilla, como los diversos tipos que de tales centros podemos diferenciar (gimnasios públicos, privados, concertados,...). Por otro lado, ha resultado ciertamente difícil establecer tipologías, pues la casuística de locales donde se imparten las modalidades deportivas que hemos seleccionado en nuestro estudio es enorme.

Varias y singulares han sido las fuentes bibliográficas y orales necesarias para obtener un listado de los gimnasios que en la actualidad funcionan en la ciudad. Por un lado, recurrimos a las páginas amarillas de la guía telefónica de Sevilla, obteniendo un cierto número de centros, pero no el número total de los existentes. El resto o bien pertenecían a asociaciones, a federaciones, a distritos urbanos, a empresas, a clubes, o eran dependientes de entidades públicas como pueden ser el Ayuntamiento de la ciudad, la Universidad Hispalense o bien la Diputación Provincial. Estos últimos organismos poseen diversos gimnasios repartidos por toda la ciudad. A esto habría que añadir la dificultad que supone la constante aparición y desaparición de tales centros, a lo que hay que sumar que ningún organismo oficial recoge tal dato.

Acotada nuestra unidad de análisis a las relaciones sociales y manifestaciones de sociabilidad, centramos nuestra unidad de estudio y observación en 20 gimnasios de Sevilla capital. Para ello, se ha elegido una muestra de los gimnasios de la ciudad que nos ocupa. En un primer momento, nos ha parecido conveniente la elección de 10 centros privados y otros tantos de carácter público.

El gimnasio constituye en sí el espacio donde se materializa, crea y recrea un determinado tipo de sociabilidad. Por otra parte, es desde ahí, desde el local deportivo, donde se tejen unas redes sociales que trascienden el tiempo y el espacio definido por las clases de aeróbic, kárate, musculación, etc. Con ello, nos referimos a la constatación de la formación y continuidad de relaciones de amistad dentro y fuera del gimnasio.

Finalizaremos especificando qué tipo de encuesta y qué clase de informantes son objeto de nuestro estudio. En este sentido, habría que decir que en cada gimnasio privado hemos entrevistado a un encargado, a dos monitores (especialmente los que imparten las modalidades de aeróbic, kárate y mantenimiento), y a cuatro asiduos usuarios (dos de género masculino y otros tantos femenino). En cuanto a los gimnasios públicos, las encuestas han sido pasadas a un monitor y a cuatro usuarios, contemplando diversas variables en la elección de los mismos (sexo, edad y clase social, preferentemente). Realizamos entrevistas con un cuestionario único y cerrado, lo que permitiría su posterior tratamiento estadístico a los usuarios-clientes previamente seleccionados, según criterios de edad y sexo. Al mismo tiempo, los encargados y monitores deportivos eran objeto de cuestionarios cerrados, así como de entrevistas abiertas que, por su mayor riqueza de datos, nos podía dar una idea suficientemente significativa de la naturaleza del fenómeno social que estudiábamos. Fueron también objeto de entrevistas abiertas, informantes privilegiados, que seleccionamos, por diversos moti-

vos; era evidente que estos datos ampliaban nuestra perspectiva de una realidad, ya de por sí, suficientemente compleja.

### **3. SOCIABILIDAD EN LOS GIMNASIOS DE SEVILLA CAPITAL**

#### **Sociabilidad-tipo de gimnasio**

Uno de nuestros objetivos ha sido el comprobar si se establece, en función de determinadas características de los gimnasios, diferentes formas de interacción social. Para ello, decidimos establecer tipologías basadas en unos criterios significativos al objeto de analizar la sociabilidad que se materializa en dichos ámbitos espaciales.

Creemos oportuno enfatizar el hecho de que, simultáneamente al desarrollo de la investigación, hemos sido usuarios-clientes de dos gimnasios. Esto quiere decir que nos propusimos explícitamente realizar trabajo de campo in situ, con la mayor observación participante posible. La convivencia y asistencia a clases de mantenimiento y aeróbic, el trato usual con los hombres y mujeres de estos gimnasios, nuestra inclusión en sus reuniones, en sus charlas en los vestuarios, en la entrada del local deportivo, e incluso, en algunas ocasiones en la cafetería, nos dio la necesaria perspectiva microsocial que necesitábamos.

#### **Ubicación urbana**

Uno de los elementos elegidos para elaborar una primera tipología de gimnasios ha sido su localización espacial dentro de la ciudad. Partimos de la idea de relacionar el tipo de gimnasio con la ubicación urbana que éste tuviese. De esta forma, para la muestra se han seleccionado locales deportivos situados estratégicamente, según criterios geoespaciales y socioeconómicos, en el trazado de la ciudad. De los veinte centros testados, un determinado porcentaje representaría los distritos metropolitanos existentes. Esta selección obedece a la importancia que creemos que tiene el espacio a la hora de modelar ciertos tipos de relaciones sociales.

Habría que añadir igualmente que consideramos poco estudiado por las Ciencias Sociales el tema de cómo el ámbito espacial, la forma en que una determinada sociedad organiza y distribuye el espacio, condiciona el tipo de sociabilidad que sobre él se establece. Por ello defendemos la necesidad de elaborar análisis exhaustivos que contemplen la relación que se da entre espacio y sociabilidad, de estudios sobre cómo un ámbito espacial conlleva unas determinadas formas de comportamiento, de comunicación y de interacción social. Al considerar a los gimnasios en relación con el barrio de la ciudad al que pertenezcan, se tuvo presente la clase social o el nivel adquisitivo de los habitantes de una zona determinada pues estaba relacionada con el tipo de motivaciones, pautas de comportamiento y relaciones sociales que se establecían en esos locales deportivos.

## **Público-Privado**

En la muestra representativa que analizamos de los gimnasios de Sevilla en los cuales se ha centrado nuestro estudio, seleccionamos un 50% de ellos pertenecientes al sector público y otro tanto por ciento al privado.

Por gimnasios privados consideramos entidades económica y administrativa-mente autónomas. Son en sí empresas cuya función esencial es la lucrativa y laboral, puesto que como tal se gestiona y sustenta. El dueño del gimnasio, es un empresario que monta su negocio con las directrices que toda entidad de tales características presenta. Este y otros muchos e importantes aspectos socioeconómicos relacionados con los gimnasios y el deporte en general, creemos que constituyen en sí un tema merecedor de un estudio intensivo, que preferimos reservar para posteriores investigaciones.

La otra tipología de gimnasios que hemos elaborado se centra en los que hemos denominado públicos. En esta categoría incluimos los centros pertenecientes directamente -tanto jurídica, administrativa como económicamente- a organismos públicos (Universidad, Instituto Municipal de Deportes...). De los diez gimnasios elegidos la muestra quedaría como sigue:

- Tres instalaciones pertenecientes al S.A.D.U.S. (Servicio de Actividades Deportivas de la Universidad de Sevilla).
- Dos gimnasios federativos de la Federación Andaluza de Gimnasia.
- Cinco instalaciones municipales del Ayuntamiento hispalense.

## **Actividades Deportivas**

Por último, y dentro de este apartado sobre la sociabilidad en relación con el tipo de gimnasio, nos referiremos a los diversos centros en función de las actividades deportivas que en ellos se imparten. Así, y por cuestiones metodológicas, hemos optado por englobar las distintas actividades deportivas en tres grandes compartimentos: kárate, gimnasia de mantenimiento-musculación y aeróbic. De esta forma, nuestros informantes (tanto los ochenta usuarios de gimnasios como los treinta monitores entrevistados) practican o imparten algunas de estas tres modalidades elegidas en la investigación.

Podríamos profundizar bastante sobre los motivos que nos han llevado a seleccionar el aeróbic, el kárate y la gimnasia de mantenimiento-musculación en nuestro estudio. Varias son las razones. Una de ellas fue la constatación de que tales actividades eran las cuantitativamente más practicada en nuestra muestra. Por otro lado, y desde un punto de vista estrictamente cualitativo, consideramos como tipologías estas modalidades de las diferentes prácticas deportivas-gimnásticas que nos interesaban.

## 4. ANÁLISIS DE LA MUESTRA SELECCIONADA

### Variables consideradas

Si la sociabilidad y el asociacionismo son un tema poco tratado, la relación existente entre éstas y las identidades e identificaciones prácticamente se reducen a los años setenta en adelante. Teniendo en cuenta el género, la clase social, la edad, la etnia y la situación sociolaboral, como principios generadores de identidades, veamos cómo se plantea nuestro estudio y la muestra analizada.

La sociabilidad y el asociacionismo no afectan por igual a todos los individuos independientemente de los elementos identitarios que hemos mencionado. El tipo de relación que estable un individuo dentro del gimnasio se verá condicionada por el hecho de ser estudiante o trabajador, hombre o mujer, adolescente o anciano, etc. Teniendo esto presente, hemos intentado elaborar una muestra representativa de personas que acuden a gimnasios sevillanos. En función de ello, se ha seleccionado un total de veinte centros, de los cuales diez son empresas privadas y otros tantos están vinculados de alguna forma o dependen directamente de organismos públicos.

A continuación presentamos algunos resultados sobre el tipo de interacción social que se materializa en los gimnasios de Sevilla capital. Se han tenido en cuenta variables en función de las cuales hemos elaborado las aproximaciones interpretativas.

### Edad-Sociabilidad

En nuestro muestreo hemos establecido cuatro grupos de edades: menores de 18 años (8%), de 18 a 35 años (46%), de 36 a 50 años (15%) y mayores de 50 años (31%). Como se puede apreciar, casi el 50% de los clientes son jóvenes de entre 18 y 35 años, siendo el grupo de personas de mayor edad el que constituye el 31%, cifra que le persigue numéricamente. Podríamos asociar el elevado número de jóvenes del segundo grupo de edad a factores como la moda, el querer adelgazar, el mantener un cuerpo estéticamente similar a los cánones establecidos por los valores de la cultura hegemónica dominante..., en definitiva, sería la estética asociada o exigida a la juventud un motivo importante que explicaría este fenómeno.

Por otro lado, el también considerable porcentaje de personas mayores (con más de 50 años) podría obedecer a motivos como el disponer de tiempo desocupado y por razones de salud.

Nos atrevemos a insinuar que en ambos grupos de edad hay un gran número de personas que forman parte de lo que se conoce como "población pasiva". Son jubilados y estudiantes en su mayoría, razón por la cual pensamos que disfrutaban de un mayor 'tiempo libre'. Como señala Fericglá (1992) "es

importante diferenciar tiempo libre y tiempo desocupado. El tiempo libre lo es por oposición a un tiempo obligadamente ocupado: el que resta después de haber cumplido las obligaciones labores o sociales que llenan el tiempo ocupado. Por lo tanto, cuando no existe un tiempo obligadamente ocupado (buscando formas de mantenimiento, por obligaciones sociales, autodefensa, etc.), tampoco existe el tiempo libre. El de los jóvenes y el de los ancianos es tiempo desocupado”.

Otro dato importante con respecto al factor edad es que más de la mitad (65%) de los usuarios-clientes de los gimnasios privados pertenecen al grupo de jóvenes de entre 18 y 35 años, frente al 28% de jóvenes de la misma edad pero de gimnasios públicos. Por contraposición, en estos centros deportivos de carácter público el 55% corresponde a personas mayores de 50 años, frente a tan sólo un 7% de este grupo de edad perteneciente a los privados.

Quizá el nivel adquisitivo y la clase social, unidos a la edad y/o la situación sociolaboral incida sobre el hecho de que personas de la denominada ‘tercera edad’ acudan más a gimnasios públicos (subvencionados en su mayoría) que a gimnasios privados (donde las cuotas de inscripción suelen rondar los 35 euros mensuales).

Por otra parte, habría que añadir que ese 28% de jóvenes del segundo grupo de edad, que pertenecen a centros público, son en su mayoría estudiantes universitarios que deciden ocupar buena parte de su tiempo libre apuntándose en algunos de los gimnasios que gestiona la Universidad de Sevilla a través del S.A.D.U.S.

Por último, respecto al tercer grupo de edad (de 35 a 50 años) y a su escaso porcentaje tanto en centros públicos (17%) como en privados (13%), pensamos que ello quizás se deba a que ese sector concreto de la población lo ocupan preferentemente amas de casa y adultos cuya actividad laboral condiciona de manera importante su tiempo libre.

En cualquier caso, estas reflexiones sólo vienen a evidenciar el complejo entramado de variables que tejen las relaciones de sociabilidad que nos ocupan.

### **Sexo-Sociabilidad**

La distribución por sexos en la muestra seleccionada está establecida al 50% de una manera premeditada. A su vez, en cada tipo de gimnasio, ya sea público o privado, de los cuarenta usuarios la mitad han sido hombres y la otra mitad mujeres. Hemos elegido el porcentaje por sexos en relación a los datos analizados, es decir, atendiendo a la situación laboral, a la motivación que les empuja a acudir al gimnasio, el nivel de estudios, etc.

Veamos algunas conclusiones generales de los porcentajes más significativos:

a) Sexo-Situación sociolaboral: con respecto a los hombres, el 30% son estudiantes siguiéndole cuantitativamente un 23% de funcionarios, un 20% pertenecientes a profesiones liberales y otro 20% de técnicos. En el sector femenino entrevistado, 40 clientas, el 42% son amas de casa (sin trabajo remunerado), un 30% de técnicos y un 20% de estudiantes. Como primera conclusión general hay que señalar que el 63% de la población masculina entrevistada son activos, frente al 35% de mujeres pertenecientes también a este sector de población.

b) Sexo-Nivel de estudios: de las cuarenta mujeres encuestadas, el 45% sólo posee estudios primarios, siguiéndole un 23% que poseen formación secundaria. Del grupo de hombres seleccionado un 42% posee estudios secundarios, un 28% estudios primarios y un 23% estudios superiores.

c) Sexo-Actividad deportiva: detallamos a continuación la relación porcentual resultante de nuestra muestra: kárate (100% masculino), mantenimiento-musculación (50% hombres y 50% mujeres) y aeróbic (20% hombres y el 80% restante mujeres).

d) Sexo-Tiempo de pertenencia al gimnasio: las proporciones entre los tres periodos de tiempo que lleva el usuario asistiendo al gimnasio es similar tanto con respecto a los totales (ochenta personas) como a la distribución por sexos.

e) Sexo-Motivación: en este apartado es interesante que el 17% del total que asocia a la estética corporal el motivo por el que acuden al centro, un 64% son hombres frente a un 36% de mujeres. Exactamente la misma proporción es la existente al asociar el motivo de la asistencia al centro deportivo por el entretenimiento, diversión y ocio. Por último del 66% del total que relaciona con motivos de salud la pertenencia al gimnasio un 42% son los hombres y un 58% mujeres.

f) Sexo-Horario: frente a un 55% de hombres que acuden al gimnasio por la tarde y un 28% tiene horario variable, nos encontramos con un 78% de mujeres que acuden por la tarde y un 10% por la mañana.

g) Sexo-Acude al gimnasio solo/acompañado: el 75% de las mujeres acuden al gimnasio acompañadas, es decir, con amigas, compañeras de trabajo, familiares o vecinas. Del sector masculino casi el 50% acude solo y el otro tanto acompañado.

### **Situación Sociolaboral-Sociabilidad**

Sobre el total de la muestra la proporción entre población pasiva y población activa es la que sigue:

Población activa (49%) y población pasiva (51%). Detallaremos este dato obtenido en nuestro estudio.

A) Población activa: profesión liberal (12%), funcionario (11%), parado (población potencialmente activa: 1%) y profesión técnica (25%)

Total de usuarios-clientes que acuden a los gimnasios analizados y cuya situación sociolaboral es de activos: 49% de muestra seleccionada.

B) Población pasiva: ama de casa (22%), jubilado (4%) y estudiante (25%)

Total de usuarios-clientes que acuden a los gimnasios y cuya situación sociolaboral es de pasivos: 51% de la muestra. Relacionaremos a continuación el tipo de gimnasio (público-privado) con esta tipología de población pasiva-población activa, en base a la situación sociolaboral de los clientes.

A) Gimnasios Privados: población activa (57%) y población pasiva (43%)

B) Gimnasios Públicos: población activa (43%) y población pasiva (57%)

De forma puntual hemos de decir que frente a un 22% del total de clientas que son amas de casa, en los gimnasios privados se encuentra un 18% de amas de casa frente a un 82% de los públicos.

### **Nivel de Estudios-Sociabilidad**

El 36% del total de los usuarios de gimnasios entrevistados poseen estudios primarios y un 33% secundarios, frente a un 11% que posee titulación media y un 20% superior. También destacaremos que más del 50% de los clientes-usuarios de los gimnasios privados de nuestra muestra poseen el bachiller, frente a esto, en los públicos el porcentaje más alto sólo posee estudios primarios. En resumidas cuentas el 70% de nuestros informantes poseen los estudios primarios, bachiller o formación profesional, frente a un 30% con titulaciones medias o superiores.

Con respecto a los datos porcentuales sobre el nivel de estudios de los usuarios de gimnasios públicos, el hecho de que un 58% posean sólo estudios primarios pudiera estar relacionado con el que más de la mitad de ellos son personas mayores de 50 años y por lo general, de clase media-baja. Otro factor importante que vendría a explicar esto son las políticas asistenciales que el Ayuntamiento, a través de distritos urbanos, está llevando a cabo en los últimos años. Son cada vez más numerosas las instalaciones municipales en las que se imparte gimnasia de mantenimiento para adultos y específicamente para tercera edad.

### **Actividad Deportiva-Sociabilidad**

Con respecto a la actividad deportiva realizada (kárate, mantenimiento-musculación y aeróbic), señalaremos que el 80% de los ochenta usuarios de los gimnasios entrevistados practica principalmente la gimnasia de mantenimiento y/o

musculación, esto frente a un 12% que practica aeróbic y un 8% el kárate. Quizás esto pueda deberse a que por un lado el aeróbic es una modalidad más reciente, puesto que su auge en España se da de unos veinte años atrás hasta hoy; y por otra parte la mayoría de personas que acuden a gimnasios practican de una u otra forma gimnasia de mantenimiento. Es en los privados donde el sexo femenino predomina en el aeróbic, y con edades comprendidas entre los 18 y 35 años.

En los gimnasios públicos la mayoría de personas adultas y ancianas se inclinan por la gimnasia de mantenimiento, siendo el aeróbic la modalidad que le sigue en importancia numérica.

Como ya se ha señalado en varias ocasiones a lo largo del presente trabajo son muy diversas las variables que condicionan el tipo de interacción social que se establece en nuestros gimnasios.

Nos vamos a centrar a continuación en cómo incide la modalidad deportiva practicada en las manifestaciones de sociabilidad. En primer lugar nos referiremos a las denominadas artes marciales. Dentro de esta categoría se encuentra básicamente la práctica del taekwondo, el judo y el kárate. En nuestra investigación, y por razones metodológicas para el muestreo, seleccionamos a los que hacen kárate específicamente. De estos individuos la proporción por sexos es del 100% de varones, mientras que el grupo de edad dominante (67%) es el de jóvenes de 18 a 35 años, siguiéndole con un 33% el de menores de 18 años. Insistimos una vez más que estos datos se refieren a la muestra seleccionada. Así, sólo en los gimnasios privados se impartía tal especialidad, pues en los públicos, la gimnasia de mantenimiento, la musculación y en menor medida el aeróbic era lo predominante.

Las propias características del kárate, como arte marcial que posee un componente físico-corporal y un componente mental-espiritual hace que la relación entre los karatekas y entre aprendices y maestro, presente unas peculiaridades en cuanto a la sociabilidad se refiere. Así, en el desarrollo de la clase, el maestro enseña y los alumnos escuchan en silencio. La actividad en sí requiere de una disciplina y concentración incompatible con charlas y conversaciones. Obviamente antes y después de la hora de clase la interacción social en los vestuarios y en el local en sí, es importante. A esto hay que sumarle el hecho de que el karateka suele ser una persona que viene practicando ese deporte desde hace tiempo o piensa hacerlo, es decir, en muchas ocasiones los compañeros se conocen desde hace años, entablando entre sí unas relaciones de amistad que trascienden el espacio y el tiempo relacionado con el gimnasio propiamente dicho. Esto, y el trato existente de respeto y en ocasiones de veneración por parte de los alumnos para con el maestro, hace que a veces el grupo salga un día de excursión al campo, o un fin de semana de acampada, etc... Podríamos continuar comentando peculiaridades con respecto a este tipo de relaciones sociales entre los karatekas estudiados, pero creemos que nuestro objetivo se enfoca más hacia un análisis comparativo sobre las manifestaciones de sociabilidad, establecida dentro y fuera de gimnasios urbanos.

Respecto al aeróbic, señalamos que lo practica como modalidad principal un 12% de la muestra estudiada. De estos sujetos el 80% pertenecen a centros privados y el 20% que resta a públicos. De los públicos su totalidad son universitarios, en su mayoría mujeres de 18 a 35 años, que practican aeróbic desde hace unos años en las instalaciones deportivas del S.A.D.U.S., al mismo grupo de edad pertenecen los individuos de aeróbic de los gimnasios privados, siendo el 80% mujeres frente a un 20% de hombres.

## 5. REFLEXIONES

### **La Proliferación de gimnasios en relación con la “Cultura del Culto al Cuerpo”**

Andalucía, como sociedad impregnada de la cultura hegemónica occidental capitalista, viene experimentando unos cambios de valores y pautas de comportamientos culturales, que afectan indefectiblemente al modo de concebir la estética, la utilización del tiempo libre, los hábitos deportivos, la salud, el cuerpo, la sociabilidad,...

Es por ello por que consideramos necesario el estudio de cómo los cambios socioculturales se producen en periodos cortos y recientes de tiempo y se transmiten por los actuales medios de comunicación de masas, influyen en los valores de una sociedad, como la de Sevilla, y crea nuevos espacios y manifestaciones de sociabilidad.

Quizás pudiéramos dedicar una próxima investigación al porqué del auge de los gimnasios acaecido en las últimas décadas en nuestra ciudad. Somos conscientes de que el fenómeno al que nos referimos es extensible a todo el estado español y a las sociedades urbanas capitalistas y occidentales. Partimos del presupuesto de que es una determinada ideología dominante sobre la salud y el cuerpo, “una cultura del culto al cuerpo”, la que en gran medida motiva la proliferación de estos centros y actividades deportivas.

El discurso imperante, evidentemente elaborado desde grupos dominantes y potenciado y difundido por los medios de comunicación, ha sido asumido por un gran número de sevillanos, que sacralizan, en algunos de nuestros gimnasios, este culto al cuerpo. Es interesante constatar que el 52% de los individuos encuestados en nuestra muestra argumentan que acuden al gimnasio por motivos de salud, frente a esto, el 17% lo hace por estética y el 17% restante por entretenimiento. Estos resultados sobre la motivación de los sevillanos a la hora de ir a un gimnasio, nos pone en evidencia que quizás aún se es reticente a reconocer que una motivación importante es la belleza y estética corporal. La inmensa mayoría responden que van al gimnasio por “estar en forma” y matizan que “para tener una buena salud física y mental”. El que tan sólo un 17% del total vaya a estos centros por “gusto” y “ocio”, para “entretenerse” puede indicar que un gran número de usuarios ven casi como una obligación “autoimpuesta” el ir a la clase de aeróbic, musculación...

Entendemos por valores los criterios que una sociedad elabora para establecer elementos de juicio. Sirven, para definir lo adecuado y no inadecuado, según las normas de conducta de esa comunidad. Un sistema estético comprende los criterios que toda sociedad posee sobre lo bonito, lo feo, lo desagradable, lo deseable, etc. Advertiremos que el sistema estético y los valores en general sirven para establecer la adecuado y lo inadecuado, son elementos de discriminación. Así, los valores estéticos suelen estar codificados, pero otras veces se introducen inconscientemente en el individuo. Esto hace que el usuario del gimnasio no sea consciente de que en gran medida actúa y se motiva según esos valores, valores que la cultura hegemónica dominante impone, el “culto al cuerpo”.

Siguiendo con este fenómeno sociocultural y a modo de reflexiones aproximativas, merecedoras, insistimos una vez más, de un análisis científico y detallado, lanzaremos algunas apreciaciones sobre otro tema muy relacionado con éste al que nos venimos refiriendo; la sacralización del ejercicio físico, la línea, la salud, y la estética corporal.

### **Revalorización de la etnomedicina**

En los últimos años asistimos a un fenómeno interesante, el auge de los conocimientos y prácticas de que se denomina etnomedicina o medicina natural. Numerosos son los libros, artículos y revistas que de una forma u otra tratan el tema. Son cada vez más las empresas que se están dedicando a comercializar plantas y productos que durante siglos han pertenecido al saber popular, a los remedios caseros, a la etnomedicina y a la etnociencia. Ejemplo de esto son las herboristerías dedicadas a la belleza y a la salud, como son: “La Mansión de las Plantas”, “Yves Rocher”, “Laboratios Vichy”, etc...

Es interesante señalar que en nuestra sociedad actual, y en nuestro caso en Sevilla, la preocupación de los individuos se centra en las propiedades estéticas de productos y cosméticos naturales, a veces priorizándose frente a las facultades curativas de salud. Con esto no intentamos demostrar que hoy en día se atiende más a lo físico corporal que a la salud en general, sino evidenciar que puesto que la moderna medicina científica ha procurado un elevado nivel de atención y progreso sanitario, el interés de los sujetos sociales se vuelca a lo que hemos llamado “el culto al cuerpo”.

Algunos autores ven el origen de este fenómeno en el denominado “fin de las ideologías”; según esto el ser humano, privado de unos valores, de unas creencias y aspiraciones, busca en otros terrenos, como puede ser la belleza y salud corporal, la magia, la ecología, el ocultismo,... elementos sustitutorios que valorizar.

Así pues, tenemos junto a la hechicera de plantas medicinales, cuya clientela proviene de diversos estratos sociales y de variadas regiones geográficas, a los especialistas de la medicina científica con su avanzada tecnología y farmacopea. A su vez, los homeópatas, curanderos, “santones”, brujas,..., coexisten con los

modernos centros de salud y belleza corporal, con las saunas, los gimnasios y los balnearios de aguas termales y medicinales, lugares, éstos últimos en los cuales se realizan de manera sofisticada y “moderna” las prácticas, en esencia, pertenecientes a la etnomedicina y al saber popular.

No profundizaremos más sobre este fenómeno sociocultural por considerarlo merecedor de una investigación exhaustiva y detallada, tan sólo recordaremos que, en los gimnasios de nuestro estudio, el 70% poseen saunas y el 35% métodos procuradores explícitamente de belleza corporal (jacuzzi, baños de burbujas, baños turcos, etc.).

## 6. RECAPITULACIÓN FINAL

Creemos que la ciudad, entendida en su amplia dimensión sociocultural, estructura los espacios condicionando de cierta forma con su peculiar trazado las relaciones de sociabilidad. Así, nos inclinamos a pensar que la interacción social relacionada con el tipo de ámbito espacial sobre la que se realiza, no ha sido un tema abordado desde las Ciencias Sociales de una forma adecuada. Con esta opinión defendemos que los gimnasios son unidades de observación apropiadas para el estudio de un tipo de relaciones sociales que se establecen en una comunidad concreta.

En nuestro estudio hemos pretendido aproximarnos al análisis de unas formas de asociacionismo formal y de diversas manifestaciones de sociabilidad informal que, elegida como eje prioritario en el tratamiento de nuestro tema, nos conduce a la utilización de determinados métodos y técnicas de análisis que se convierten en las herramientas precisas a la hora de resolver nuestras interrogantes originales.

## BIBLIOGRAFÍA

- BANTON, Michael (1974) “Asociaciones Voluntarias I: Aspectos antropológicos”. en *Enciclopedia Internacional de las Ciencias Sociales*. Vol. I, Ed. Aguilar, Madrid, pp. 611-615.
- (ed.) (1980) *Antropología Social de las Sociedades Complejas*. Alianza Editorial, Madrid.
- BOZON, Michel (1982) “La fréquentation des cafés dans une petite ville ouvrière”. *Ethnologie Française*, XII, 2, 1982, pp. 137-142.
- (1984) *Vie quotidienne et rapports sociaux dans une petite ville de province. La mise en scène des différences*. Presses Universitaires de Lyon.
- CUCO I GINER, Josepa (1990) “El papel de la sociabilidad en la construcción de la sociedad civil”. en J. Cucó y J.J. Pujadas (coord.), *Identidades Colectivas. Etnicidad y Sociabilidad en la Península Ibérica*. Generalitat Valenciana, Valencia, pp. 153-164.
- ESCALERA REYES, Javier (1988) “El tópico de la debilidad asociativa andaluza desde la Antropología social: el caso del Aljarafe”. *Revista de Estudios Andaluces*, 11, I.D.R. Universidad de Sevilla, pp. 87-108.

– (1989) “Hermandades, religión oficial y poder en Andalucía”. en C. Álvarez, M.J. Buxó y S. Rodríguez Becerra (eds.). *La Religiosidad Popular*. Vol. III, Ed. Anthropós, Barcelona, pp. 458-470.

RAMÍREZ GOICOECHEA, Eugenia (1984) “Cuadrillas en el País Vasco: identidad local y revitalización étnica”. *Revista Española de Investigaciones Sociológicas*, 25, C.I.S., Madrid, pp. 213-220.

SIMMEL, Georg (1950) *The Sociology of Georg Simmel*. Free Press, Glencoe, Illinois.

TÖNNIES, F. (1979) *Comunidad y asociación*. Ed. Península, Barcelona.

VINCENT, J. (1978) “Political Anthropology: manipulative Strategies”. En *Annual Review of Anthropology*, 7, pp. 175-194.