



LIVE, LOVE, LIFT... TATTOO!

Ricardo Sánchez Martín¹ y Jorge Sánchez Martín²

¹ FPCEE Blanquerna – Universitat Ramon Llull,

² Sport Business Consultant

Correspondencia: jorgesanchez.sportsbusiness@gmail.com

RESUMEN

Actualmente existen diversas prácticas deportivas que se caracterizan por intentar llevar a la persona, mediante la actividad física, a su límite corporal y mental para superarlo. Actividades físico-deportivas que, al tener como base el planteamiento continuo de retos, llegan a ser tan exigentes que impregnan todos los ámbitos de la vida de los practicantes, llegando así a convertirse en el verdadero *leit-motive* de sus vidas. Es por este compromiso que algunos no dudan en tatuarse lemas motivacionales habituales en dichas actividades (como el *Live, Love, Lift* de los practicantes de *CrossFit*), el logo corporativo de los propietarios de los sistemas de entrenamiento (de Reebok, por ejemplo) o, incluso, el logo corporativo del *box* (centro deportivo) en el que realizan su actividad.

También, igual que algunos deportistas olímpicos se tatúan los aros olímpicos para indicar que pertenecen a un grupo reducido de deportistas de élite, entre los practicantes de estas actividades hay quien opta por tatuarse el logo de las competiciones en las que participa (como los *CrossFit Games* o la *Street Workout World Cup*) o de las carreras de obstáculos que supera (como *Tough Mudder*, *Spartan Race*, etc.)

Estos símbolos les ayudan en su identificación como miembros de una comunidad de excelencia,

comprometidos en la búsqueda de la proeza y de la superación del reto, a la vez que pueden indicar el nivel o status alcanzado. La piel se convierte así en una especie de soporte publicitario (*skinadvertising*) donde los demás pueden leer el relato de sus actividades deportivas.

PALABRAS CLAVE:

práctica deportiva, tatuaje, identidad, comunidad de excelencia.

ABSTRACT

Currently there are various sports practices that are characterized by trying to bring the person, through physical activity, to his body and mental limits to overcome them. Physical-sports activities that, based on the continuous overcoming of challenges, become so demanding that they permeate all areas of practitioners' lives, thus becoming the true leitmotif of their lives. It is because of this commitment that some do not hesitate to tattoo motivational slogans habituals in such activities (such as the *Live, Love, Lift* of *CrossFit* practitioners), the corporate logo of the owners of the training systems (of Reebok, for example) or, even, the corporate logo of the *box* (sports center) in which they carry out their activity.

Also, just as some Olympic athletes tattoo the Olympic rings to indicate that they belong to a small group of elite athletes, among the practitioners of these activities



there are those who choose to tattoo the logo of the competitions in which they participate (such as the CrossFit Games or the Street Workout World Cup) or the obstacle courses that it surpasses (such as Tough Mudder, Spartan Race, etc.)

These symbols help in their identification as members of a community of excellence, committed to the search for the feat and to overcoming the challenge, while at the same time they can indicate the level or status reached. The skin thus becomes a kind of advertising support (skinadvertising) where others can read the story of their sporting activities.

KEYWORDS:

sports practice, tattoo, identity, community of excellence.

INTRODUCCIÓN

Los tatuajes u otras modificaciones corporales son prácticas que acompañan los ritos iniciáticos de muchas sociedades tradicionales, prácticas que fueron adoptadas por elementos externos a ellas y que, al trasladarlas a sus propias sociedades las desposeyeron de su significado original. Si bien hasta las últimas décadas del siglo pasado, la exhibición de estos símbolos estaba relacionada con poblaciones marginales (marineros, soldados, delincuentes, obreros de baja cualificación), hoy en día, sin embargo, como señalan Koch y Roberts (2012), "la modificación corporal se ha convertido en parte de la cultura dominante" (2012, 213) y se puede usar como una forma de autoexpresión para transmitir la pertenencia a un determinado grupo social y la aceptación de los

atributos del mismo que hacen referencia a las prácticas de auto-identificación e identidad, incluidos los elementos actitudinales y conductuales (Emmons y Billings, 2015, 70), como una "evidencia visual de tales compromisos para que otros lo vean" (Koch y Roberts, 2012, 211).

En las sociedades actuales se da, además, una pluralidad de subculturas que permite que las personas pueden identificarse con varias de ellas para moldear o configurar su identidad individual, Así, "siguiendo las propias inclinaciones, uno arma la identidad a partir de un fondo hipercultural de formas y prácticas de vida. De esta forma, emergen figuras e identidades tipo *patchwork*" (Han, 2018, 77).

Esta identidad tipo *patchwork* significa que una misma persona puede mostrar afiliación a diversos grupos sociales que, a modo de retales y con una combinación única, se unen para configurar la identidad del individuo. Y puede mostrar sus diversas afiliaciones a través de los tatuajes que exhibe, convirtiendo, como sugiere Le Breton (2002b), su piel en una "cartografía" de su relación con el mundo.

Esta forma peculiar de narrar la propia historia para que los demás puedan conocerla, también se da entre los practicantes de actividades deportivas.

PRÁCTICA DEPORTIVA Y TATUAJE

Dentro de los deportes modernos, Koch y Brown (2011) relacionan la apropiación inicial del logotipo de los aros olímpicos por parte de los nadadores canadienses, ya



fuese en forma de anillo no autorizado o de tatuaje, este último generalmente adornado con una hoja de arce, como una representación política y de afirmación de los intereses nacionales en una época, finales de la década de 1970 y principios de 1980, caracterizada por un clima político aparentemente opresivo, la denominada Guerra Fría, que culminaría en el ámbito deportivo con los sucesivos boicots a los Juegos Olímpicos de Moscú'80 y de Los Angeles'84. El nadador Graham Smith, que había ganado una medalla de plata en los Juegos Olímpicos de Montreal'76, lució el tatuaje de los aros olímpicos adornados con la hoja de arce por primera vez en los Juegos de la Commonwealth celebrados en Edmonton dos años después, en 1978.

Sin embargo, tal y como indican los citados autores, muy rápidamente el tatuaje “evoluciona de ser una simple declaración de orgullo de nación a un rito de iniciación en el deporte de alto rendimiento” (2011, 16), convirtiéndose así en una tradición en la que uno pueda tatuarse ese motivo solo tras haber sido convocado al equipo olímpico, facilitando de esta forma a los deportistas seleccionados el imaginarse a sí mismos como miembros de una comunidad especial: aquellos que han participado en unos Juegos Olímpicos, “una comunidad con valores comunes y una visión común del deporte y la vida” (2011, 18).

En las últimas décadas, algo similar está sucediendo con un tipo de prácticas deportivas cuya demanda va adquiriendo cada vez mayor importancia, exponentes de la actual sociedad del rendimiento,

que se caracterizan por intentar llevar a la persona, mediante la actividad física, a su límite corporal y mental para superarlo. Sistemas de entrenamiento como el *CrossFit*, el *SealFit*, el *Street Workout*, o actividades puntuales como las carreras de larga distancia con obstáculos *Spartan Race*, *Warrior Dash* o *Tough Mudder*, se encontrarían dentro de esta categoría.

Estas actividades físico-deportivas, al tener como base el planteamiento continuo de retos, llegan a ser tan exigentes que impregnan todos los ámbitos de la vida de los practicantes (estilo de vida, hábitos alimenticios, círculo de amistades, etc.), llegando así a convertirse en el verdadero *leit-motivo* de sus vidas. La práctica deportiva se sacraliza: se convierte en una creencia que configura la acción vital. Como forma de expresión pública de ese compromiso adquirido, algunos no dudan en tatuarse motivos relacionados con dichas prácticas, ya que “las personas no son un lienzo silente, sino que, literalmente, encarnan e interpretan los mensajes escritos en su piel” (Herd, 2016, 42).

La piel se convierte así en una especie de soporte publicitario (*skinadvertising*) que registra los eventos vividos significativos para el individuo, y donde los demás pueden leer el relato de sus experiencias vitales, entre ellas las relacionadas con la práctica deportiva.

Ya se trate, siguiendo la terminología de Freitas Cardoso (2016), de un “álbum de familia” (o “temático”), en el que se encuentran relatadas diferentes efemérides todas relacionadas con un mismo tema (o tipo de prueba deportiva); o de un



“álbum de coleccionista”, que recoge el mayor número de referencias a prácticas o actividades diferentes, estos símbolos ayudan a la identificación de la persona como miembro de una comunidad de excelencia, comprometida en la búsqueda de la proeza y de la superación del reto, a la vez que pueden indicar el nivel o estatus alcanzado dentro de la misma. Estos dos aspectos se analizarán a continuación con mayor detalle.

1. PERTENENCIA A UNA COMUNIDAD

De la misma manera que algunos deportistas olímpicos se tatúan el logotipo olímpico (los aros olímpicos) para indicar que pertenecen a un grupo reducido de deportistas de élite, entre los practicantes de estas actividades de excelencia también hay quien opta por tatuarse el logo corporativo de los propietarios de los sistemas de entrenamiento (de Reebok²⁴, por ejemplo) o, incluso, el logo corporativo del *box* (centro deportivo) en el que realizan su actividad.

Esta última posibilidad tiene un componente de publicidad y promoción del centro que no es baladí. En 2014, la cadena estadounidense de centros de fitness *low-cost* 24/7, Anytime Fitness, logró situarse en el número 1 de Entrepreneur Franchises 500, gracias a la relevancia conseguida por una acción promocional que consistía en reembolsar el importe correspondiente a la cuota anual, a todos aquellos clientes que se tatuasen el logo de la compañía y compartiesen, en un

escrito, su historia personal con Anytime Fitness, ya se tratase de la consecución de objetivos de condición física o de emprendimiento empresarial (Zipkin, 2014). En nuestro caso nos referimos, sin embargo, a aquellos que deciden tatuarse el logo del centro por el mero hecho de mostrar su pertenencia a una determinada comunidad.

Es habitual encontrar tatuajes del logo de las competiciones en las que se ha participado, como los *CrossFit Games* o la *Street Workout World Cup*, lo que también podría ser considerado como un elemento que evidencia el nivel o estatus alcanzado, tal y como se explicará en el apartado siguiente; o de las carreras de obstáculos que se han superado, como la *Tough Mudder*, la *Spartan Race*, etc.

También se pueden encontrar tatuajes de lemas motivacionales habituales en dichas actividades, algunos específicos, como el *Live, Love, Lift* de los practicantes de *CrossFit*, y otros más generales como “El dolor es temporal, la gloria es eterna”, o el ya clásico *No pain, no gain* (“sin dolor no hay mejora”). En el torso de un *crossfiter* puede observarse tatuada una frase motivacional atribuida a N.D. Walsch, que resume a la perfección la filosofía de este tipo de actividades, en las que el placer derivado de su práctica se alcanza tras vencer o vencerse en un desafío: *Life begins at the end of your comfort zone*, “la vida empieza tras el límite de tu zona de confort”.

²⁴ Reebok es la propietaria de las marcas *CrossFit*, *Spartan Race* y *Titan Race*, entre otras.



Siguiendo la idea de identidad hipercultural de Byung-Chul Han (2018) y de las “identidades tipo patchwork” (2018:16) encontraríamos aquellas personas que presentan tatuajes que las identifican como miembros de diferentes comunidades de excelencia (aunque, generalmente, son comunidades de practicantes de actividades similares). Así, por ejemplo, tendríamos aquellos con tatuajes que los acreditan como “supervivientes” de la *Spartan Race*, y de la *Tough Mudder*, y de la *Warrior Dash*, y... La piel de estos individuos se convierte en un “álbum de coleccionista” (Freitas Cardoso, 2016).

También ligado a este concepto de “identidad patchwork” estarían los tatuajes de referencias bíblicas, como el *Galatians 6:14* que luce Rich Froning²⁵ en su torso y que alude al salmo 6:14 de la Carta de San Pablo a los Gálatas; o el más habitual *Philippians 4:13* (Carta de San Pablo a los Filipenses 4:13), que nos indican que sus portadores pertenecen tanto a una comunidad de excelencia, como a una comunidad mucho más grande y transversal en cuanto a la práctica deportiva de preferencia: la de los deportistas cristianos. La práctica deportiva y la religión como creencias configuradoras de la identidad.

Los tatuajes se convierten, así, en un elemento que sirve tanto al individuo para identificarse con una comunidad, como a los demás

para identificarlo como miembro de esa comunidad determinada; los tatuajes señalarían la afiliación tribal del individuo. Pero al mismo, debido a la singularidad de cada tatuaje, estos ayudan al individuo a diferenciarse del resto de componentes de la comunidad, facilitan su individualismo, evitando la normalización y homogeneización a la que tienden las comunidades o grupos sociales; los tatuajes destacarían la individualidad dentro del colectivo.

2. INDICACIÓN DEL ESTATUS ALCANZADO

Dentro de la comunidad que conforman los deportistas olímpicos, podemos encontrar que algunos de ellos adornan sus tatuajes del logotipo olímpico con una corona de laurel, que indica que han obtenido un diploma olímpico (los diez primeros clasificados). Y otros los adornan con medallas de oro, plata o bronce, indicando que han quedado campeones, en segundo o en tercer lugar, respectivamente. Estos elementos distintivos sirven para indicar un nivel o estatus diferente alcanzado por algunos de los miembros de la comunidad debido a sus logros deportivos, y facilitan que estos pueden identificarse entre sí ayudándoles a conformar una nueva comunidad más reducida y exclusiva dentro de la comunidad general. Así, dentro de la comunidad general de los depor-

²⁵ Rich Froning es un deportista profesional de *CrossFit* famoso por los éxitos alcanzados en los *CrossFit Games*. Ha sido la primera persona en conseguir ganar cuatro años consecutivos (2011, 2012, 2013 y 2014) el título de

Fittest Man on Earth, al quedar primer clasificado en los Juegos. En los años 2015, 2016 y 2018, lideró el equipo ganador de los Juegos en la categoría por equipos, el *CrossFit Mayhem Freedom*.

Sánchez Martín, R. y Sánchez Martín, J. (2019). Live, love, lift... tattoo!
Revista Española de Educación Física y Deportes, 426 (Esp.), 118-125



tistas olímpicos, se podría diferenciar la comunidad (o tribu) de los laureados; y dentro de esta, se podría diferenciar la tribu aún más reducida y exclusiva de los medallistas olímpicos. Diferentes tribus dentro de una misma comunidad de acuerdo con los logros conseguidos por sus miembros en la práctica de la actividad, todos ellos reconocibles por sus tatuajes, por los relatos vitales escritos en su piel.

De la misma manera, en determinadas modalidades deportivas, dentro de la comunidad general que conforman sus practicantes, se pueden distinguir diferentes niveles o estatus de los deportistas, en función de la exigencia de la práctica llevada a cabo. Así, por ejemplo, dentro de la comunidad de los triatletas, podemos encontrar la comunidad de los que han participado en una IronMan. Y dentro de estos, la comunidad de los que han participado en una Epic5. Son diferentes niveles de exigencia dentro de una misma práctica deportiva, el triatlón, y que dan lugar a estatus diferenciados de sus integrantes.

Ya hemos comentado anteriormente que una de las características más representativas de la mayoría de estas actividades de excelencia, es intentar llevar al practicante a superar sus límites, tanto a nivel físico como psicológico. Una manera efectiva de conseguir este grado tan alto de implicación personal es mediante la ludificación (o “gamificación”) de la actividad física, o sea, mediante la utilización

de aspectos propios de la mecánica del juego en sus planteamientos. Esto incluye algunos elementos del diseño y de la dinámica de los juegos, como el establecimiento de retos o niveles a superar, y la obtención de recompensas o la adquisición de determinados estatus dentro del juego de acuerdo con los logros conseguidos.

Este empleo de motivaciones extrínsecas (retos o desafíos) para incentivar la actividad puede conllevar que, una vez alcanzado el reto, esa actividad deje de ser estimulante y el practicante desista de la misma. En las actividades de entrenamiento, este posible efecto desincentivador de lograr el reto, se contrarresta con el continuo lanzamiento de desafíos, como el *Work of the Day* (WOD) de los centros *CrossFit*, o las rutinas diarias que propone MadBarz²⁶ para los practicantes de *Street Workout*. En los eventos o actividades puntuales, como las carreras de larga distancia con obstáculos, se están buscando otras fórmulas para intentar que los participantes repitan y no abandonen una vez conseguido el reto de superar la prueba.

Una de estas soluciones, bastante común a todas ellas, es el establecimiento de diferentes estatus conseguidos de acuerdo con el número de participaciones en la prueba; por ejemplo, pasar de *beginner* a *advanced* o *expert*.

A los entusiastas de la *Spartan Race*, se les ofrece un nuevo desafío: el formar parte de la tribu *Spar-*

²⁶ MadBarz es un portal de internet con una aplicación de entrenamiento especializado en *Street Workout*. www.madbarz.com

Sánchez Martín, R. y Sánchez Martín, J. (2019). Live, love, lift... tattoo!
Revista Española de Educación Física y Deportes, 426 (Esp.), 118-125



tan *Trifecta*, que distingue a aquellos que, dentro de un año natural (del 1 de enero al 31 de diciembre), han participado (y finalizado) en pruebas de las tres distancias posibles de la *Spartan: Sprint*, con distancia superior a 5 Km. y entre 20-23 obstáculos; *Super*, una distancia superior a 13 Km. y entre 24-29 obstáculos; y *Beast*, más de 20 Km. de recorrido, con entre 30-35 obstáculos.

Desde 2011, a los integrantes de la comunidad de “supervivientes” de la *Tough Mudder* también se les ofrece la oportunidad de conseguir un estatus superior: la participación en la *World's Toughest Mudder*.

Se pueden encontrar, por lo tanto, diversas tribus dentro de una misma comunidad de excelencia, relacionadas generalmente con el diferente nivel o status alcanzado por sus miembros en función de sus logros.

A MODO DE CONCLUSIONES

Las señas de identidad (de pertenencia y de estatus) que proporcionan las marcas en la piel no son un fenómeno contemporáneo, ya se daban en las sociedades tradicionales. La diferencia fundamental estriba en que en muchas sociedades tradicionales las marcas corporales identifican socialmente de acuerdo al imperativo cultural de su sociedad. En efecto, las inscripciones corporales acompañan los ritos iniciáticos y señalan la legitimidad del individuo como integrante del grupo, así como los cambios de estatus social, pero siempre de forma regulada.

Sin embargo, en las sociedades contemporáneas las marcas corporales son producto de una elección individual. Tal y como hemos visto aplicado en el ámbito deportivo, es el individuo quien elige formar parte de una determinada comunidad o grupo social con el que comparte intereses, y quien decide tatuarse un determinado símbolo para mostrar su pertenencia a dicha comunidad, o el estatus conseguido en la misma gracias a su desempeño. Y como las adhesiones pueden ser múltiples, de acuerdo con los diversos ámbitos de interés de la persona, ésta va construyendo su identidad en base a la unión de diferentes “retales” vitales: es una identidad *patchwork*, que puede ser leída e interpretada por los demás a través de los símbolos estampados en el lienzo que constituye su piel.

BIBLIOGRAFÍA

- Emmons, B. y Billings, A.C. (2015). To Airbrush or not?: Theoretical and Practical Applications of Athlete, Tattoo, and the Media, en *Journal of Sports Media*, Vol.10, nº 2 (65-88).
- Freitas Cardoso, J.B. (2016). Tatuagens e Histórias de Vida: o personagem na construção da identidade, comunicación presentada en XXV Encontro Anual da Compós, organizado por la Universidade Federal de Goiás, y celebrado en Goiás (Brasil) el 07-10 de junio de 2016. Disponible en: <http://www.compos.org.br/biblio->



- teca/gt_pilc_car-
doso_3419.pdf
- Han, B-C. (2018). *Hiperculturalidad*. Barcelona: Herder
- Herd, K. (2016). Writing, stitching, inking – different modes of creating historical narratives, *Idrott, Historia och Samhälle*, 2016 (30-47).
- Koch, J. y Brown, D. (2011). Ringleaders: Olympic Athletes who Donned, Inked and Embodied the Olympic Logo in the Cold War, *Olympika. The International Journal of Olympic Studies*, Vol. XX (1-30).
- Koch, J.R., y Roberts, A.E. (2012). The protestant ethic and the religious tattoo. *The Social Science Journal*, Vol. 49, nº 2 (210–213).^[1]_{SEP}
- Le Breton, D. (2002a). *Signes d'identité. Tatouages, piercings et autres marques corporelles*. París: Métailié.
- La Breton, D. (2002b) *El tatuaje*. Editor digital: Titivillus
- Sánchez, J. y Sánchez, R. (2017). “Márketing para ‘héroes’”, *Revista Española de Educación Física y Deporte*, nº 418 (555-562), Madrid: COLEF.
- Sánchez, R. y Sánchez, J. (2017). “Del cuerpo sano al cuerpo rendidor. La representación del cuerpo en la Sociedad del rendimiento”, en VV.AA., *Antropologías en transformación: sentidos, compromisos y utopías*, Valencia: Universidad de Valencia. (247-258).
- Zipkin, N. (2014). Would You Get a Tattoo of Your Favorite Franchise's Logo?, *Entrepreneur*, 15 de julio de 2014. Disponible en: <https://www.entrepreneur.com/video/235538>