

El futbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al futbol

Jorge Alberto Meneses Cárdenas
Universidad del Mar, Campus Huatulco

Resumen. El futbol es el deporte espectáculo más consumido del mundo. En el documento se explora el sentido de pertenencia de los aficionados a unos colores determinados, el proceso de socialización con fines de autoadscripción y el proceso de identidad con un equipo. Para ello se hace un trabajo cualitativo en donde un clásico de futbol se convierte en un escenario de división de identidades con tintes rituales. La descripción densa de este fenómeno en una escuela preparatoria llena de significados ritualizados por jóvenes, y donde las banderas y camisetas colman de colores la semana previa y posterior a un duelo en el que los aficionados son el jugador número 12. Se desea mostrar el consumo cultural heterogéneo del futbol como un elemento aglutinador de imaginarios sociales: el orgullo por la victoria, el duelo ante la derrota.

Palabras clave: 1. futbol, 2. socialización,
3. ritual, 4. identidad, 5. consumo cultural.

Abstract. Soccer is the most highly consumed sport-spectacle in the world. This paper explores the fans' feeling of belonging to any given colors and the process of socialization as well as the ways in which people find themselves socially identified with a football team. In order to do this, qualitative work is carried out: a classic soccer match becomes the scenario for the division of identities with ritual overtones. The dense description of this phenomenon in a High-School is full of ritualized significance, where flags and jerseys fill with color the previous and subsequent weeks to a duel in which the fans become the twelfth player. There is the intention to show the heterogeneous cultural consumption of soccer as an agglutinating element of social imagination: pride in victory and mourning for defeat.

Keywords: 1. soccer, 2. socialization, 3. ritual, 4. identity, 5. cultural consumption.

culturales

VOL. IV, NÚM. 8, JULIO-DICIEMBRE DE 2008

ISSN 1870-1191

EN EL 2005 INGRESÉ A DAR CLASES a una preparatoria privada ubicada a un costado del centro de Coyoacán, en la Ciudad de México. Pronto descubrí que los jóvenes eran inquietos y poco participativos en las clases. También perdía el tiempo en tratar de comprender sus formas de comportamiento, pues como todo profesor veía los toros desde la barrera; en este caso, veía desde la sala de maestros las formas de convivencia en los descansos y, si acaso, reía por algún buen chiste juvenil o celebraba un gol ajeno.¹

Una mañana de lunes bajé al patio a primera hora para integrarme a la tradicional ceremonia “de los honores a la bandera”. Los jóvenes jugaban, se empujaban y reían mientras esperaban órdenes. En su mayoría, los alumnos vestían uniforme de gala. Durante el canto del *Himno Nacional*, los jóvenes no ponían mayor empeño. Algunos sólo movían los labios. Acto seguido al término de la ceremonia, un alumno sacó una playera del América y se la dio a una maestra para que se la pusiera. El domingo anterior, el equipo de la Máquina del Cruz Azul había perdido con las Águilas del América. Mientras el alumno se mostraba retador y seguro de sí, algunos alumnos entonaban cantos en apoyo al equipo águila. La maestra se negaba a ponerse la playera, mientras los jóvenes americanistas se complacían con el triunfo de su equipo. La maestra pagó la apuesta sonrojada.

Esto me llevó a pensar en dos cuestiones: ¿por qué los jóvenes rechazan el uniforme escolar, pero portan con orgullo la playera de su equipo?, y ¿cómo se explica que los jóvenes no participen con disposición natural en el canto de su himno nacional, pero gustosos canten himnos y canciones de su equipo de fútbol?²

¹ Quiero agradecer profundamente al filósofo José Antonio Rivera por sus comentarios a este trabajo. También a la profesora Alma González. El trabajo está dedicado a cada uno de las y los jóvenes de la Fundación Mier y Pesado, con quienes compartí aula y canchas deportivas; pero sobre todo comparto inquietudes y sueños. Confío en que el Atlético Precopeo mire por el título.

² Pronto recordé el estadio de Ciudad Universitaria donde juegan los Pumas de la UNAM. Pareciera que estuviera allí, viéndome entrar por primera vez, a los ocho años, con la cara pálida y queriendo gritar lo que fuera con tal de integrarme al grupo que escuchaba desde que corría por el túnel de acceso al palomar. O sim-

Ante esta realidad, me dispuse a investigar cómo se genera la afición por un equipo de futbol, además de pensar en la manera en que los individuos se identifican con unos colores y cantos —se apropian del equipo—. También deseo explorar lo que genera un partido de futbol considerado como clásico y que llega a convertirse en un ritual de consumo cultural. Esto tendrá como arena pública un partido llamado el “clásico de clásicos” del futbol mexicano, entre el América y el Guadalajara: todo lo que lo rodea, tanto en el espacio de la contienda como en la casa donde se encuentra un televisor y cada fin de semana se sigue el ritual del consumo futbolero.

La concentración: algunos estudios

“¡Gooooooooooooooooo!” es, quizá, una de las palabras “más” deseadas por decir en todo el mundo en un fin de semana, independientemente del idioma. Esto es resultado de que durante décadas el futbol se ha convertido en el deporte-espectáculo más popular del planeta.

Distintos estudios en Latinoamérica han centrado su interés en comprender la relación entre el futbol y la identidad, el futbol como ritual y el futbol como creador de imaginarios colectivos en general. Villena (2003) presenta algunos ejes analíticos para mirar el futbol desde una perspectiva sociocultural. Se pretende buscar la dimensión social del futbol como un fenómeno de *a)* industria del consumo cultural; *b)* la relación entre futbol, política, nacionalismo y homogeneización cultural; *c)* la hiper-

plemente llegar primero que todos y ver entrar a miles de jóvenes con la playera puma: desde las usadas en los años setenta, con la cara de un puma del tamaño de la playera y sin publicidad, mismas que son identificadas con la generación de Hugo Sánchez (considerado el mejor jugador mexicano) y Cabinho (máximo goleador en la historia del futbol mexicano), hasta algunas con un pequeño puma pero llenas de publicidad. Luego, los miles de jóvenes que antes, durante y después del partido cantan con la garganta abierta el himno universitario y cantos de apoyo al equipo o de ofensa para el rival.

mediatización del fútbol y su dimensión cultural: la subcultura del hincha; *d*) las identidades culturales en torno al fútbol, y *e*) el agudo proceso de comercialización, la hipermediatización y la transnacionalización del deporte universal. En general, se presentan condensadamente distintas líneas para abordar el fútbol como tópico de estudios sociales.

Para Ramírez (2003), el fútbol es un espacio privilegiado para observar las relaciones, las contraposiciones y el afianzamiento de identidades locales, regionales o nacionales. En su trabajo aborda la identidad regional en Ecuador en torno a los equipos de fútbol. Hace palpable el antagonismo entre hinchas de equipos de regiones distintas. Desde una mirada densa, presenta al fútbol como un catalizador de identidades regionales. Según Bayce (2003), el caso del fútbol uruguayo permite visualizar representaciones colectivas macrosociales. Aborda las categorías de *autoimágenes* y *heteroimágenes*. La primera permite observar la forma en que los uruguayos se visualizan: seres acostumbrados a la proeza de sus antepasados deportivos e históricos. La segunda ubica la forma en que son percibidos por el exterior para un mundial de fútbol. Esto permite ver una mirada intergeneracional en donde el pasado está más presente que nunca en la memoria colectiva de viejos y jóvenes. Se comparte el sentido de pertenencia histórica a la manera de una comunidad imaginada homogeneizada por héroes y símbolos nacionales tanto en un sentido patriótico como en el futbolístico.

Para Ferreiro (2003), el fútbol es un laboratorio ideal para entender un complejo ritual antagónico entre los hinchas. Los datos que aporta los retoma de los cantos humillantes que cada barra entona para lidiar con la barra enemiga. Menciona que el fútbol y los estadios se convierten en una arena ritualizada con variables antagónicas de inclusión, exclusión, ciudad, barbarie. Hace hincapié en que las identidades de los hinchas son virtuales, ya que pertenecen a espacios y momentos específicos. Por ello, el fútbol no es sólo la cancha y 22 jugadores; el espectador es un protagonista directo en la lógica de amigo-enemigo.

En México, Huerta (1999) realiza un estudio antropológico con los trabajadores de la planta ensambladora de autos Volkswagen, en Puebla. Rastrea las prácticas y representaciones en torno a la masculinidad de los trabajadores que juegan fútbol y beisbol en la empresa. Perfilá tipologías de la dimensión social del deporte para ubicar las representaciones sociales asociadas al “ser hombre” y la práctica ritualizada del deporte. Atinadamente, retoma la idea de Maurice Godelier sobre la “producción de grandes hombres” entre los baruya de Nueva Guinea para proponer la idea de la “producción de grandes jugadores”. Muestra las etapas de iniciación de los niños por los mayores, los privilegios económicos y sociales de ser un gran jugador, la homofobia y el machismo, pero a la vez las muestras homoeróticas entre los jugadores. En suma, es el primer estudio antropológico que muestra al deporte contemporáneo en México como un aspecto sociocultural del ser humano en donde se reflejan distintas prácticas y representaciones sobre la cultura de un grupo o sociedad.

Por su parte, el antropólogo Andrés Fábregas (2001) realiza una etnografía en el Estadio Jalisco, donde juega el “Rebaño Sagrado”, sobrenombre del club Guadalajara. Muestra las formas culturales que perfilan un proceso de identidad nacional en torno al equipo. El estadio es un “templo” pagano a donde migrantes regresan con devoción, como si fuera el santuario de la Virgen de Zapopan. El equipo hace las veces de un mito nacional e integra identidades para formar una identidad cuasinacional. El autor propone mostrar lo “sagrado del rebaño”: las Chivas como un catalizador de identidad nacional. Entre sus aciertos más visibles, muestra al aficionado como un actor que a través de sus prácticas participa del juego. Menciona que, a manera de tabú, algunos aficionados optan por no desayunar birria el domingo antes del partido de las Chivas, por temor a que eso sea un mal presagio. El estadio es un espacio en donde se encuentran amigos de años y su vínculo es ese espacio que ellos resignifican cada quince días en comunión con los colores del Rebaño. El antagonismo surge con el equipo rival de la ciudad: el Atlas. Los cantos de

Culturales

sus hinchas muestran un desclasamiento momentáneo al gritarle a los seguidores de las Chivas ¡albañiles!, cuando en cientos de gargantas los cuerpos que las sostienen sean los trabajadores de la construcción o los propios hijos de éstos.

Jugar como lo dice el librito: conceptos

Berger y Luckmann (2001) hablan sobre la internalización de saberes compartidos en una sociedad. A esto le llaman “socialización”. La socialización es el conjunto de saberes que se transmiten al individuo desde su nacimiento. Esto tiene como lógica introducir la visión de un mundo en específico. Para ello distinguen entre “socialización primaria” y “socialización secundaria”.

La socialización primaria se da en casa, en el seno de la familia donde crece el individuo. Para un niño, la internalización de saberes parte de la relación con sus padres, y ello tiene una carga afectiva constante. La socialización secundaria se da en los espacios institucionales externos a la familia: escuela, trabajo, iglesia, grupos de ocio, etcétera.

Esto no es producto de una relación unidireccional entre el individuo y su entorno, sino una relación dialéctica entre el individuo y la sociedad que consiste en tres aspectos: externalización, objetivación e internalización. Parten de la última para entender la socialización, pues primero se interna en el individuo, luego se puede objetivar en la realidad y después se externaliza como resultado de un fenómeno subjetivo y dialéctico.

Pese a que puede parecer un modelo acumulativo en el que se puede sumar $A+B+C =$ socialización integral del individuo, las categorías sólo pueden tener aplicación si se entiende que el individuo crea, construye y reconstruye explicaciones sobre la realidad de manera constante. Por esto, la socialización ocurre en todos los momentos de la vida y en los espacios de consumo cultural menos esperados.

Ahora bien, en términos concretos, la socialización marca pautas de comportamiento, objetivación y explicación del mundo a través de la intersubjetividad, pues no pienso que un padre le enseñe cierto valor a su hijo y este último no sea capaz de sólo internalizarlo y objetivarlo, sino de exteriorizarlo a su propio padre y sus futuros hijos con nuevos referentes que refuercen la idea que su padre le transmitió o que la cuestionen y le den nuevos significados. Esto despertaría una pregunta sobre ¿cómo el individuo se hace fanático, aficionado o seguidor de un equipo de futbol?

Ahora hablaré sobre el *ritual*. Como es sabido, Arnold van Gennep (2008) es de los primeros en hablar y darle nombre a eventos en los que la sociedad realiza acciones ritualizadas. A diferencia de otros estudiosos, él analiza los rituales de paso como productos en sí mismos de la sociedad y no como un apéndice de lo sagrado o religioso. Según él, los ritos tienen tres momentos: separación, margen y agregación. Mediante esta categorización de los ritos el autor muestra un periodo interestructural, un periodo en el que la estructura social es débil o desaparece momentáneamente y el individuo tiene permiso para transgredir. Toda sociedad tiene estos elementos en su visión del mundo para crear un antes y un después de manera colectiva para la sociedad y en términos individuales para el sujeto, aunque este último sólo se verá en otro –en los ojos de los otros–. Las celebraciones contemporáneas más secularizadas no están exentas de estas rupturas de la rutina; para muestra están los juegos olímpicos, los mundiales de futbol y la celebración del fin de año a la par con el nuevo año.

Para Turner (1988), la liminalidad es el momento central del rito, pues es en donde no hay estructura. En la boda los novios van a ser esposos; en el partido de futbol final habrá campeón o vencedor: en ese momento hay un sufrimiento previo para luego llegar a un gozo. Turner utiliza el término “comunitas” para mencionar que en el rito se pierde la jerarquía –hay una antiestructura–; por ello se explica que los aficionados salgan

y celebren, orinen donde sea e incluso se enfrenten a la policía, pues no hay reglas. En las casas los hijos pueden decir groserías, pueden enfrentarse con la burla y la mirada retadora a sus padres o familiares.

Más allá de explorar los niveles del ritual, es preciso mencionar que éste puede servir para reafirmar la unidad del grupo cuando la estructura social está débil, o para cambiarla, pero no puedo atribuir que tengan un sentido funcional exclusivo de equilibrio estructural. Es decir, el ritual afirma lo que la sociedad es y las formas que estructuran el lugar de los individuos, pues no supongo que las jerarquías se pierden únicamente: también se pueden ver reafirmadas, como en el caso de los toros, donde el público reafirma su virilidad mediante una guerra de dominio de la cultura (el torero en sí, el torero) sobre la naturaleza (el toro). Además, el término “comunitas” permite que el ritual sea utilizado para contextos no religiosos, pues logra evidenciar el carácter ritual de procesos de repetición periódica sin tener el afán exclusivo de evidenciar el cambio o la continuidad. Un partido de fútbol entre dos equipos antagónicos en México, Argentina, Brasil o España puede ser analizado como un ritual de repetición periódica. Así como lo sagrado se puede profanar, lo profano puede ser visto como sagrado. Para el antropólogo brasileño Roberto da Mata (2005), el carnaval en sí no es el momento importante del ritual –ni el antes ni el después–, sino el momento en el que el malandro se vuelve maestro de baile, cuando el marginado se viste de rey o reina y desfila por el centro de la ciudad sin tener que ser soldado en espera de órdenes superiores. Incluso, afirma que el carácter ritual del carnaval lo emparenta con el fútbol, al grado de llegar a ser “primos hermanos” en la discusión sobre la identidad brasileña.

¿Qué elementos hacen posible que la sociedad comparta y desarrolle un ritual en torno a un partido? A diferencia de una celebración religiosa, en donde existe el *comunitas*, en un partido de fútbol las dos aficiones ejercen el doble *comunitas*. Ningún católico va a celebrar un ritual a una iglesia protestante, pero

un hincha del América sí se mete —en la boca del lobo— en la cancha de las Chivas, y viceversa. Mediante lo que llamo “los ritos periódicos en el futbol”, se abre paso a un periodo excepcional en las sociedades que lo consumen. En el estadio, los aficionados generan subgrupos diferenciados espacial, visual y discursivamente; aunque todos acuden a ver el mismo espectáculo en el estadio, bar o casa, se convierten en enemigos del mismo fenómeno consumido.

Para abordar el concepto de *identidad* retomo la propuesta de identidad social que propone Giménez: “la autopercepción de un ‘nosotros’ relativamente homogéneo en contraposición con los ‘otros’, con base en atributos, marcas o rasgos distintivos subjetivamente seleccionados y valorizados, que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la ‘mismidad’ identitaria” (1994:170). La identidad es un complejo mundo subjetivo que posiciona al individuo un algún imaginario dentro de una sociedad. Es posible argumentar la identidad remarcando lo que no se es; es decir, ser chiva es no ser águila. Para generar explicaciones que acerquen a observar el indicio de identidades locales, regionales o nacionales en torno al futbol, es necesario abrir la vista y observar las vestimentas de los seguidores en un partido denso de antagonismos, el discurso violento contra lo que no se es, las historias ritualizadas por la gente en cada recuerdo de gloria o el silencio ante la tragedia del campeonato perdido. La identidad de subgrupos permite ver su nivel pragmático, es decir, la reafirmación mediante la autoadscripción al equipo de la región y el enfrentamiento antagónico con el otro. Las comunidades nacionales pueden mostrar cierta homogeneidad por su historia y símbolos comunes; han sido definidas como *comunidades imaginadas* por Benedict Anderson (1993). El concepto también sirve para observar que la nación se desdibuja y puede mostrar comunidades imaginadas más homogéneas en el nivel local o regional. En este caso, el futbol permite posicionar estas estructuras imaginarias que se hacen evidentes en un encuentro que

Culturales

lleva más ingredientes que la táctica a utilizar por el entrenador en turno. Un caso internacional que merece la pena recordar fue el partido jugado en el mundial de México 86 entre Argentina y Inglaterra, en donde la agregación por identidad negativa generó celebraciones del pueblo escocés, pues vitorearon en las calles la victoria del equipo de Maradona como si fueran argentinos, cuando en realidad era una identidad antiinglesa que permitió la fusión con el equipo sudamericano (ver Rodríguez, 2003).

Entiendo el consumo cultural como el conjunto heterogéneo de discursos, hábitos, formas de ser, de pensar y de actuar que las sociedades globalizadas internalizan de los medios de comunicación masivos y que se objetivan en estilos de vida, valores y prácticas culturales de forma diferenciada, pero que puede visualizar estilos compartidos y/o remarcar las diferencias.

El consumo cultural no se centra en elementos materiales sino, al contrario, es la base intangible en donde los grupos humanos “se llenan de carne”, simbólicamente hablando. Si la sociedad es la suma compleja de instituciones en donde el individuo se desenvuelve –interacciona el esqueleto, pues–, el consumo y apropiación de referentes socioculturales es lo que homogeniza o diferencia a distintos grupos mediante apropiaciones simbólicas que explican las acciones sociales. Es decir, el consumo cultural y los grupos se recrean mutuamente, el sujeto resignifica y aporta su propia forma de consumir simbólicamente las pautas culturales que consume, y como todo producto cultural intangible tiene significados colectivos e individuales, matiza grupos homogéneos y los hace diferentes. Por ello, los valores de uso o de cambio se subordinan a la esfera de lo simbólico, como lo señala García Canclini (1993).

La táctica: el método

Este trabajo tuvo como punto central la recolección de datos empíricos en una preparatoria y a los estudiantes como actores

y protagonistas directos en la descripción. Me explico. La propia dinámica juvenil, marcada por el ocio en los centros escolares, tiene en el futbol un fenómeno que aglutina distintos imaginarios colectivos. Esto me llevó a plantearles a 15 alumnos que para la materia de sociología hicieran un ejercicio cualitativo. El ejercicio consistió en que hicieran una crónica o etnografía del clásico del futbol mexicano: el partido entre las Chivas y las Águilas. Para ello, el objetivo era que hicieran la descripción del lugar y las personas con las que verían el clásico. Algunos lo hicieron en sus propias casas o de algún familiar, otros en bares de la Ciudad de México, otro en un concierto e incluso uno lo realizó en la tienda familiar, ubicada en un pueblo cercano a Pachuca.

La propuesta de descripción densa de Geertz (2000), con la que propone comprender una misma acción física (el guiño del ojo) puede tener distintos significados sociales, y por ello es útil para explicar la interpretación de los datos. Las descripciones hechas por los alumnos son en sí mismas una interpretación de la realidad observada. La codificación de los datos en el trabajo es una interpretación de sus interpretaciones. En la recolección de los datos, el método cualitativo se sujetó a tres niveles teleológicos: *a*) lo que la gente dice sobre el futbol (discurso oral y entrevistas informales con fines etnográficos), *b*) lo que la gente hace (observación participante) y *c*) lo que la gente piensa de lo que dice y hace (nivel intersubjetivo, en el que los crónicas ya son una postura de los mismos estudiantes al describir las distintas realidades observadas).

Entonces, el método utilizado fue, más que etnografías especializadas, descripciones de los jóvenes sobre lo que percibieron, sintieron y registraron de este fenómeno. Esto permite interpretar datos escritos por sujetos no especializados en la etnografía, pero sí aptos para escribir e interpretar su propia realidad a través de un trabajo.

A propuesta de un alumno, en cada descripción aparece al final el sobrenombre o apodo que los jóvenes tuvieron durante su estancia escolar. Además de ello, me permitiré hacer des-

cripciones etnográficas de la escuela preparatoria y de otros contextos.

El calentamiento: los clásicos del fútbol

En el mundo, las rivalidades no conocen fronteras, ni raza, ni religión o posición social. En el caso particular del mundo futbolístico, existen partidos cuya rivalidad es de décadas atrás y representan el partido más importante de la temporada para los equipos y las aficiones respectivas. Existen clásicos nacionales o regionales. La rivalidad y el antagonismo marcado son elementos fundamentales. Por ejemplo, en Argentina existe el Boca-River, cuya rivalidad surge porque ambos nacieron en el mismo barrio de la Boca, a orillas del Riachuelo, en Buenos Aires. Aunque ahora están en barrios distintos, el origen remonta un antagonismo intrabarrrial. El Boca refiere lo popular, la lucha del pueblo humilde; por el contrario, el segundo representa a los millonarios, al equipo de la élite. El antagonismo se marca por medio de la diferencia de clase. En España tenemos el Madrid-Barcelona. El Madrid representa el centro, la capital y la homogeneidad de la lengua española. El Barcelona representa la provincia y lo catalán. En el duelo se disputa el prestigio y la hegemonía de una ciudad sobre la otra; la cultura española “homogénea” y hegemónica contra la catalana. El famoso futbolista inglés David Beckham, que jugó en el Real Madrid, fue recibido con huevos en la ciudad de Barcelona y con una pancarta con la leyenda “Catalonia is not Spain”. Esto desató una polémica nacional. Los movimientos separatistas en España no son tema del fútbol, pero en los estadios se canta exigiendo la diferencia. Este clásico despierta el interés de intelectuales y de gente en la peluquería. En el último encuentro, disputado en mayo de 2008, el Real Madrid se había coronado un partido antes. La tradición en la liga marca que en el siguiente partido el campeón sea aplaudido –haciéndole el *paseillo*– por el equipo al que enfrente; en este

caso le tocó al equipo catalán. Los medios de comunicación catalanes recomendaron a los aficionados del Barcelona prender sus televisores diez minutos después de iniciado el encuentro, para que no vieran la humillación de ver a sus jugadores vitoreando a los campeones del Madrid. En Escocia, el Celtic-Rangers de Glasgow representa la rivalidad religiosa. Los primeros son católicos y migrantes irlandeses; los segundos, protestantes y seguidores de la corona inglesa.

En el plano nacional existen clásicos locales. En Monterrey, el clásico entre Rayados de Monterrey y Tigres de la Universidad Autónoma de Nuevo León representa la rivalidad entre la escuela privada y la pública. La élite contra lo popular desborda las pasiones y se posiciona como un marco antagónico, al extremo de paralizar a la ciudad y dividir a las familias por la pasión futbolística. Cientos de tiendas de abarrotes son pintadas con los colores de los Rayados o con las garras amarillas de los Tigres. En Guadalajara, el Chivas-Atlas representa lo popular contra lo refinado, lo nacional contra lo importado. En la Ciudad de México, el América-Pumas de la Universidad Nacional Autónoma de México es un duelo que, aunque no se considera clásico (por algunos periodistas locales), representa el antagonismo de los millonarios con grandes inversiones contra los universitarios preparados. Representa la lucha de la empresa privada contra la educación pública. Incluso, eso se da en el terreno del perfil histórico de los equipos, pues mientras las Águilas se caracterizan por sus grandes fichajes de jugadores mexicanos y extranjeros, los Pumas sientan las bases de su éxito en la producción interna de jugadores, sin descartar las históricas contrataciones de extranjeros redituables.

Sobre todos estos clásicos aparece el “clásico de clásicos del futbol mexicano”: América-Guadalajara, con un antagonismo particular que matiza distintas formas de ser. El América, vinculado con la hegemonía económica, se posicionó como el equipo de los ricos (el equipo de la empresa Televisa). Además, también se vincula con lo “chilango”: con los habitantes de la capital,

que son vistos con desconfianza en el interior del país. Refleja la hegemonía y el centralismo de la capital. Una característica fundamental, y la más importante, es su vinculación histórica con grandes contrataciones de jugadores extranjeros. En distintas ocasiones se les acusó de ganar títulos por preferir lo extranjero a lo nacional, por ser malinchistas. Por su parte, las Chivas del Guadalajara representan lo mexicano por excelencia, pues sólo tienen jugadores nacidos en el país; incluso la Selección Mexicana ya ha contado con jugadores naturalizados, mientras las Chivas aún no lo hacen. El orgullo de lo nacional se riega no sólo en la ciudad de Guadalajara sino a lo largo del país.

En términos rituales, la antropóloga Mary Douglas (1973) realiza un invaluable aporte para distinguir fronteras entre categorías sociales antagónicas: puro/impuro, limpio/sucio, orden/desorden. Retomo estas dicotomías para proponer una interpretación sobre lo sagrado del Rebaño, parafraseando la obra de Fábregas. Ritualmente, el estadio de fútbol es la arena donde 22 jugadores se disputan el honor. Lo sagrado es el césped verde (que ninguno que se precie de haber ido puede olvidar la impresión que causa ese color en medio de una ciudad pavimentada); la pureza de las Chivas radica en que en ese espacio sólo juegan con gente nacional, en que nadie lo ha “contaminado” con pies extranjeros. La diferencia con los otros es esa pureza de lo mexicano; el rectángulo verde es puro en el mito nacionalista del equipo; un extranjero vistiendo la camiseta chiva estaría fuera de lugar. Sus seguidores se ven a sí mismos en esas batallas como “puros”, como los “legítimos” mexicanos. Lo sucio, lo contaminado, es lo extranjero.

El clásico “divide al país” por una semana en el ámbito deportivo: ambos equipos aglutinan la mayor cantidad de aficionados. El clásico tiene un elemento central: el antagonismo que se refleja en la cancha, pero lo más importante son las rivalidades intrafamiliares, en las mismas regiones, en ciudades o en espacios escolares y laborales, y prácticamente en cualquier lugar donde existan aficionados rivales.

El previo del clásico: se rompe la rutina

En la escuela está prohibido usar ropa que no sea del uniforme. Sin embargo, los alumnos³ (en especial los hombres) desafían las reglas y traen en sus mochilas playeras de equipos de fútbol y cuando tienen oportunidad se las ponen. La semana del lunes 12 al viernes 16 de marzo de 2007 fue distinta. Era la semana previa al partido. Distintos alumnos llevaban playeras del América y de las Chivas. Otros traían algún periódico deportivo⁴ para informarse sobre los equipos y leer las críticas. Los juegos verbales llegaron a las apuestas. Entre las más significativas estaba que el perdedor debía usar la playera del equipo vencedor. No faltaron la pérdida de la cabellera y realizar tareas caseras entre padres e hijos como ingrediente extra a la contienda. Otras apuestas eran de dinero e incluso de hacer tareas escolares o pagar los tacos de canasta la siguiente semana. Mención aparte merecen el duelo verbal entre alumnos y maestros e incluso unas apuestas.

La relación de poder maestro-alumno se hace de lado para entrar a la lógica de los adversarios, y el vínculo que los distingue es la rivalidad. Algunos profesores no aguantan las burlas y tarde o temprano “revientan” contra los alumnos.

En un ensayo de Geertz (2000) sobre la pelea de gallos en Bali, presenta detalladamente las formas en que los pueblos se preparan para estas contiendas: el seguimiento que se les da a los gallos para su pelea. También se hace referencia a las grandes cantidades de dinero que se ponen en juego. Sin embargo, lo central de una apuesta de gallos no es el dinero, sino el estatus,

³ En esta escuela, a partir del verano de 2005, se incorporaron los grupos con mujeres; antes era exclusivamente de varones, por lo que los grupos de tercer año de prepa eran de varones, exceptuando uno que tenía una mujer, que se incorporó en el último año escolar. Da paso, menciono que los testimonios muestran el punto de vista del género masculino.

⁴ Algunos alumnos compran el periódico deportivo *Récord*. Mencionan que el color, los reportajes y los comentarios que tiene el periódico son llamativos para ellos. Además, ello es una prueba de que ciertos jóvenes sí leen; pero lejos de comprar revistas de política o sociedad, ellos prefieren lo deportivo, pues está integrado a su consumo televisivo, de radio e Internet.

Culturales

la jerarquía y el honor. Es decir, la pelea de gallos rebasa el aspecto económico y se convierte en una lucha por símbolos. El honor de tener los mejores gallos que el pueblo adversario. El estatus del gallero, que puede verse debilitado si pierde y hace perder a su pueblo, pues nadie del pueblo apuesta por un gallo externo. Si triunfa, su estatus de buen gallero (asociado a factores de virilidad) se reafirma; si pierde, debe esperar la siguiente contienda.

Así, las apuestas en torno al futbol pueden leerse como deudas de honor que se deben de cumplir, y sobre todo, que el ganarlas posiciona al vencedor como verdugo y al perdedor como víctima, con una sanción social más importante que la pérdida económica. La burla y la exhibición se convierten en factores colectivos que dan cuenta de la afrenta de la derrota.

En los descansos se acostumbra jugar partidos de volibol, futbol soccer y basquetbol. En esa semana se jugó el propio clásico escolar; es decir, hicieron un partido entre los seguidores de cada equipo:

Cuando menos en la escuela, los aficionados son *tetos* sin vida; comenzaron sus apuestas, sus discusiones absurdas para ver qué equipo sería el ganador, e incluso llegaron al extremo de hacer un partido entre ellos. Sobra decir que los equipos se conformaban de seguidores de ambos equipos. Los que no somos tan fanáticos del futbol ya no sabíamos para dónde hacernos. Entre el *Márgaro*, proponiéndonos apostar con él; el *Pingüino*, que no veía la hora de que fuera domingo a las 8 de la noche, y... bueno, la *Polla*, [a la] que de por sí no callamos, ya que todo el día se la pasa hablando de las Chivas. En fin, cierto sector de la escuela era toda una locura (*El Zeta*).

La arena pública que constituye la escuela como escenario de prácticas y representaciones en torno al futbol permite ubicar el antagonismo fuera de la cancha, fuera del estadio, que reconstruye un fenómeno que se objetiva en un partido escolar, pero más allá objetiva la diversidad y la identidad por unos colores con su respectivo referente, el otro. En esta lógica, dos alumnos discu-

tían sobre la identidad de sus equipos. El chiva mencionaba que el suyo era el mejor equipo porque no necesitaba de extranjeros para ganar, que eso de los extranjeros era de equipos malinchistas. El otro argumentaba que los mejores jugadores de la liga eran extranjeros y que el América siempre tenía los mejores porque podía pagarlos, y que eso no era pretexto. Así, ellos mismos dan un criterio de rivalidad: lo nacional versus lo extranjero.

Para comenzar, hay que señalar que este juego empieza desde el lunes con los retos, las apuestas en el trabajo, la escuela y hasta en la misma familia, donde no falta el inadaptado que le va al América (hablando metafóricamente) o el patriota que sólo porque las Chivas tienen a puros mexicanos en sus filas decide apoyarlos (*El Peritos*).

La semana pasó entre las constantes riñas verbales por el clásico. Así, los jóvenes se fueron a sus hogares y cada uno describió libremente.

En principio, un alumno se fue al diccionario y registró lo siguiente:

Pues según el Diccionario Ilustrado Océano de la Lengua Española los significados de las palabras “hincha”, “aficionado” y “fanático” son, de manera textual, los siguientes:

HINCHA: partidario o fanático de un equipo de fútbol. Persona que muestra excesivo entusiasmo por alguien.

AFICIONADO: que cultiva algún arte o algún deporte sin tenerlo como oficio. Que siente entusiasmo por algún espectáculo y asiste frecuentemente.

FANÁTICO: que defiende con apasionamiento una creencia. Entusiasmado ciegamente por una cosa (*El Goyo*).

Y luego hace un comentario:

Después de ver las tres terminologías podremos llegar a la conclusión, apegándonos al significado de las palabras, [de] que: a final de cuentas todo se engloba en lo mismo y todo lleva a que “hincha”, “fanático” y “aficionado” persiguen el mismo

Culturales

fin, y se utiliza la palabra para lo mismo, y hablando en plata pura y en concreto, cuando se habla de futbol y nos referimos a “aficionado”, “hincha” o “fanático”, nos estamos refiriendo a lo mismo (*El Goyo*).

Al dar su interpretación sobre los significados investigados se ponen como sinónimos los tres términos. El hincha, el aficionado y el fanático quedan plasmados como tales en el momento en que defienden entusiastamente a su equipo y pueden llegar a la pasión verbal, a las apuestas e incluso a la violencia (aunque en lo personal reconozco que existen diferencias significativas entre los seguidores: el hincha de la barra, el aficionado por tv, etcétera, que serán discutidos en un próximo artículo). El volverse fanático de cierto equipo tiene como referente central la familia, la que, aunque sin ser algo mecánico, es el primer escenario en donde se pueden internalizar sentimientos, vocación y pasión por ciertos colores.

El día llegó

Domingo 18 de marzo del 2007. Era un domingo soleado, con mucho calor; un domingo familiar, de salir con los amigos; un domingo de puente. Era todo menos un domingo cualquiera, porque era un domingo de clásico mexicano, un domingo donde los dos equipos más grandes y con más afición de nuestro futbol iban a enfrentarse una vez más en un encuentro donde los aficionados de los dos equipos esperábamos entrega y buen futbol en el terreno de juego (*El Taka Taka*).

El domingo por la mañana en los puestos de periódicos destacaban los encabezados referentes el partido. Mientras desayunaba en un lugar público, un señor comentó que tenía que ir temprano por las cervezas para que no se fueran a terminar.

No era un domingo cualquiera, puesto que en la semana se presentó un rompimiento con la rutina laboral, escolar y familiar; fueron una semana y un domingo de *separación*. Según

los datos de la dinámica escolar y de lo que ocurre en el propio domingo, la gente se separa de la rutina pues se está preparando para el momento esperado. Los preparativos en sí ya son acciones que permiten corroborar que existen imaginarios colectivos en torno al partido. Tal como un grupo se prepara para una fiesta o celebración, los seguidores hacen preparativos para tener todo lo necesario. El tiempo se detiene y se “concentran” para estar listos. En ello se incluyen símbolos de identificación, tales como las playeras y banderas que se ven en las casas y en las tiendas; por las calles se ven los colores que identifican a las dos “tribus” distintas. También se preparan alimentos y bebidas para el momento del partido.

Aunque un joven decidió ver el clásico en un bar en compañía de un amigo:

Mientras seguía caminando por Insurgentes, noté que como a las 7 Insurgentes parecía muerto. Los policías de vialidad se convirtieron en un avistamiento raro. Cada tres o cuatro cuadras veíamos una tele puesta en el toldo de un coche o un radio. Los pocos automovilistas que pasaban no se molestaban en esperar [a] que el semáforo cambiara a verde. Los pequeños puestecitos de comida chatarra que no estaban cerrados tenían televisores donde el taquero contiguo y cualquier transeúnte se paraban a ver los comerciales y los comentarios. Todo local que no fuese restaurante estaba cerrado, y ni una sola alma cruzaba nuestro camino; el Metrobús tardaba muchísimo en pasar. Miré el reloj y eran las 7:30. Ni un solo pitazo ni cumbia interrumpía el silencio. Pasamos corriendo por restaurantes y antrillos con cola para entrar; la masa de aficionados con sus playeras se encontraban en bandos afuera, esperando (*El Botarga*).

Otro lo vio mientras esperaba un concierto de rock; pero en su trayecto registró lo siguiente: “En el Metro se veía que ese día era el clásico. Desde que me subí se veía ya la gente con sus playeras de las Chivas y del América. Se veían más playeras de las Chivas” (*El Mocho*).

El registro se hizo también en una tienda de un pueblo:

Culturales

Vi el partido en Jolotzingo, Hidalgo. Estaba con mi papá en la tienda que tenemos. Tanto él como yo le vamos a las Chivas. Durante el día la gente entraba con sus playeras. En total, entraron 15 chavos con playera del América y 19 con la de las Chivas. Como a las cuatro empezó a entrar gente para comprar botanas (Sabritones y Sabritas fueron las que más se vendieron). Algunas de las señoras compraban jamón, queso Oaxaca y [queso] blanco para preparar sincronizadas y sandwiches, entre ellas mi tía.

Antes de empezar el partido salí al centro, y la gente que antes estaba había disminuido notablemente. Cuando llegué a la tienda faltaban 20 minutos para que comenzara el partido, y entraron varias personas a comprar cervezas (la Corona familiar se agotó. La Sol brava y los six de Modelo fueron lo que más se vendió) (*El Dani*).

Otro lo vio en casa de sus abuelos:

Casi todos mis tíos y una que otra tía se reunieron en casa de mi abuelita para ver juntos el partido. En ese momento el punto de reunión era afuera de la casa de mi abuelita. Sacaron bancos y sillas para opinar y decir su pronóstico. Cabe mencionar que uno de mis tíos, mi mamá, mis hermanos y mi abuelito eran de las Chivas, mientras que mis tíos y tías eran del América. El momento del partido se acercaba y todos comenzaron a ponerse las camisetas de su equipo preferido, y nos comenzamos a ir a la sala de mis abuelitos (*El Chido*).

Los símbolos objetivizados en playeras de uno y otro equipo dan cuenta del fervor y la identificación. El ponerse la playera es situarse como parte de una colectividad en la que los jugadores cumplirán su papel; pero los aficionados no son sujetos pasivos en el encuentro, pues desde las calles, los bares y las casan juegan su propio partido. Al comulgar con un equipo, las playeras son la representación colectiva a través de colores que distinguen de qué lado están. Es allí en donde las playeras se convierten en símbolos que comunican identificación con los que la traen y diferencia con los que portan los colores opuestos. Se sitúan como protagonistas directos al colocarse atuendos para jugar su propio partido. Aquí se pasa de ser miembro de familia o consumidor de un bar o

transeúnte a ser hincha, seguidor de cierto equipo. *En suma, las playeras y banderas son la unidad mínima del símbolo en este ritual y se diferencian a primera vista por los colores.*

La mirada subjetiva, al ver las calles pintadas de colores, presencia escenarios heterogéneos en cuanto al contexto, pero representaciones comunes de sujetos que se convierten en masa y que buscan ser identificados por unos colores. El bar se convierte en un lugar común, en una tribuna emergente.

La descripción del joven que atendió su tienda antes de comenzar el clásico permite constatar que la gente compra cervezas, botanas, pan, jamón y queso para compartir en el momento del juego. Otros lo describen en los espacios caseros:

Por mi parte, decidí asistir a casa de mi abuela materna, donde todos los tíos se dicen americanistas de corazón. Horas antes de comenzar llegaron los amigos del trabajo de uno de ellos. Cartón de cervezas familiares, la mitad claras y la mitad oscuras, en brazos. Mi abuela preparó tres enormes charolas de rollitos de jamón con queso, galletas saladas con queso *Philadelphia*, y mi tío compró carne para asarla; pero eso fue antes de que empezara, básicamente para entrar en ambiente (*El Zeta*).

Minutos antes de que empezara el partido, en la tele comenzaron a pasar comerciales acerca de las marcas que patrocinan el futbol (los más importantes de ellos eran de cerveza *Corona*, *Coca Cola* y pan *Bimbo*), y en ese momento mis tíos me mandaron por tres caguamas *Corona* y dos refrescos de dos litros. Mientras todos nos acomodábamos en la sala, las mujeres empezaron a preparar sándwiches para todos nosotros (*El Chido*).

Las diferencias de género se expresan al ver el rol que cumplen las mujeres, quienes preparan el alimento para compartir con todos. Además, el consumo se percibe como resultado de la publicidad, misma que está presente no sólo en el momento del partido, sino en la dinámica misma de la televisión comercial e incluso en las playeras que los jugadores y los aficionados portan. El lenguaje televisivo en espera del consumo proyecta el

disfrute del partido acompañado de ciertos complementos para degustar. La televisión como agente de socialización entre oferta de consumo, partido y aficionado-consumidor.

Consumo y fetichismo: las banderas y playeras son elementos que expresan estos preparativos, todos como expresiones de la dedicación especial para ser parte de la contienda. Desde el punto de vista del actor, las narrativas permiten visualizar el empoderamiento de los aficionados “pasivos” que esperan que el televisor les proyecte el juego, pero en realidad no son televidentes pasivos, puesto que resignifican el espacio donde verán el partido y lo llenan de significados sociales para esperar el silbatazo inicial.

Los preparativos del encuentro no sólo se realizan en casa. Por ejemplo, Televisa tuvo una programación propicia para el día del encuentro. Así lo describe un joven:

Por fin llega el día del juego, y esto representa una fiesta para muchas familias, pues se reúnen y conviven por este partido. Pero el primer brote del clásico surge a las 4 p.m., cuando es transmitida la película de *El Chanfle*, del actor mexicano Roberto Gómez Bolaños “Chespirito”. Trata de un empleado del club América que, a través de cómicas aventuras y una serie de estupideces, llega a ser entrenador de niños en el club. Sin duda, esta película es un emblema del equipo y reúne a la afición americanista; cuando fue filmada, el actor y cómico Chespirito estaba en el auge de su carrera y era la estrella de Televisa y uno de los más cercanos al presidente de esta empresa, “El Tigre” Emilio Azcárraga Milmo, además de que esa época fue muy marcada, pues el América ganaba gracias a que los árbitros los ayudaban a ganar.

Acto seguido, al finalizar la película y previo al partido, se transmitió una barra de comedia en donde los comediantes de Televisa salieron a contar chistes sobre fútbol, unos en apoyo al América y otros [celebrando] a las Chivas (*El Peritos*).

Es evidente que el clásico es un platillo televisivo que se “calienta” con una programación adecuada para el día. En la transmisión se invitó a Chespirito, seguidor incondicional del América. Durante la narración tuvo algunas intervenciones, la más notoria

El futbol nos une

fue cuando el portero americanista realizó buenas atajadas y el actor exclamó: “¡San Ochoa!”, mismas palabras que muchos jóvenes escribieron en sus relatos sobre el portero y sus buenas intervenciones. Algo que no se puede olvidar es que el lenguaje épico de los comentaristas que narran el partido es retomado por los jóvenes en sus encuentros o a para mostrar superioridad cuando se trata de evidenciar algo importante en una riña. Un joven que no gusta del futbol mencionó que escuchó por radio el partido y remarcó que la narración le había parecido una guerra por el lenguaje expresado: ¡cañonazo!, ¡balazo!, ¡el portero fue fusilado! Aunque no es una guerra, el duelo está marcado por riñas, caras pintadas, banderas y cantos de superioridad.

Nosotros seguimos platicando un rato, y de pronto Carlos le dijo a Diego que le apostaba 200 varos a que el América ganaba. Diego lo dudó un momento, pero aceptó la apuesta; los dos sacaron un billete de 200 y me lo entregaron para que yo se lo diera al ganador (*El Camello*).

El momento del partido se acercaba, y se comenzaron a escuchar las apuestas y pequeñas riñas: “¡Ve preparando mi dinero, porque tu América va a mamar!” “¡Ni madres, el que tiene que ir preparando el billete eres tú!” Las apuestas eran de dinero o de comida; se llegaba a apostar hasta 500 pesos, o si era de comida, era una taquiza o un cazo de carnitas en casa del que haya perdido la apuesta (*El Chido*).

El juego, entonces, no puede ser visto como un simple espectáculo, sino como una contienda que tendrá un ganador material y simbólico, y por tanto, la tensión de ambos irá en aumento en cuanto se cierra el trato y en el propio desarrollo del juego. El honor está en juego. Algunos jóvenes de la escuela mencionan que el mayor disfrute es cuando su adversario tiene que pagar la apuesta, pues es la oportunidad de vengar afrentas pasadas y de exhibir al perdedor. En la escuela, el lunes después del clásico los alumnos perdedores son fotografiados con la playera del equipo odiado. Además, los insultos se ritualizan cuando el otro los regresa y el

Culturales

juego verbal se concentra en presentar la seguridad, el orgullo y la confianza en su grupo representativo (el equipo de sus amores).

En la actualidad, en los estadios del futbol mexicano los seguidores de las barras (los hinchas) de cada equipo son separados a cierta distancia para evitar enfrentamientos durante el partido. En alguna casa se hizo algo similar:

El momento de acomodarse fue muy importante, ya que se acomodaron de un lado los chivistas y del otro lado los americanistas; tanto en el lado de los chivistas como en el de los americanistas se acomodaron jerárquicamente. Chivistas: el abuelito al centro del sillón principal; a su diestra estaba su nieto consentido (yo) y a su alrededor los demás tíos, y junto a mí se sentaron mi madre y mi hermano Gerson (12 años); en las piernas del abuelo estaba el otro nieto consentido: mi hermanito Santiago (3 años), quien aún no conoce el futbol pero sí se da cuenta de todo lo que envuelve a éste y de la cultura que significa para mis familiares por parte de mi mamá.

Los americanistas: al centro del otro sillón estaba mi tío Coni (americanista de corazón), quien según él sabe mucho de futbol (incluso tiene un equipo de niños en el cual juega su hijo Iván y mi hermano Gerson), y a su diestra estaba su hijo. A su lado se sentaron los demás tíos y las otras tías (*El Chido*).

Aquí lo importante no es interpretar una posible violencia entre los seguidores de la misma familia, sino observar que estar “juntos pero no revueltos” permite seguir con la rivalidad y la separación según la filia al equipo. Esto identifica imaginarios que siguen cierta normatividad, según la cual cada “fanaticada” se estructura a través de la jerarquía del seguidor más reconocido de la familia, quien a final de cuentas puede ser el generador de la pasión por ciertos colores. Algo fundamental lo constituyen las palabras escritas sobre el sentido de la internalización; es decir, se describe que el hermano de apenas tres años no sabe lo que es el futbol, pero “se da cuenta de lo que envuelve esto”. Al igual que a un niño que es llevado a la iglesia lo persignan y lo hincan, aunque no sabe para qué y por qué, el niño que está presente en el partido internaliza que ese día hay algo fuera de lo común, pues su familia

está reunida. El acto de socialización se vuelve un elemento que después podrá objetivar cuando se diga aficionado a cierto equipo. Quizá el niño nunca sepa cómo le gustó el futbol, pero sí podrá recordar o le recordarán que desde niño su abuelo lo sentaba a ver el clásico. Después él buscará verlo, si es su decisión, pero la familia como agente socializador del gusto por un equipo puede ser el motor de la identidad de un aficionado. Incluso si decide otros colores, esa internalización de saberes sobre un partido nació en el seno familiar. Los referentes que hacen percibir la realidad como un proceso en construcción se ubican mediante la relación estrecha entre conocimiento, afectividad y emotividad. Esto se cumple con el niño que no sabe qué es un clásico, pero sí percibe, escucha y siente las reacciones familiares ante ese evento.

Esto viene a colación porque el fenómeno de la internalización se puede explicar a través de un hecho social total con tres características: inconsciente, colectivo y permanente. La cohesión social se teje lentamente entre los individuos que se vuelven grupo, que se fusionan en un contexto con fines determinados.

¡Aficionados que viven la intensidad del futbol!

Una vez que todo está listo, en los distintos escenarios se esperaba un buen partido. Los pronósticos se dejan para después y comienza el duelo. Esto significa que lo platicado por toda la semana, las apuestas y las emociones se concentran en millones de miradas que mediante un televisor darán cuenta de lo que suceda. El partido permite observar que, al igual que en las calles de Iztapalapa, Insurgentes, Jolotzingo o Narvarte, miles de hogares y bares están “presentes” y pendientes en el duelo. El juego comienza y las calles se vacían.

Durante un recorrido personal por el Periférico de la Ciudad de México, mientras se realizaba el primer tiempo, los carros eran escasos, coincidiendo con la descripción hecha del pequeño poblado del estado de Hidalgo. Millones de televidentes están

Culturales

observando el juego. El nivel de audiencia promedio del partido fue de 24.5 puntos en todo el país.⁵

En la calle la gente toma cerveza; los autos no respetan las señales de tránsito. En el sitio de taxis de Tetelpan no contestan las llamadas. De pronto todo se muere: ha empezado la batalla. “Cuando empezó el partido la gente no entraba a la tienda, sólo algunas mujeres.”

En cada lugar descrito se presenta la tensa calma, pero desde el comienzo surge el punto de vista de los fanáticos:

Justo en las alineaciones fue donde empezó a desembocarse el desmadre, y se empezaron a escuchar las quejas: ¡Es que cómo mete a ese wey! ¡Ya viste quién va a jugar! ¡Con ese equipo van a perder! ¡Ese wey es una mierda! (*El Taka Taka*).

El partido inició. Desde los primeros minutos se vio una gran intensidad en el juego, y en el lugar en donde yo me encontraba (Bar Asturias) se vivía una intensa emoción al observar el partido. Hubo un momento en el que las Chivas estuvieron a punto de anotar un gol; todos los que a ese equipo apoyábamos nos emocionamos y gritamos “¡Ahí está el gol, ahí está el gol!”, pero lamentablemente ese gol no se dio. Y muchos contestaron (entre ellos mi amigo Diego): “¡Putá, se nos fue el gol!”, mientras los americanistas exclamaron de felicidad: “¡A huevo! ¡Lo paró el memo!” (*El Camello*).

Después de la muy variada barra dio comienzo el tan esperado partido, en medio de la gritadera, y no sólo por parte de los que se encontraban en la casa de mi abuela: el escándalo se podía oír afuera de todos los hogares de los alrededores. Se podía ver a personas fuera de sus casas o con la puerta abierta, caguama en mano, gritando a toda la colonia con orgullo su afición por alguno de los clubes (*El Zeta*).

El tiempo se suspende y se comienza a gritar, mentar madres, ordenar los trazos y las jugadas. El público se pone como actor, como juez y parte del partido. Eso permite situar una arena imaginaria en donde los aficionados se pueden sentir afectados,

⁵ Fuente: Ibope.

incluso por una mala alineación: “Cuando alinean a este jugador el equipo pierde.” “No salió con el uniforme del triunfo.” Se entra al nivel de la superstición. Muchos alumnos confesaron usar ciertas prendas para los clásicos. Otros dicen tener la costumbre de no cruzar apuestas para evitar la mala suerte. Protestan por un mal planteamiento; echan ánimos desde su tribuna virtual a los jugadores. En realidad, ellos mismos se comunican con su identidad y con los otros. El estadio no “importa” como espectáculo inmediato para los que ven el duelo por la tele. Es el templo, pero el templo de casa se vuelve una capilla con el televisor; los gritos y los cantos son responsabilidad de los telespectadores. La tribuna virtual se sobrepone a cualquier distancia del campo y los televidentes asumen su rol “activo” con la tribuna casera o del bar. La dinámica de gritos genera imaginarios y formas de integrarse al juego. La objetivización de la realidad que están presenciando a través de un televisor es resignificada en cada contexto, y surgen los potenciales entrenadores; cuando en realidad se presentan discursos de construcción de identidades con su equipo, “se sienten parte de la estrategia”: mandan instrucciones y ejercen violencia verbal, ritualizada con la respuesta de los contrincantes.

En las primeras páginas de *Crónica de una muerte anunciada*, novela de Gabriel García Márquez, se dice que mataron a Santiago Nazar, el protagonista de la novela; pero lo importante era saber cómo y por qué lo habían matado. El encuentro terminó 1-0 a favor del América. El lector puede estar en este aspecto tranquilo y saber el resultado antes del punto final.

¡Gooo!

La catarsis en el futbol lleva en sí misma un clímax. En este caso, el gol es la escena más importante del encuentro; es donde unos gritan, se abrazan, desgarran sus gargantas, y los colores de las banderas se despliegan en el estadio, los bares o las casas.

Culturales

A diferencia de la pelea de gallos, en donde el navajazo de un animal sobre el otro representa un pequeño triunfo momentáneo, el gol es un “navajazo” que pone al contrincante herido, quizá de muerte, como sucedió en este partido:

El partido seguía su rumbo hasta que llegó el momento en que Germán Villa fue iluminado por los dioses del futbol para meter un gol de cabeza a un centro de Cabañas. En ese momento el bando de mi tío Coni enloqueció, como si se hubieran ganado la lotería cada uno de ellos, y sólo se escuchaba: “Gooooooooool”, “A huevo, cabroneeeeeeees”, “Gooooooooool”, mientras que del otro bando se oía: “Pinche portero pendejo, estás nomás tragando camote” (*El Chido*).

El gol: bueno, ¿cómo describirlo? Mientras estaba ya medio entrado brincamos del susto, como si fuera para tanto: un gol bien feo anotado por el América. No, mi tío estaba que no cabía en la casa; feliz el tipo, porque había ganado tres o cuatro mil pesos. El solo ver a mi tío cómo se subió a los sillones a festejar a sus 35 años, no sabía si reír o taparme la cara (*El Zeta*).

Luego la presión del América continuó, y dos minutos después Villa anotó el gol. Bastó con que el esférico entrara a la portería para que un fenómeno que yo había visto en algunas ocasiones anteriores ocurriera de nuevo, un fenómeno que yo había vivido en carne propia (en mis buenos días, cuando me fui a meter a un estadio) y que hasta ese día comprendí de otra forma.

Justo cuando eso pasó, por mi mente se cruzaron varias cosas que me pusieron a pensar sobre algo que no me había interrogado antes: un gol no sólo es la anotación que hace un equipo a otro; un gol tiene un significado tan especial y único para cada persona que se encuentra viendo el partido, que al presentarse altera a cada persona y le cambia su perspectiva tanto del equipo al que le va como del equipo contra el que se juega (*El Gojan*).

Algunos otros jóvenes hicieron referencia a los enconos familiares. El padre seguidor de las Chivas es humillado con los festejos del hijo y la esposa americanistas. Pese a que se insiste en que es sólo un juego, éste es un juego de honor, y no hay

nada más letal para un seguidor que uno de los suyos, uno de su familia, celebre un gol de los suyos, de su equipo. Lo familiar pasa a segundo plano en términos consanguíneos, para llevar a una familiaridad de “neoparentesco” ritual momentáneo en torno al equipo de sus amores. La línea de pertenencia familiar se desdibuja para engrosar el área de la identidad de hinchas y celebrar con los suyos el certero gol que posiciona una lanza de la tribu de su equipo al contrincante.

El éxtasis colectivo ubica al bando de aficionados que “anotan” en una dinámica de volver al origen primitivo, pues todo se vale: gritar sin forma, brincar sobre los otros; es una conquista de territorio, con un cañonazo o con un simple cabezazo, que impulsa desde la distancia la euforia colectiva. A diferencia de un ritual netamente religioso en el que se presenta el *comunitas*, el futbol tiene esa doble *comunitas* en donde unos gritan y tiemblan de emoción por la felicidad de un pequeño triunfo momentáneo, mientras otros callan o lloran nerviosos por la afrenta. La oportunidad de un duelo deportivo, donde los rostros pintados pueden ocultar la tristeza y avivar la felicidad de los ganadores, permite mostrar las formas de esa doble participación del mismo acontecimiento: lo que para unos es fiesta y festejo, para los otros es voz de tumba y aflicción. Los sentimientos como fenómeno cultural reflejan la capacidad del futbol, y en especial de una rivalidad clásica, de sacar las herencias familiares o la adscripción a un equipo y demostrarlo con el grito al aire.

Después de un recorrido por el Periférico de la Ciudad de México, llegué a una colonia cercana a la zona de San Ángel. No tuve tiempo de ver el gol; sin embargo, era lo que menos importaba. Los gritos desbordaron las calles, y algunos niños salían en estampida a dar la vuelta “olímpica” en su calle, ataviados con banderas y uniformes completos. Las mentadas de madre en el anonimato de las casas de los seguidores de las Chivas completaban el momento. Algunos hombres prefirieron dejar la comodidad del hogar e instalar una tele en la entrada

Culturales

de la tienda principal. Cerveza y cigarro en mano, disfrutaban del partido, mientras otros apenas soportaban las burlas por la derrota parcial.

Una pausa

En el medio tiempo se hace una pausa. Algunos salen de su casa para comprar más botanas y cervezas. En las calles de Iztapalapa, donde *El Zeta* registró el partido, los aficionados salieron para jugar un poco. En medio de coches y gente los niños gritaban los goles que dejaron guardados a lo largo del primer tiempo. Por su parte, en Jolotzingo, donde *El Dani* registró desde su tienda, las compras de “pánico” se hicieron presentes, pues hombres y mujeres se amontonaban para buscar más cerveza o botanas. En los bares la gente aprovechaba para ir al baño o simplemente para estirar las piernas y buscar un momento de calma.

Durante el segundo tiempo las descripciones se centraron en narrar los juegos verbales y la ansiedad de los aficionados porque su equipo marcara gol. Pese a que los testimonios sobre el segundo tiempo fueron nutridos, no reflejan la intensidad del primer tiempo. Sin duda, para los alumnos el momento del gol en el primer tiempo fue lo que marcó su interés. Cosa natural, si se toma en cuenta que es el momento de éxtasis colectivo o de sufrimiento ritual por la afrenta.

El final del encuentro desbordó las calles y los comentarios:

Acabó el partido 1-0 favor del América, y todos los del bando de mi tío Coni festejaban con cervezas en las manos y mandaron a comprar tacos de suadero para todos nosotros. El bando de don Nico se sentía frustrado y humillado por la derrota, pero don Nico [su abuelo] nunca bajó la cabeza, y con el optimismo que lo caracteriza dijo: “¡Esperaremos al próximo partido para que vean de qué cuero salen más correas! Y hemos de jugar en el Jalisco, a ver si es cierto que el perico donde quiera es verde” (*El Chido*).

El fútbol nos une

Al salir del bar presencié muchos carros pasar a toda velocidad, pitando y mostrando la bandera americanista, gritando porras y revelando el resultado final del juego a todos los que lo ignoraban. En la parada del metrobús se encontraban familias enteras con las playeras de sus equipos, papás cargando con el hijo dormido; todos con cara de alivio, como si ya hubiera pasado lo peor de la tormenta (*El Botarga*).

Cuando el *Chiquidrácula* [sobrenombre del árbitro Marco Antonio Rodríguez] da el silbatazo final, grité ¡ganamos! Y que le digo a mi papá: “Bien jugado”, y me contestó: “Cuál, si sólo así, con ayuda del árbitro, pueden ganar”. Le dije: “Bueno, ¿un intercambio de playeras?”, y que me dice: “¡Súbete a tu cuarto y no estés molestando!”, y así fue el clásico en mi casa (*El Ojitos*).

Al salir del concierto nos fuimos caminando hasta el metro Auditorio, porque ahí iban a pasar por nosotros. Fue un largo camino y había mucha gente celebrando el triunfo de las Águilas frente a las Chivas. Mi amigo estaba feliz por eso, ya que es americanista de corazón. Había gente en carros todavía gritando ¡águilasssssss! Ya nos pasamos a retirar, y como mi amiga vive por el Estadio Azteca, la llevamos, y todavía se veía gente celebrando a la una de la mañana (*El Mocho*).

Se escuchó el silbatazo del árbitro; esto indicaba que el juego había concluido, y por lo tanto, las Chivas Rayadas del Guadalajara habían sido derrotadas por las Águilas del América con un marcador final de uno a cero.

Carlos miró a Diego con un gesto de felicidad, y Diego reconoció la derrota de su equipo con esta expresión: “Esta vez ganaron, pero en el próximo encuentro los venceremos”. Carlos le dijo: “A ver si es cierto”, y volteó a verme para pedirme su premio [la apuesta]; yo le entregué los cuatrocientos pesos que ya le pertenecían.

Al salir de La Flor Asturiana [cantina-bar], en avenida San Cosme y en Insurgentes, se escuchaban los cláxones de varios automóviles. De muchos de ellos se abrían las ventanas y de ellas salían las banderas del América; era un mar de júbilo por parte de ese equipo. Diego estaba algo triste: había perdido su equipo, había perdido la apuesta y era su última noche en la Ciudad de México [venía de Guadalajara] (*El Camello*).

El carnaval

El fenómeno del clásico del fútbol mexicano hace evidente los procesos de identificación de los respectivos seguidores de cada equipo. El fútbol nos une: las familias celebran, lamentan o pelean por el resultado del partido; padres e hijos tienen diferencias que se postergan por más de un simple rato de disfrute televisivo. La socialización y la identidad común permiten observar las alianzas sociales que se tejen en torno a un equipo, pero también posibilitan ver la fisión de intereses. Es decir, los individuos se unen mediante la identificación con un equipo; pero a la vez eso genera diferencias y crea antagonismos en el seno familiar, con los grupos de ocio o simplemente en un bar. Por algunas horas, la ciudad se olvida de sus problemas y las calles son tomadas por los aficionados, quienes con cantos, banderas, ruido y caras pintadas demuestran su júbilo o su inconformidad. El tiempo suspende su marcha, y ello genera la oportunidad de comprender la relación entre el deporte-espectáculo y la construcción improvisada y periódica de un carnaval. No hay un desfile oficial ni quien tome la batuta: pero la misma lógica del *comunitas* permite la participación espontánea y cardíaca de los seguidores.

Los autos son “carros alegóricos” por un rato y desfilan en busca de cómplices que celebren o en busca de víctimas con los cuales reñir. Se cobra revancha por afrentas anteriores o se guardan rencores para sacarlos en el futuro. La explosión de celebraciones improvisadas construye un referente periódico de ritualidad. La victoria se ritualiza con cantos, con euforia, y el alcohol y los excesos acompañan la celebración. Las riñas verbales rebasan el clima del juego. Un alumno confesó que cada vez que gana el Guadalajara su hermana pone a todo volumen el himno del equipo y que en más de una ocasión ha tenido enfrentamientos verbales con sus vecinos e incluso un distanciamiento de días con su madre. Por ello se ha llegado a pactar que, gane quien gane, queda prohibido poner el himno del equipo.

Para los alumnos el clásico no terminó allí. El siguiente mar-

tes, en algunos salones se esperaba a los seguidores del Rebaño Sagrado para cobrar la apuesta. No era una conferencia de prensa de los aficionados perdedores; sin embargo, las cámaras de los celulares estaban listas para retratar el ritual del pago de la apuesta. Los alumnos perdedores tuvieron que ponerse la camiseta del América y posar para las cámaras. Algunos dudaban en cumplir con el trato; otros, entre risas, se ponían la camiseta y evitaban caer en provocaciones. Por su parte, los ganadores se mofaban del contrincante y repetían con orgullo el marcador, por si alguno no lo recordara. El consumo cultural del futbol genera la emergencia de colectividades que buscan representación social y una subcultura —en este caso, en el mundo de los estilos juveniles—. Al igual que en el fenómeno de las barras, los jóvenes de la escuela se convierten en tribus urbanas que ritualizan, socializan y buscan identificarse o diferenciarse con representaciones y símbolos sociales en torno a su devoción por un equipo. Durante el día, las playeras del América se dejaron ver. Algunos periódicos deportivos eran disputados por los lectores, ávidos de volver a leer el análisis de las notas y las fotos del encuentro. Los jóvenes aprovechan la ocasión para igualarse con sus profesores perdedores. La fiesta para unos continuaba; para otros la burla aún no terminaba. Algunos alumnos llegaron rapados por haber cumplido su deuda con algún vecino; otros realizarían las tareas de matemáticas en pago por haber perdido, y un padre de familia perdió la cabellera por cumplir el trato con su hijo.

Lentamente, con el paso de los días, la vida vuelve a la normalidad; la agregación de lo cotidiano entra en la lógica de las clases y de la vida familiar; se espera un nuevo encuentro para volver a sumarse a las filas del ejército águila o chiva. Las banderas se guardan, el recuerdo del triunfo no se desvanece, pero ya se espera una nueva batalla que genere catarsis. El ritual llegó a su fin; la periodicidad genera la capacidad de imaginar la siguiente victoria.

Para Geertz, la pelea de gallos no refleja ningún mito ni la historia colectiva de los balineses; más bien, es la historia que ellos

se cuentan sobre ellos mismos. Hay que resaltar que, al igual que las peleas de gallos en Bali, las corridas de toros en España o el carnaval en Brasil, el fútbol permite cohesionar sentimentalmente a sociedades desiguales y por un lapso olvidar las jerarquías y que el estatus pase a segundo plano. La noción de individuo se desdibuja y surgen comunidades homogéneas. El fútbol no refleja lo que un país es, pero es una parte del ajedrez en el que la sociedad abre el pecho y la garganta y saca parte de su ser social. Si esto ayuda a entender el carácter de un pueblo, en cierta medida es porque el deporte y el ocio en general son un aspecto central en la vida de los pueblos, y las sociedades posmodernas no son la excepción. El fútbol presenta la oportunidad de que en él se refleje una pequeña parte de cómo es cada pueblo, cada región. En los rituales los grupos se cuentan sus propias formas de ser, que en lo cotidiano no aparecen. El que se gritara en el Ángel de la Independencia de la Ciudad de México, el 11 de diciembre de 2004 por la madrugada, “¡El que no brinque es regio!”, después del triunfo de los Pumas de la UNAM sobre los Rayados del Monterrey –que definió el campeonato de liga–, era gritarse a sí mismos lo que esos “chilangos” no eran.

La pretemporada: agenda de estudios

El fútbol es un fenómeno sociocultural que permite su estudio desde varios terrenos. Algunos alumnos son miembros de barras de equipos mexicanos. *El Chubaca* y *El Bobby*, a la Monumental del América; *La Madrina*, a la Rebel de los Pumas; *El Sangre*, a la Sangre Azul del Cruz Azul. En sus propias descripciones, las barras son organizaciones altamente jerarquizadas cuyos líderes tienen acceso a cierta cantidad de boletos, los que son vendidos y manejados a su discreción. En el caso de la Ciudad de México, las barras se manifiestan en distintos barrios y el antagonismo llega a generar violencia fuera de los estadios, e incluso en las colonias donde habitan miembros de dos barras

antagónicas (una del América y una de los Pumas, por ejemplo). La violencia de las barras es un fenómeno viejo en el mundo, pero en México lleva escasos años. Es sabida la violencia que generan en Argentina, Italia o Inglaterra. En Argentina, en 2007 murió un hincha de la barra del River, Los Borrachos del Tablón. Fue asesinado por un miembro de la misma barra debido a una disputa por el control de la misma. Los líderes de ella tienen acceso a boletos e incluso el club les da cierto dinero. En Italia, los *tifossi* del Parma son financiados por la ultraderecha e incluso sus consignas son fascistas y racistas. Cuando juegan el clásico de la ciudad contra la Roma, gritan “¡Equipo de negros!” (en las filas de la Roma juegan brasileños de color) y “¡Tribuna de judíos!” (un buen número de los seguidores del club contrario son migrantes judíos). Además, hacen saludos fascistas con los jugadores, entre ellos el italiano Di Canio, quien fue suspendido por celebrar un gol con ese saludo. Una de las riñas más recurrentes en los últimos tiempos en el fútbol mexicano se realiza por “el robo de trapos”. Las barras llevan mantas con los colores de su equipo y tienen alguna leyenda del barrio o de la ciudad que representan. Antes del inicio del partido se da el caso de que las barras de equipos contrarios se encuentren y se roben esos trapos, que son negociados, si es que antes no son rotos o quemados. Se da el caso de que se pidan recompensas por Internet y de que alguna otra barra realice negociaciones. Se pueden intercambiar por otros trapos robados, por ejemplo. La semana después del clásico, un alumno seguidor del América llevó un trapo obtenido en la batalla —una playera de las Chivas—, pero como según él fue robado a alguien que no es miembro de una barra contraria, optó por quemarla. El robo de trapos es un sistema simbólico de prestigio social: el que roba más es visto por los otros como superior.

Casi en el final de este encuentro, es necesario mencionar que en México los estudios sobre el fútbol desde una mirada antropológica o sociológica son escasos. Sin embargo, las rutas y líneas son variadas. La masculinidad y la homosexualidad son

enfoques para los que el futbol es tierra fértil en los estudios de género. El campeonato mundial de futbol de homosexuales realizado en Argentina en 2007 presentó la posibilidad de observar el sexismo que impera en este deporte en las altas esferas tanto de la Comisión Nacional del Deporte (Conade) como de la Federación Mexicana de Futbol (FMF), ya que ninguno de estos organismos ayudó a los participantes mexicanos. Sólo el grupo parlamentario del partido Alternativa olvidó que el futbol era “el juego del hombre”.

El futbol, como crisol de regionalismos, permite vislumbrar los antagonismos locales, regionales, nacionales e internacionales. Las identidades emergen y se fusionan cuando una selección nacional juega, se fisianan cuando la identidad es local y antagónica (provincia contra la capital, millonarios contra el equipo del pueblo). Prueba de ello es el caso mexicano: cuando la Selección Mexicana juega, y no importando las rivalidades, todos “se ponen la verde”. Cuando defendía la playera americanista, el “odio” que provocaba la visita del jugador Cuauhtémoc Blanco entre los seguidores de las Chivas, los Pumas o los Cementeros se diluye cuando este jugador porta la camiseta nacional; por eso, quizá como nunca se aplica la frase del comentarista Enrique “Perro” Bermúdez: “la selección de todos”. El fenómeno de fusión o integración nacional es un elemento sociocultural que bien vale un estudio sistemático y desde diversas ángulos. Un dato lo ejemplifica. El martes 11 de septiembre de 2007, el periódico deportivo *Récord* destacó en su portada el siguiente titular: “MINA DE ORO”. “Las arcas de la FMF gozan del efecto Hugo y el auge de jugadores mexicanos en Europa, pues están a punto de llegar a 200 MDD (millones de dólares) desde que Hugo Sánchez tomó el Tricolor.” La nota muestra un comparativo con otras selecciones en el que la mexicana resulta la más redituable en términos económicos en el año. Para mostrar desde la cancha lo anterior, esto es sólo un botón de la flor económica que genera la selección: en el mes de octubre del mismo año México jugó contra Nigeria en Ciudad Juárez, y no sólo el encuentro

dejó miles de pesos en entradas (la reventa colocaba en más de cien dólares cada boleto), sino que, ante la demanda por ver a los seleccionados, se cobró el acceso a un entrenamiento en la norteña ciudad, dejando en las arcas 700 mil pesos, según datos extraoficiales.

Mención aparte merece el análisis de la prensa deportiva. Los discursos nacionalistas o regionales en la prensa escrita y los mismos discursos radiales y televisivos posibilitan la construcción de representaciones sociales que generan metaidentidades e imaginarios colectivos y antagónicos.

Algo que no puedo pasar por alto es dejar en claro que el futbol permite estudiarse en sí mismo y como un “espejo” borroso de la sociedad. Es decir, el futbol como fenómeno sociocultural tiene su propia lógica de comprensión, pues envuelve identidades, un ritual formalizado y a la vez carnalesco, cuasirreligiosidad en la preparación y juegos simbólicos, hábitos y el consumo cultural como protagonista en una calle o escuela, o como seguidor mismo, como jugador número doce, el único que no puede “faltar en la alineación” de cada partido.

Al mismo tiempo, el futbol hace posible observar los antagonismos nacionales, las fusiones culturales por una camiseta, como en el caso del campeonato de futbol asiático del 2007, cuando Irak se llevó el título: kurdos, sunitas y chiítas compartieron la celebración y ondearon juntos la bandera iraquí por unas horas después del triunfo de *su equipo*, algo que ni la ONU ha podido lograr. Pese a que el gobierno llamó a la población a no salir a celebrar por miedo a que se repitieran atentados como los ocurridos en las celebraciones por el pase a la final, en donde se detonaron coches-bomba y hubo más de 50 muertos. En las celebraciones del campeonato logrado se mataron animales para consumo, se regalaron nieves y la música no faltó en las calles, donde el olor a muerte es parte de la esencia cotidiana.

La vida política se sirve de partidos y jugadores para promocionar a algún candidato. En México, el último caso fue el de Felipe Calderón, quien en su campaña por la Presidencia de la

República utilizó el espacio de anuncios televisivos para promoverse en los encuentros que la Selección Mexicana jugó en el Mundial de Alemania 2006; además de que distintos jugadores y ex jugadores hicieron comerciales en su apoyo. La comercialización del futbol es un tema que teje puentes entre lo social, lo político, lo cultural y lo económico.

Existe un nexo entre lo netamente futbolístico y lo extrafutbolístico, como los innumerables casos de corrupción a lo largo y ancho del mundo: desde los partidos arreglados y las apuestas clandestinas que hicieron cimbrar al futbol italiano en 2006, hasta el descenso de equipos “modelo” como la Juventus. El caso de México merecería un libro con prefacio de Carlos Ahumada.

El futbol en los barrios, en los pueblos o en las escuelas es un fenómeno microsociaI que se repite a lo largo y ancho del mundo. Las prácticas simbólicas en torno a una buena temporada lleva a los miembros del equipo del barrio a peregrinar al santuario de Chalma con las playeras y balones para pedir por una buena temporada. También se da el caso de que se ayude al miembro de un equipo a terminar su casa, cuando éste defiende los colores de un equipo integrado en buen número por albañiles. Se sabe del comercio de piernas en las ligas donde juegan equipos de la Central de Abastos de la Ciudad de México. Entre sus filas cuentan con jugadores extranjeros que reciben semanalmente un sueldo por partido jugado. En los panteones de la ciudad se distinguen tumbas pintadas con los colores del equipo del difunto; balones de cemento, peluches e imágenes acompañan a los símbolos religiosos y se mezclan para crear imágenes contemporáneas de fusión cultural en torno a la muerte, la religión y el futbol: ¿en dónde empieza lo sagrado y termina lo profano en estas representaciones visuales? Tal vez ello ayudaría a explicar la devoción por un deporte que es más que un resultado, que es más que un ocio mundial. La cultura, vista como un proceso complejo de prácticas y representaciones colectivas, tiene en el futbol la posibilidad de explorar el carácter simbólico y por tanto cultural de los sentimientos en torno al equipo del barrio o de

la ciudad. Es posible explorar la construcción de emociones y valores en función de la apropiación y defensa de ciertos colores. La comunión con el equipo marca la separación y el antagonismo con el otro. El futbol ¿nos une? y nos separa.

Bibliografía

- ANDERSON, BENEDICT, *Comunidades imaginadas*, FCE, México, 1993.
- BAYCE, RAFAEL, “Cultura, identidades, subjetividades y estereotipos: Preguntas generales y apuntes específicos en el caso del futbol uruguayo”, en Pablo Alabarces (comp.), *Futbol, violencia e identidad en América Latina*, Clacso, Buenos Aires, 2003.
- BERGER Y LUCKMANN, *La construcción social de la realidad*, Amorrortu, Argentina, 2001.
- BOURDIEU, PIERRE, “Cómo se puede ser deportivo”, en Pierre Bourdieu, *Cuestiones de sociología*, Istmo, España, 1999.
- DA MATA, ROBERTO, *Carnavales, malandros y héroes: hacia una sociología del dilema brasileño*, FCE, México, 2005.
- DOUGLAS, MARY, *Pureza y peligro, Siglo XXI*, Madrid, 1973.
- FÁBREGAS, ANDRÉS, *Lo sagrado del rebaño: el futbol como integrador de identidades*, El Colegio de Jalisco, Guadalajara, 2001 .
- FERREIRO, JUAN, “Ni la muerte nos va a separar, desde el cielo te voy a alentar. Apuntes sobre identidad y futbol en Jujuy”, en Pablo Alabarces (comp.), *Futbol, violencia e identidad en América Latina*, Clacso, Buenos Aires, 2003.
- GARCÍA CANCLINI, NÉSTOR, “El consumo cultural y su estudio en México: una propuesta teórica”, en Néstor García Canclini (coord.), *El consumo cultural en México*, Conaculta, México, 1993.
- GEERTZ, CLIFFORD, “Juego profundo”, en Clifford Geertz, *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona, 2000.

Culturales

- GEERTZ, CLIFFORD, “Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura”, en Clifford Geertz, *La interpretación de las culturas*, Gedisa, Barcelona, 2000.
- GIMÉNEZ, GILBERTO, “Comunidades primordiales y modernización en México”, en Gilberto Giménez y Ricardo Pozas (coords.), *Modernización e identidades sociales*, Instituto de Investigaciones Sociales-UNAM/Instituto Francés de América Latina, México, 1994.
- HUERTA, FERNANDO, *El juego del hombre. Deporte y masculinidad entre obreros*, Plaza y Valdés/Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, 1999.
- RAMÍREZ, JAQUES, “Fútbol e identidad regional en el Ecuador”, en Pablo Alabarces (comp.), *Fútbol, violencia e identidad en América Latina*, Clacso, Buenos Aires, 2003.
- RODRÍGUEZ, GRACIELA, “Los días en que Maradona usó *kilt*. Intersección de identidades profundas con representaciones massmediáticas”, en Pablo Alabarces (comp.), *Fútbol, violencia e identidad en América Latina*, Clacso, Buenos Aires, 2003.
- SEGALEN, MARTINE, *Ritos y rituales contemporáneos*, Alianza, España, 2005.
- TURNER, VÍCTOR, *El proceso ritual*, Taurus, Madrid, 1988.
- VAN GENNEP, ARNOLD, *Los ritos de paso*, Alianza, España, 2008.
- VILLENA, SERGIO, “El fútbol y las identidades. Prólogo a los estudios latinoamericanos”, en Pablo Alabarces (comp.), *Fútbol, violencia e identidad en América Latina*, Clacso, Buenos Aires, 2003.
- VILLORO, JUAN, *Dios es redondo*, Planeta, México, 2006.
- WEBER, MAX, *Economía y sociedad*, FCE, México, 1989.
- www.noticiarios.telecinco.es.

Fecha de recepción: 12 de julio de 2008
Fecha de aceptación: 5 de septiembre de 2008