

# El carácter del sumo: ¿Historia de lo inesperado?

por Chris Gould

*Chris Gould le echa un vistazo a la cambiante naturaleza del carácter del sumo y descubre un interesante contraste entre fines y medios.*

## Introducción

A primera vista, innovaciones como Internet, con su enfoque sobre la difusión de información a la gente común, parece más bien una pesadilla para las organizaciones que aspiran a ser reservadas. Se espera que la Asociación Japonesa de Sumo (NSK), por ejemplo, desprecie la perspectiva de que los antiguos e inofensivos comentarios realizados en las izakayas llenas de humo se extiendan a los foros internacionales de discusión en línea. Pero, por supuesto, la revolución de la información es siempre un cuento de lo inesperado, de consecuencias imprevistas. Los mayores puntos de difusión de noticias de los productos a menudo son también sus mayores debilidades. Y así ha llegado a ser el que la NSK, inicialmente con mucho que temer de Internet, realmente ha ganado mucho.

La cuestión más general es intrigante: ¿Están los aficionados de hoy, con la fortuna de contar con la tecnología de la sociedad de la información, más cerca de sus héroes que los aficionados al sumo de antaño? Quizás de forma sorprendente, la respuesta parece ser: no.

## ¿La insignificante invasión?

El 23 de Septiembre de 2007, la privacidad del sumo fue supuestamente violada como nunca antes. Una espectadora con la intención de distribuir folletos sin relación con el sumo, se saltó al

equipo femenino de seguridad y tocó el sagrado dohyo antes de un combate entre Goeido y Takekaze, en un acto que hace caso omiso de forma flagrante a la tradición sintoísta. A pesar de que algunos se negaron a confirmar si la persona era una mujer y negaron que el dohyo se hubiera tocado, los tabloides trataron el incidente como una "noticial mundial", un triste ejemplo de los excesos liberales del carácter del sumo. "Nunca antes un espectador se había saltado la barrera entre los guerreros y los simples aficionados," dijo el tabloide oficial. El acceso a las estrellas supuestamente nunca había sido mayor. En realidad, poco podría estar más lejos de la verdad.

Esa misma noche, el restaurante Hana-no-Mai de Ryogoku casualmente mostró escenas de un combate de 1960 que fue interrumpido por un alocado espectador (que posteriormente fue sacado del anillo por un encolerizado yobidashi). En Japón, las cámaras de televisión a menudo revelan inocentemente lo que los periódicos no dicen. Por supuesto, las cámaras de televisión rara vez recogen ni siquiera la mitad de las joyas ocultas de la sociedad tatemaie. Un aficionado extranjero del sumo afirmó sentirse avergonzado por sus compatriotas después de observar sus payasadas un día temprano en el Kokugikan. "He visto a espectadores a primera hora bajar hasta tocar el dohyo antes de que empezase la jornada," dice este aficionado, "y a un yobidashi correr frenéticamente hacia ellos para detenerlos." Sólo el tatemaie sabe cuántos incidentes similares se han ido producido a lo largo de los años sin tener constancia de

ellos, y cómo es actualmente el acceso no autorizado al dohyo de una tradición de largo tiempo.

## La angustia del hanamichi

Los aficionados al sumo con edad suficiente para recordar la época de Chiyonofuji y las anteriores, recordarán una época en que en el hanamichi de la shitaku-beya se alineaban simpatizantes de todas las edades, especialmente muchos niños de corta edad. Varios aficionados al sumo me han mostrado las imágenes que tomaron a la edad de 30 ó 40 años cuando las superestrellas de los años 70 y 80 salían de los vestuarios. Algunos incluso hablan con cariño de ser abofeteados o empujados fuera de su camino por los concentrados sumotori, tal vez un poco molestos ante el diminuto inconveniente que bloqueaba su camino hacia el dohyo. Volvemos rápido a 2008 ese tipo de actividad ya no se puede presenciar. La shitaku-beya, como se puso de manifiesto en el número anterior de SFM, está ahora fuera de los límites establecidos para los aficionados, sobre la base de que la concentración de los luchadores no debe ser alterada antes de subir al dohyo. El resultado es que los aficionados al sumo, por tanto, están menos conectados con sus héroes que hace 20 años, y el resto debe contentarse con ver durante un segundo (y a menudo a larga distancia) a las estrellas de makuuchi entran y salen del Kokugikan por la entrada lateral.

## El camino del jungyo

Hace tiempo el jungyo era el principal ejercicio de relaciones públicas, lo que permitía a las estrellas del deporte y a los aficionados mezclarse más

íntimamente que en cualquier otro entorno de la NSK. Los aficionados del campo que estaban lejos de los lugares donde se celebraban los honbashi, apreciaban mucho los ejercicios, soñando con el día en que podrían decirle a sus nietos que vieron al gran yokozuna en carne y hueso. Esos días ya han pasado. Es cierto, todavía el jungyo proporciona muchos momentos íntimos de sumo, pero gran parte de su espíritu ha sido arrojado a los lobos. Muchos de los aficionados que asisten al jungyo - especialmente en las áreas de Kanto y Kansai - son los que asisten al honbashi de todos modos. También hay menos jungyo ahora en Japón que en el pasado. Por ejemplo, la NSK solía permanecer en Sapporo durante tres días consecutivos hasta mediados los años 90. Ahora tan sólo está un solo día en Sapporo, e incluso ese día se canceló en 2000.

Muchos observadores atribuyen la disminución del jungyo en Japón a la falta de demanda. Sin embargo, una gran parte de la responsabilidad debe ser compartida por los proveedores de Sumo, que no se han escondido en centrarse en los jungyo en el extranjero desde el decenio de 1970. En la actualidad, la NSK parece decidida a celebrar dos jungyo en ultramar al año, lo que limita aún más el tiempo que los luchadores pueden pasar entre sus compatriotas japoneses. Cuando consideramos para quién son en realidad los jungyo en el extranjero, la relación entre los sumotori ordinario y los aficionados parecen aún más tensas. Fuera de Japón, el sumo es vendido principalmente como una novedad para los que están fascinados por las diferencias ven el experimentar con otras culturas como un símbolo de status. Si un reciente artículo publicitario en EE.UU. sobre el jungyo de Los Angeles - que inexplicablemente sugería que Kotooshu sería promovido a yokozuna si ganaba el

jungyo - puede servir como un acicate, los jungyo de ultramar están prostituidos principalmente hacia las personas que no saben nada acerca del sumo. Al mismo tiempo, el público que verdaderamente sabe de sumo, como el de Mongolia, se siente engañado al descubrir que su jungyo podrían ser hecho en beneficio de personas adineradas y sus familias.

En la era cibernética, cuando las relaciones personales adquieren mayor importancia, sigue siendo incomprensible por qué los tours prácticos del siglo XXI han hecho poco en fortalecer las relaciones entre los sumotori y sus fervientes admiradores.

### **La venta de entradas**

Cuando el sumo tuvo la caída de popularidad en la década de 1930, durante el inicio de la Gran Depresión, varios comentaristas se convencieron de que el carácter intolerante del sumo era el culpable. Las críticas fueron dos: los precios de demasiadas entradas estaban con la mente puesta en los ricos y también que demasiadas entradas estaban disponibles a través de contactos. Durante la Depresión, el número de kanemochi ("personas ricas") dispuestos a ver sumo cayó en picado, dejando montones de asientos 'premium' sin vender en cada torneo. Sin embargo, como esos hombres de negocios que solían asistir preferían estar con una geisha más que la gente corriente, los precios de las entradas para estos asientos no vendidos se mantuvieron sin reducir.

A mediados de los años 30, el sumo recuperó espectacularmente su popularidad y pidió que se liberalizase la política de los asientos, sólo para volver de nuevo con ello a finales de los 50. En aquel entonces, un investigador japonés sobre la distribución de los asientos se encontró con que las casas de té 'chaya' afiliadas al

sumo estaban al mando de un injusto monopolio de las ventas de los asientos tamari y masu-seki. Peor aún, muchas de esas chaya estaban asociadas con la esposa del Presidente de la NSK Dewanoumi (que trató de excusarse a sí mismo después de que esto se hiciera público). Las conclusiones de la investigación supuestamente marcaron un punto de inflexión histórico en la distribución de entradas de la NSK. A partir de entonces en adelante, por lo menos según el nuevo Presidente de la NSK Tokitsukaze, los mejores asientos se abrían a las masas como nunca antes.

Por desgracia, 50 años después, este nuevo mundo sobre la emisión de entradas aún no se ha cumplido. Las chaya y los altos cargos de la NSK todavía tienen un inmenso control sobre la asignación de los mejores asientos de un torneo. La probabilidad de obtener una de estas entradas aumenta exponencialmente para una persona con conexiones con un chaya-san. Pocos, si es que hay alguno, se unirían a la tropa de personas que el jueves 7 de agosto a las 11 de la noche estaban acampados fuera del Kokugikan para esperar nueve horas para conseguir las pocas docenas de entradas numeradas que dan derecho a los aficionados para reservar los codiciados asientos para el Aki Basho. Incluso este gesto simbólico de las masas ha sido subvertido por la élite. Uno de los que estuvo toda la noche en la cola informó a SFM que se veían siempre las mismas en el mismo sitio todos los años, a menudo fuera de las carpas que el sitio web de la NSK aconseja no traer. De hecho, el sitio web de información de venta de entradas de la NSK es una de las más extrañas fachadas jamás levantadas. El apariencia democrática de la información de entradas es cómicamente socavada por el hecho de que las reservas de Internet están todavía prohibidas (como el envío de entradas a

direcciones fuera de Japón). Si no fuera por las consecuencias a largo plazo y el consiguiente exceso de asientos vacíos los días de la semana, la obtención de entradas de sumo decentes sería igual de duro en el siglo XXI como a mediados del XX.

### ¿El bunker de la blogosfera?

A principios del siglo XXI, los aficionados al sumo aficionados nunca han tenido tanta información acerca de la vida cotidiana de sus héroes. Si Kotoshogiku va de pesca o compra pasteles, su blog ofrece un comentario y fotos para el mundo. Incluso los derechos de sucesión de la Azumazeki beya se filtraron sin problemas a través del blog de Nishikido Oyakata, que había cenado y discutido el asunto con Azumazeki (su antiguo maestro) algunas noches antes. A veces, incluso los familiares de los luchadores saltan a la palestra como, por ejemplo, la esposa de Kitazakura que con frecuencia permanecen hasta la madrugada escribiendo un blog sobre la familia 'zakura'. Muchos aficionados, de forma comprensible, están convencidos de que nunca se han considerado más unidos a sus ídolos sumotori. En teoría, nunca la asociación de sumo había luchado tanto para mantener la imagen de los sumotori como seres especiales, al margen de la normalidad, centrandose exclusivamente en el desarrollo de su fuerza suprema y tomando el relevo de los samurai como protectores de la nación.

Sin embargo en la práctica, incluso en la blogosfera, los profundos

secretos del sumo siguen intactos en cuestión de seguridad. Los blogs pueden revelar mucho más acerca de los sumotori como personas, pero evidentemente no revelan mucho más sobre las realidades de la vida del sumo. Es irónico, por cierto, que el blog de Toyonoshima, ampliamente considerado como uno de los mejores y más informativos, salga de la heya que fue acusada de encubrimiento en 2007. De hecho, el escándalo de la Tokitsukaze dio lugar a una reducción general en la actividad de los blogs de los luchadores el verano pasado, lo que a uno le plantea seriamente la libertad que tiene un sumotori para escribir su blog. Más o menos al mismo tiempo, otro respetado blog - el de Miyabiyama - retrató su heya como una imagen de la diversión y la risa... exactamente en el momento en que su gestión era criticada por ser demasiado dura con los novatos. Parece que al llenar la red con trivialidades, los blogs de los sumotori han desviado a los aficionados de la atención a casos más graves en cuestiones de sumo. La conmoción general que siguió a la muerte de Tokitaizan indicó sin duda que los aficionados al sumo de la blogosfera no estaban más ilustrados con el funcionamiento interno del sumo que sus homólogos de las generaciones anteriores.

### Conclusión

En teoría, las experiencias de los aficionados modernos al sumo de hoy en día no tiene precedentes en temas de libertad a la hora de cortejar a sus héroes. Las estadísticas de cada luchador y las direcciones de las heyas se pueden

conseguir con sólo pulsar un simple botón. Las ideas sobre la vida personal de las estrellas del sumo y sus entrenadores pueden absorberse de la misma manera gracias a la expansión de la blogosfera del sumo. Pero así como el contacto entre ciberaficionados y sumotori se convierte cada vez en más íntimo, es dudoso si se puede decir lo mismo de los contactos personales. Ya no se puede acceder al hanamichi de los vestuarios. Se están realizando menos jungyo en el propio Japón. Algunas heya, principalmente la Takasago, siguen prohibiendo que los espectadores vean el asa-geiko.

En un mundo donde el contacto humano está preocupantemente en disminución, es altamente posible que la mayoría de los aficionados se contenten con tratar a los sumotori como amigos de internet. Si es así, entonces no hay nada que impida a las autoridades deportivas de una mayor restricción del acceso a sus estrellas en el futuro, con la seguridad de que tales acciones no traerán un alboroto. Internet es, por desgracia, una excelente herramienta para que sus usuarios piensen que tienen conocimientos. La pregunta es: ¿qué tipo de conocimiento? En el caso del sumo, mientras que a día de hoy los aficionados pueden conocer mucho más que sus predecesores sobre el amor de Kotoshogiku por los pasteles y los restaurantes favoritos de Nishikido Oyakata, las cuestiones más graves como el maltrato de los jóvenes discípulos están, de alguna manera, todavía por debajo del radar.