



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

FÚTBOL. EL JUEGO DEL HOMBRE
PORTAFOLIO FOTOGRAFICO

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA
COMUNICACIÓN**

P R E S E N T A N:

**CÉSAR E. HERNÁNDEZ SALINAS
NORMA NAVARRO LARA**

ASESORES:

LIC. JOSÉ ANTONIO GONZÁLEZ ARRIAGA
LIC. LUZ ELENA PEREYRA RODRÍGUEZ

CIUDAD UNIVERSITARIA, MÉXICO 2006





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

A *Norma* por ser el alma de este proyecto, que nos lleva a obtener tan anhelado éxito.

A mi padre *Javier Hernández* por haber siempre sido mi inspiración.

A mi madre *Ernestina Salinas* por ser mi amiga incondicional.

A mi hermana *Annel* por estar siempre a mi lado.

A mis abuelitos *Abraham* y *Juanita* por todo el amor que siempre me han regalado.

A todos y cada uno de los miembros de la familia *Hernández*, porque su apoyo y consejos han sido siempre importantes.

A los profesores *José Antonio González Arriaga*, *Luz Elena Pereyra Rodríguez* y *Magda Lillalí Rendón García*, por sus conocimientos, su paciencia y apoyo para la realización de este proyecto.

CÉSAR EDGAR HERNÁNDEZ SALINAS

AGRADECIMIENTOS

A mis padres *Guillermo* y *Juanita* gracias por darme la vida, su cariño y su apoyo. Son mi ejemplo a seguir. Los Amo.

A mis hermanos *Paola*, *Jazmín*, *Guillermo* y *Dolly*, por estar conmigo y motivarme para terminar este trabajo.

A *César* por alcanzar este sueño conmigo.

A mi abuelita *Trini* por darme su cariño, eres un gran ejemplo de vida.

A mis abuelos *Pablo†* y *Magdalena†*. Los extraño.

A mis maestros por transmitirme sus conocimientos, en especial al *Lic. José Antonio González Arriaga*, *Lic. Luz Elena Pereyra Rodríguez* y *Lic. Magda Lillalí Rendón García*, por ayudarme a realizar este trabajo.

A la *Universidad Nacional Autónoma de México*, que a través de la *Escuela Nacional Preparatoria Plante No 9 "Pedro de Alba"*, y la *Facultad de Ciencias Políticas y Sociales*, me abrieron las puertas del conocimiento e hicieron posible mi sueño de pertenecer a la máxima casa de estudios.

POR MI RAZA HABLARA EL ESPÍRITU

NORMA NAVARRO LARA

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	6
-------------------	---

CAPÍTULO PRIMERO FÚTBOL Y MEDIOS

1.1 El inicio del fútbol en México	11
1.2 Nacimiento de la Selección Nacional	14
1.3 Llega el profesionalismo	16
1.4 Aparece la televisión	17
1.5 El mundial en México 1970	19
1.6 México 86	21
1.7 El inicio de la euforia	22
1.8 El nuevo siglo	24

CAPÍTULO SEGUNDO

EL FÚTBOL Y SUS DIFERENTES FUNCIONES EN LA SOCIEDAD

2.1 Fútbol. Deporte o juego	27
2.2 Fútbol. Deporte	28
2.3 Fútbol. Juego	30
2.4 Fútbol Cultura y Comunicación	33
2.5 Socialización	36
2.6 Nacionalismo	38
2.7 La función del ídolo	41

CAPÍTULO TERCERO

FÚTBOL. VÁLVULA DE ESCAPE

3.1 Fútbol. Fenómeno de masas	44
3.2 El fútbol como actividad liberadora	49
3.3 Violencia en el fútbol	51
CONSIDERACIONES FINALES	58
CONCLUSIONES	61
BIBLIOGRAFÍA	65
ANEXO. Portafolio fotográfico. CD	71

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo es una investigación de los aficionados al fútbol, en ella se abordan algunos aspectos sociales que influyen en el comportamiento de los seguidores a este deporte en México.

El fútbol con el paso del tiempo y con la ayuda de los medios de comunicación prensa, radio y televisión, día con día crece, de tal manera que ha llegado a convertirse en un fenómeno social, dentro del cual interactúan muchos factores y personajes.

La directriz de esta tesis es presentar a los aficionados al fútbol en sus diferentes facetas; a través de un trabajo fotográfico que consta de 80 imágenes y en conjunto con este ensayo tienen como objetivo mostrar la influencia que tiene el fútbol en sus seguidores, desde un punto de vista de actividad lúdica, socializante y liberadora.

Para fines del presente trabajo se entiende por aficionado: toda persona que muestre un especial entusiasmo e interés por alguna actividad, en este caso por el fútbol; lo mismo puede manifestarse al seguir un encuentro por algún medio de comunicación, asistiendo a los estadios a presenciar un juego, o formando parte de un equipo amateur; el aficionado deposita una carga emocional muy importante en el también llamado balompié, ya sea al practicarlo o simplemente al seguirlo como espectador.

En la relación que envuelve a los aficionados se pueden encontrar diversos procesos de comunicación como son: la comunicación verbal, no verbal, corporal, visual, entre otras. Este trabajo no pretende abordar todas, por lo que se ha seleccionado sólo una, la comunicación de masas, presente entre los aficionados que asisten al estadio, a los llanos o deportivos.

En ese sentido se entiende comunicación como “el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado”¹.

”Los hombres pueden evocar en común algunos conceptos mediante diversos significantes. Estos significantes pueden ser palabras, gestos, etcétera, que evocan una pluralidad de sentidos, entre los cuales uno es preponderante y se evoca en común. En algunas ocasiones lo comunicado tiene el mismo sentido para los que lo comunican, y en otras tiene sentidos diferentes pero entendibles por los que participan de la relación comunicativa. Si no hay aunque sea un mínimo de sentido comprensible por los sujetos, no hay comunicación”.²

De acuerdo con Charles R. Wright. La comunicación de masas es un tipo especial de comunicación que involucra ciertas condiciones operacionales distintivas, principalmente acerca de ¿cuál es la naturaleza del auditorio?, de la experiencia de la comunicación y del comunicador.

La comunicación de masas esta dirigida a una audiencia que debe ser relativamente grande, heterogénea y anónima. Se caracteriza por ser pública, rápida y transitoria. Debe ser organizada.

El presente trabajo se divide en dos partes: un portafolio fotográfico y el ensayo escrito, los cuales buscan ir mas allá de una investigación, y aportar a través de un proyecto creativo una visión distinta de un tema actual y poco estudiado por las Ciencias Sociales como lo es la afición al fútbol, por considerar que la imagen permite expresar una opinión personal de un tema específico como en este caso.

La fotografía es en sí misma una forma de comunicación por excelencia, efectúa un registro de la realidad, transmite emociones, sueños y cualidades de

¹ PAOLI Antonio, *La comunicación*, Ed. Eicol, 2ª reimpresión, México, 1980. Pág.15

² *Ibíd.* Pág. 19

los personajes, por lo que es un medio de expresión autónomo; mediante el cual el fotógrafo da a conocer su concepción del mundo que le rodea. Ha sido punto de referencia de los *mass media*, la base del cine y la televisión; un elemento fundamental en la prensa; periódicos y revistas.

La comunicación fotográfica en su sentido técnico se compone de los siguientes elementos:

- Fuente. Es el mundo de los objetos visibles, así como ciertos sujetos que se hacen presentes por medio de la fotografía.
- Clasificación. Es el ordenamiento de lo que el fotógrafo ve, siente y traduce al lenguaje de la fotografía, por medio de una imagen significativa y elocuente.
- Transmisión. Son los medios gracias a los cuales los demás ven las fotografías.
- Desclasificación. Es el procedimiento por el cual el espectador desprende una sensación a causa de la imagen que está dirigiendo visualmente.
- Recepción. Es el grado de sensibilidad del espectador que recibe (o no recibe) el mensaje integrado por el remitente.

El portafolio consta de 80 fotografías en diapositivas a color, tomadas con luz natural, las cuales retratan a los aficionados a este deporte; hombres, mujeres y niños en quienes se manifiesta la pasión por el fútbol. Aquellos que ven en éste un medio de desahogo y/o identificación, a los que lo practican a nivel amateur, a los que nunca se pierden un partido de su equipo favorito y acuden al estadio a apoyarlo y a los que ven en él una oportunidad para establecer un pequeño negocio que les permita obtener algunas ganancias extras.

En cada fotografía, se trabajó para lograr calidad tanto estética como de contenido; lo que se buscó desde el principio fue presentar imágenes que dijeran o transmitieran algo, con la intención de comunicar.

La imagen fotográfica tiene como característica principal el momento oportuno, ya que intenta: atrapar la conducta natural del aficionado, captar su estado de ánimo, un gesto, su actitud y expresión para reflejar con ello la interacción del fútbol con la sociedad y los efectos positivos de la misma en los seguidores de este deporte.

Cada fotografía se compone de diversos elementos que le dan un significado propio. Todas y cada una aporta información y habla por sí misma de una parte específica del fenómeno del fútbol; todas como un conjunto, son un documento que explica la influencia y pasión que este deporte genera entre sus aficionados.

Las fotografías fueron tomadas en deportivos de la zona metropolitana, tomando como muestra: Oceanía, Eduardo Molina, Los Galeana, Ciudad Deportiva Magdalena Mixuca, campos del Tecnológico de Estudios Superiores de Ecatepec, y Salazar, por considerarlos representativos del deporte amateur; así como los estadios de los equipos que juegan en la Primera División Profesional de la Ciudad de México: Estadio Azul, Estadio Azteca, y Estadio México 68.

El equipo fotográfico utilizado en la realización del portafolio fue:

- Cámara Minolta X-370s, lente 50mm, 28mm, macro 1:4, filtro Súper High Resolution UV.
- Película Fujichrome 100 ASA.

El ensayo escrito está dividido en cuatro capítulos: El primero hace una reseña histórica del fútbol en México, como marco de referencia de su evolución y su relación con los aficionados y los medios de comunicación, la cual abarca desde su llegada a este país a finales del siglo XIX, hasta los primeros cinco años del siglo XXI.

El capítulo segundo aborda la importancia que ha adquirido el fútbol en la sociedad, mediante las diferentes funciones sociales que se le atribuyen a este deporte. En un intento de ir más allá de la concepción del fútbol como actividad física; este ensayo se dirige a la idea del juego por su influencia positiva gracias a la cual los aficionados logran evadir sus problemas, distraerse de la cotidianidad y expresar sus emociones reprimidas, llevando a cabo una actividad que disfrutan y los hace sentir bien.

Además que el fútbol puede ser considerado un elemento del proceso de sociabilización por su gran capacidad de integración social, gracias a que este deporte es accesible a todos los niveles sociales; es capaz de transmitir al individuo patrones de conducta a seguir, valores y sentimientos de amistad, compañerismo, etcétera, esto a través de la identificación entre futbolistas y aficionados.

El capítulo tercero plantea que es posible atribuirle al fútbol una función liberadora de tensión y estrés generados por la vida diaria, lo cual le da a esta actividad la categoría de válvula de escape, de medio liberador, que hace olvidar al individuo toda su problemática.

Asimismo, pretende establecer que el fútbol es un medio permitido para canalizar y disminuir las tendencias agresivas del sujeto provocadas por determinadas condiciones sociales, enfatizando la idea que la agresividad liberada en el fútbol evita conductas destructivas en la sociedad.

CAPÍTULO PRIMERO

FÚTBOL Y MEDIOS

“La historia del fútbol es un triste viaje del placer al deber. A medida que el deporte se ha hecho industria. Ha ido desterrando la belleza que nace de la alegría de jugar porque sí. En este mundo del fin de siglo, el fútbol profesional condena lo que es inútil, y es inútil lo que no es rentable. A nadie da de ganar esa locura que hace que el hombre sea niño por un rato, jugando como juega el niño con el globo y como juega el gato con el ovillo de lana: bailarín que danza con una pelota leve como el globo que se va al aire y el ovillo que rueda, jugando sin saber que juega, sin motivo, sin reloj y sin juez”.

Eduardo Galeano.

1.1 EL INICIO DEL FÚTBOL EN MÉXICO

En México el fútbol se ha convertido en todo un deporte-espectáculo, del cual cada vez más gente está pendiente. Este desarrollo se debe principalmente al impulso y apoyo de los medios de comunicación; prensa escrita y radio, pero principalmente a la televisión, quienes lo han llevado a convertirse en el deporte más popular de este país.

A México el fútbol llegó hace poco más de cien años. Nadie sabe con exactitud cuando y a donde, lo cierto es que este deporte inglés se arraigó rápidamente en el país durante la última década del siglo XIX.

Los primeros datos que se tienen acerca de la historia del fútbol se remonta a las minas de Santa Gertrudis, La Blanca y Real del Monte en Pachuca, a donde los trabajadores ingleses llegaron para reactivar el trabajo en dichas minas y así trajeron consigo la práctica del soccer, su deporte favorito. Ellos, fueron los primeros en organizarse y formar un equipo establecido y con base en un club deportivo, el Pachuca Athletic Club.

En sus inicios el fútbol era un deporte estrictamente para ingleses de clase alta, quienes pensaban, que la práctica del fútbol era una señal de progreso distintiva de las sociedades modernas.

“Entonces cada partido se volvió un acto social rodeado de rígidas reglas de cortesía y gentileza que anteponía siempre el espíritu deportivo a cualquier desacuerdo dentro y fuera de la cancha”.¹

En 1902 por vez primera rueda oficialmente el balón de fútbol en el país, con cinco equipos: *Orizaba Athletic Club*, el *Pachuca Athletic Club*, *Reforma A.C.*, *British Club* y *México Criquet*, todos con jugadores ingleses, se consolida la liga Amateur de Fútbol Asociación y jugaron el primer campeonato de fútbol en México.

Con el tiempo, los obreros y la gente de los suburbios pobres van adquiriendo el gusto por este deporte, principalmente por las características intrínsecas que lo hacen accesible para todo el mundo. Los llanos comienzan a ser el centro, el corazón del desarrollo del fútbol mexicano. Se crea una mística y un amor a una actividad lúdica que los hace olvidar por dos horas los dolores causados por la miseria.

El fútbol se extiende rápidamente, crece el interés en la tribunas y las ganas de formar equipos. Se crean ligas organizadas en Jalisco, Guanajuato, Orizaba, Puebla y la Ciudad de México.

¹ BAÑUELOS, Rentería, Javier, “Balón a tierra” en, *Crónica del fútbol mexicano*, Ed. Clío, México, 1998, p.15, Vol. I.

Para la segunda década de ese siglo los torneos de fútbol eran regionales, entonces, el gobierno de Álvaro Obregón organizó un campeonato para celebrar el centenario de la Independencia, denominado “*Del Centenario*”. Fue el primer torneo nacional.

A partir de ese momento el fútbol dejó de ser un hecho aislado para convertirse en un elemento más de la estructura social, por lo cual los diarios más importantes de la época, tuvieron que publicar secciones dedicadas al deporte, por ejemplo; el *Mundo Ilustrado* y *El imparcial*, abrieron columnas dedicadas a los “hechos del sport, en *The Mexican Herald* y *Two Republics* todos los lunes aparecían crónicas escuetas de los partidos”. En esta época sobresalió la columna escrita por Don Facundo el periodista más famoso de esos años.

Además, nacieron publicaciones especializadas en deportes como *The Mexican Sportsman*, primera revista especializada en deportes, y así surge una importante y estrecha relación entre los medios de comunicación y el fútbol.

En los inicios del siglo XX, la situación política que existía en México, influyó en el desarrollo del balompié nacional. Sin embargo, ello no frenó la necesidad de practicar el deporte puro y surgen nuevas organizaciones.

Se crean clubes deportivos y la rivalidad entre los equipos españoles y nacionales era el principal atractivo de la liga capitalina. Uno de los primeros equipos en levantar pasión entre los aficionados al fútbol fue el Club España, el cual ganó cuatro títulos consecutivos, de 1913 a 1917, logrando así reunir más de cinco mil personas en un solo partido. Sus jugadores salían en hombros de los estadios y la gente los comenzaba a saludar en las calles.

“El gusto por el balón saltó de las cercas de los exclusivos clubes británicos y apareció lentamente en otros rincones de la ciudad”².

² *Ibíd.* p. 16.

La llegada del *Club España* y del *Club México*, el cual se caracterizaba por su peculiar estilo de jugar, alegre y desenfadado, además de ser el representante de la nueva afición emergente de los barrios más pobres de la ciudad, alentó a un buen número de periodistas interesados en el fútbol, quienes escribían en publicaciones especializadas como, *Arte y Deportes*, en 1918 y *Teatro y Deportes* en 1919 entre otras.

1.2 NACIMIENTO DE LA SELECCIÓN NACIONAL

En 1923, obligados por una visita de la selección de Guatemala a México, la Federación Mexicana de Fútbol, decidió formar una selección que debería contender contra los "chapines", y ahí por primera vez aparecen un equipo nacional, con once jugadores mexicanos por nacimiento. En este encuentro celebrado el 5 de diciembre de 1923, la Selección Mexicana de fútbol debutó con un triunfo de 2 goles contra 1. Para presenciar este encuentro, en el *Parque España* se reunieron alrededor de 4,000 personas.

Durante la década de los años 20's, la selección mexicana fue reintegrada varias veces, pero sin mucho éxito, ya que la mayor parte de sus actuaciones culminaban en derrota y un empate era todo un suceso.

Para este periodo nacen tres importantes publicaciones que contribuyeron de manera significativa en la difusión del fútbol. La primera fue *Toros y Deportes*, que apareció en 1925. La siguiente fue *La Afición* que surgió en 1930 y que en la actualidad aún es impreso. Y la más sobresaliente fue la revista *Fútbol*, la cual se caracterizó por sus fotografías y estilo de redacción sencilla.

En la década de los 30's llegó la primera oportunidad de participar en un mundial. México formó un combinado de jugadores del *Atlante*, *América*, el *Marte* y el *Necaxa*. Esta experiencia no fue muy grata y el equipo regresó de Sudamérica con dos derrotas en los hombros.

No obstante el fracaso, en 1932 el torneo local acaparó buena parte de la atención de los aficionados, comenzaron a verse las tribunas llenas y a surgir las grandes figuras del fútbol mexicano. Se inicia la identificación con los equipos y con los jugadores; El Necaxa de los 11 hermanos, los Potros de Hierro del Atlante, Luís “*El Pirata*” Fuente, Horacio Casarín y muchos otros dan lustre a una época del fútbol, aún amateur.

Otro suceso relevante fue la aparición de la radio que rápidamente llegó a captar la atención de un enorme sector del público. Las estaciones como la XEW, XEB, XEFO, XEAI comenzaron a transmitir los encuentros de la liga local y competían por la audiencia. Los principales cronistas de la época fueron iconos en la historia del fútbol, entre ellos se encontraban, Flavio Zavala, Manuel Seyde, Ángel Fernández y Fernando Marcos.

En 1934 la radio mexicana transmitió por primera vez un mundial de fútbol, Don Facundo, fue el encargado de narrar los pormenores de los partidos a través de cables que recibía cada cinco minutos.

“La radio obligaba a locutores y comentaristas a crear la atmósfera que rodea a un partido de fútbol en un estadio para que su auditorio la percibiera; en ocasiones, los locutores llevados por el entusiasmo creaban sus propios encuentros”³.

Lo anterior propicio que los aficionados dejaran de asistir a los estadios, pues preferían oír la narración por radio. Esto obligó a los directivos del fútbol a limitar las transmisiones a ciertos encuentros, además de prohibir que varias estaciones asistieran al mismo encuentro. La presencia de la radio se limitó en relación al número de boletos vendidos.

³ZAVALA Rivas, Héctor, “Ser o no Ser... ahí está el detalle: El fútbol y la cultura popular en la ciudad de México” en *efdeportes.com Revista Digital*, Buenos Aires, Año 6, Nº 30, Febrero 2001

Con esas restricciones, la XEB ideó por primera vez un formato para un noticiero netamente futbolístico: cápsulas de 15 minutos 3 ó 4 veces a la semana, lo cual permitía tener un sistema de información permanente aun el día del partido. Un reportero asistía al estadio y se ubicaba a ras de campo y cada 15 minutos se asomaba por encima de la barda del estadio para informarle a un cronista de lo sucedido en el encuentro y así sin infringir las reglas impuestas por los directivos del fútbol, la radio informaba con oportunidad de lo que sucedía en la cancha.

La atracción al fútbol también apareció en el cine, al testimoniar principalmente, la rivalidad deportiva entre los equipos mexicanos y los de la comunidad española de México. *El Atlante* y Horacio Casarín fueron protagonistas, junto con Joaquín Pardavé, de la película *Los hijos de don Venancio*, por ejemplo.

1.3 LLEGA EL PROFESIONALISMO

En la década de los 40's, se forma una liga con gran fuerza, se inicia la contratación de jugadores, y el inicio del profesionalismo es inminente. El fútbol se convierte en un espectáculo con pocos protagonistas y muchos espectadores, se juega por dinero.

Con el nuevo impulso económico y los medios de comunicación, surgen los grandes equipos y los grandes jugadores. Nace en la afición la motivación por competir, jugar al fútbol y el deseo de afiliarse a un club, por ser parte del equipo al cual se es aficionado, se crean las porras organizadas, base del conjunto de aficionados al fútbol.

Para 1943 el Fútbol profesional da sus primeros pasos en México con 10 equipos entre los cuales destacaron, el *Zacatepec*, el *León*, el *Oro*, el *Toluca* y el *Guadalajara*. La popularidad del deporte empezó a expandirse por todo el país y en 1950 se fundó la Segunda División.

Con la incorporación de la provincia a la actividad futbolística, la radio se hizo imprescindible. La liga mayor descubrió la forma de hacer negocio en grande, en adelante recibiría ingresos por partida doble; una por conceptos de entrada y otra por derechos de transmisión.

En lo deportivo, el fútbol iba en crecimiento pero no era capaz de enfrentarse con los mejores del mundo y aún así México se preparó para ir a la Copa del Mundo en Brasil. Debido a la Segunda Guerra Mundial los mundiales de fútbol se cancelaron y era ahí, en Brasil, donde se reanudaba la actividad.

En ese mundial otra vez el equipo mexicano fue vapuleado, y la atención de los aficionados acostumbrados a las malas actuaciones de la selección se centraba en los clubes y en el torneo local. Lo mismo ocurrió en el mundial de Suiza en 1954.

Entonces se construyeron estadios de concreto para miles de aficionados, entre ellos el *Estadio de la Ciudad de los deportes* en 1947 (hoy *Estadio Azul*) y el estadio *Olimpico Universitario* en 1956 (hoy *Estadio México 68*). La pasión ya se desbordaba en encuentros del *Guadalajara*, el *Oro*, el *América*, el *Atlante* y el *España*.

1.4 APARECE LA TELEVISIÓN

En 1956 aparece la televisión en el fútbol mexicano, esto después de algunos desmanes ocurridos en el estadio de *Ciudad Universitaria*, donde jugaba la selección nacional el II Campeonato Panamericano de Fútbol, más de 40 mil aficionados sin boleto pretendían entrar a presenciar el encuentro, de ahí que el Departamento del Distrito Federal, a través de su oficina de Espectáculos Públicos, decide que los partidos de fútbol fueran transmitidos por ese medio. Con la llegada de la televisión el fútbol mexicano recibe su más grande impulso.

En los inicios las transmisiones eran preferentemente dominicales y excepcionalmente entre semana. Mediante repetidoras, la televisión cubría diversas regiones del país.

Se comenzaron a llevar acabo cuadrangulares en donde se invito a equipos extranjeros como el *Santos de Pelé*, lo cual permitió a la Selección Nacional llegar al mundial de Chile en 1962 con un mayor desarrollo y mayor roce internacional, esto capitalizado en un mejor equipo que le dio al fútbol mexicano momentos inolvidables.

El mundial celebrado en Chile en 1962 se convirtió en la primera satisfacción internacional para una Selección Mexicana, las actuaciones sobresalientes del equipo se convirtieron, sin duda, en el inicio de una comunión con los aficionados, quienes fueron testigos de los encuentros del equipo mexicano a través de las pantallas de televisión (que transmitía los partidos por medio del video tape) y de las transmisiones de radio.

En el torneo local, la tecnología de la televisión da paso a las transmisiones vía microondas cubriendo con ello el mercado nacional por completo. Dicho suceso favorece no solo al fútbol ya que este medio amplía su cobertura gracias a las innovaciones que le permiten expandir su señal por todo el país.

En el transcurso de los años 60's predomina el fútbol de los equipos de Jalisco. El *Guadalajara* se fortalece como el representativo del fútbol de esencia nacional, toma el lugar que décadas antes había ocupado el *Necaxa* con un grupo de jugadores jaliscienses. Sus triunfos en el torneo son muy apreciados entre la creciente población emigrada de las zonas rurales hacia las ciudades; por eso su popularidad se extiende a todo el país.

En 1966 se lleva acabo el campeonato mundial en Inglaterra, donde el equipo de México no refrendó lo hecho cuatro años antes y regresó con tres derrotas. Sin embargo lo relevante del evento fue que por primera vez se trasmite el mundial en vivo, vía satélite y a colores a otros continentes.

En la década de los 60's la televisión se adueña del mercado futbolístico. Y lo transforma en uno de sus máximos logros comerciales. Así el fútbol se convierte en negocio. Se inicia la comercialización intensiva y aparece la publicidad por todos lados.

Los equipos evolucionan en su organización. Se modifica el sistema de competencia. Se crean grupos y el sistema de ligilla para definir al campeón. Hay un desequilibrio entre los equipos. Predominan unos cuantos, que se convierten en los principales protagonistas: *América, Guadalajara, Cruz Azul, Pumas, Puebla*.

Surge el clásico del fútbol mexicano *Guadalajara–América*, el enfrentamiento del radicalismo, el *Guadalajara*, por un lado, representaba a la gente del pueblo, a los que no tenían nada y por el otro lado, el *América*, era el equipo que todo tenía.

Para entonces los escenarios, los jugadores, los sueldos, los directivos, los equipos y la prensa, todo había mejorado a pasos agigantados para el fin de los sesenta y bajo ese escenario llegó el mundial de México 70.

1.5 EL MUNDIAL EN MÉXICO 1970

Después de una intensa campaña encabezada por el Sr. Guillermo Cañedo directivo del *Zacatepec*, apoyado por Emilio Azcárraga Milmo dueño de la empresa de televisión más importante de este país, se consigue para México la sede de la IX Copa Mundial de Fútbol.

A partir de entonces *Televisa* inicia su predominio en el manejo del fútbol. Azcárraga Milmo, dándose cuenta del potencial comercial que tenía en sus manos, compró el equipo más importante de la capital, el *América* y además, mando construir un estadio con capacidad para más de 100 mil espectadores, el *Estadio Azteca*, el cual se convirtió en la carta fuerte para que México se quedara con la sede del mundial de 1970.

Durante este mundial México obtuvo el mejor lugar de la historia en participaciones en la copa del mundo, el sexto lugar bastó para volver locos a los aficionados. Además se dio el inicio de una nueva manera de identificarse con el fútbol; aunque la selección mexicana no atravesaba su mejor momento, el pueblo de México apoyó a Brasil como si fuera su equipo. Por primera vez la ciudad se iluminó, se festejaba en grande, el *Ángel de la Independencia* se convirtió en el templo de los festejos de la afición.

Después del mundial de 70, el fútbol es ya un espectáculo de masas para consumo mundial. La televisión transmite a todo color y vía satélite; la imagen se vende de un continente a otro. Se convierte en negocio de muchos millones de dólares, y muy codiciado por las grandes cadenas de televisión mundiales.

De ahí en adelante la historia del fútbol Mexicano se vuelve gris, no obstante haber demostrado un buen nivel en el torneo local donde *Cruz Azul* impone su hegemonía. La selección nacional entra en un periodo constante de altas y bajas; eran más las decepciones y pocos los triunfos. A los mundiales de 1974 y 1978 se va con muchos problemas y con mucha angustia y los tropiezos se repiten.

En la década de los 80's, se vislumbra un cambio y aunque no se asiste al mundial de España en 1982, México consigue, por segunda vez, la sede del campeonato de fútbol en 1986, en donde recupera el sexto lugar obtenido en 1970.

Un elemento fundamental para hablar sobre la influencia de los medios de comunicación en la afición al fútbol fue Hugo Sánchez Márquez, quizá el mejor jugador mexicano de la historia, quien demostró su temple, coraje, amor y conocimiento de este deporte, lo cual le valió para emigrar a jugar al fútbol de España, una de las mejores ligas del mundo, en donde, se convirtió en un ídolo gracias a sus logros.

Hugo Sánchez ganó todo en Europa con el equipo Real Madrid, triunfó en la *Euro Copa*, la *Copa de la Unión Europea de Fútbol Asociación* (UEFA), la *Copa del Rey*, el campeonato español; en lo individual, conquistó el *balón de oro*, el *botín de oro*, un subcampeonato de goleo y cinco *pichichis*, trofeo al máximo goleador de España.

1.6 MÉXICO 86

El mundial de México 86 representó otro logro obtenido por Guillermo Cañedo, vicepresidente de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) y Emilio Azcárraga dueño de *Televisa*.

Este campeonato significó mucho para los mexicanos, era un medio de distracción para olvidar por un momento que un año atrás el terremoto había hecho estragos en el Distrito Federal, además para sus habitantes, la situación económica seguía siendo difícil. Lo anterior provocó en la gente una válvula de escape apoyada en la ambiciosa estrategia comercial de los medios, con la idea del “*jugador No. 12*”, que involucraron a la gente en el ambiente mundialista, apoyados además en la figura de “*Cantinflas*”.

Se inicia un largo camino de fraternidad entre la Selección Nacional y el aficionado mexicano a través de los medios de comunicación, en especial la televisión. A partir de aquí, el gran protagonista de esta historia es el aficionado.

En la década de los 80's, se consolida lo que se ha llamado la guerra de las televisoras, *Televisa* e *Imevisión* (actualmente *Televisión Azteca*), pelean por los contratos de derechos de transmisión de los equipos de la primera división y sobre todo se da una incesante lucha por los derechos de transmisión de los partidos de la Selección Mexicana de Fútbol.

Televisa se convierte en dueña de tres equipos: *América*, *Necaxa*, *Atlante* y participa en la propiedad de otros equipos de la primera división. Con ello adquiere mayor poder de manejo de las políticas de la Federación Mexicana de Fútbol. Lo

cual genera enfrentamientos entre grupos de directivos dentro de la Federación, por el control.

Las transnacionales refresqueras y de artículos deportivos pagan por los derechos sobre la imagen de los equipos y jugadores.

En el torneo local *Guadalajara y América* protagonizan verdaderos clásicos del fútbol, donde se desborda la pasión por parte de ambos equipos y sobre todo por sus seguidores. El *América* además se consolida como el equipo de la década.

Para entonces la fuerza del fútbol iba en ascenso, sin embargo un error directivo, al alterar actas de nacimiento de algunos jugadores para que pudieran participar con la selección juvenil en el campeonato mundial de Arabia en 1988, impide a las selecciones Mexicanas participar en cualquier torneo oficial por dos años, entre ellos los Juegos Olímpico de Seúl 1988 y el mundial de fútbol de Italia en 1990.

1.7 EL INICIO DE LA EUFORIA

La última década del siglo XX ha sido la más importante para el balompié mexicano, principalmente por el trabajo de la Selección Nacional, en los 90'S diversos equipos nacionales brindaron sus mejores actuaciones en los mundiales y en muchos torneos internacionales más.

Aunque México no asistió al mundial de Italia, en esta década el fútbol mexicano y en especial la Selección Nacional, de la mano del argentino César Luís Menotti, crecen en todos sentidos; hay un cambio de mentalidad y carácter de los jugadores profesionales: desde entonces se notan más fuerte, más hábiles. Los clubes mexicanos sobresalen en torneos de mayor importancia internacional y con ello, se inicia la época de mayor gloria del balompié mexicano.

La estancia del argentino como entrenador de la selección nacional no duró mucho, pero en 1993 llegó Miguel Mejía Barón, quien continuó con el trabajo iniciado por Menotti, y en muy poco tiempo, apoyado en las buenas actuaciones del equipo nacional y sobre todo en la difusión de la televisión comercial en México, logró entre otras cosas: la identificación total de un equipo nacional con los aficionados mexicanos, ahora la selección es el equipo de todos.

El punto de partida de esta euforia en los aficionados al fútbol en México, fue sin duda, la conquista del boleto para asistir al mundial de Estados Unidos en 1994; el cual terminó con un periodo de ocho años de altibajos. La selección se mostró motivada y con buenos jugadores, logro establecer una comunión con la afición, con base en buenas actuaciones durante la eliminatoria, lo cual desemboco en grandes festejos en todo el país.

Otro evento importante que no podemos dejar de lado es; la actuación del equipo mexicano en la “*Copa América*” celebrada en Ecuador en 1993, torneo donde se demostró, el carácter y el conocimiento del juego, y se desplegó el mejor fútbol que una selección nacional ha mostrado en la historia, lo que llevo a este equipo a la final del torneo, por encima de equipos que en teoría son muy superiores en su juego al mexicano.

Todo esto se reflejó también en el ánimo de los aficionados en México y por ello, cada juego era esperado y disfrutado por todos los mexicanos, en ese momento la ciudad se paralizaba, y al concluir el encuentro no importando el resultado, que casi siempre era una victoria, todo mundo festejaba. Muchos se congregaban en el *Ángel de la Independencia* para celebrar la nueva mística de la Selección Nacional.

El regreso del equipo nacional a la capital del país, ocasionó tal euforia que se organizó un improvisado desfile desde el aeropuerto de la ciudad hasta la residencia oficial de los pinos donde los recibió el Presidente de la República, en el trayecto los jugadores eran vitoreados como héroes nacionales.

Otro hecho relevante fue la conquista del campeonato de la *Copa de Oro* en donde se le ganó por primera vez a Brasil en un torneo oficial, con ello creció la fe de la afición en la Selección Nacional.

De ahí en adelante, los aficionados se han integrado al desarrollo vertiginoso del fútbol, lo han seguido de cerca y se han involucrado cada vez más con él, lo practican, y toman como ejemplo a sus ídolos y le son fieles a sus equipos.

Después de esto, la presencia de México en las copas del mundo de Estados Unidos 1994, Francia en 1998 y Corea - Japón en el 2002, fueron muy esperadas, no sólo por los mexicanos sino por todo el mundo. Sus actuaciones respondieron a las expectativas, llegaron hasta los cuartos de final, y obtuvieron los mejores lugares de una Selección Mexicana en un mundial fuera del país; el equipo desplegó un buen fútbol, jugó al tú por tú con potencias del fútbol mundial como Italia y Alemania.

1.8 EL NUEVO SIGLO

El fútbol forma parte activa de la sociedad mexicana y la mayor parte de la gente está pendiente de lo que pasa en el torneo local o con la Selección Nacional.

Una de las actuaciones relevantes más recientes del equipo mexicano que ha influido en el ánimo de los aficionados y en su fervor por el fútbol en México, fue la eliminatoria para el mundial Corea-Japón en el año 2002, en donde el equipo nacional estuvo a punto de ser eliminado, pero al final, con su nuevo director técnico Javier Aguirre, consiguieron la calificación.

En lo que va del presente siglo, los equipos de México han dado muestra de sus avances, no solo en el torneo local, sino ahora compitiendo con lo mejores de América; en la *Copa Libertadores*, por ejemplo, el *Cruz Azul* conquistó el subcampeonato, enfrentando al equipo argentino Boca Juniors, al que derrotó en su propio estadio, La Bombonera.

Ahora la esperanza se finca en los jugadores de Ricardo Lavolpe, entrenador de la Selección Nacional quienes han conseguido ya un Boleto para asistir al mundial de Alemania 2006.

En la actualidad el seguimiento de los medios al fútbol es algo natural; los periódicos y las revistas, hasta el más especializado como *El Financiero* o *Proceso*, tienen secciones dedicadas a los deportes y un lugar especial para el fútbol. Algunos incluso, se han vuelto casi especialistas en este deporte, por ejemplo; *La Afición*, el diario deportivo *Record*, *el Opciones* o el *Esto, Señor Gol*, o *Fútbol Total*.

Por otra parte, la radio en todas las estaciones donde hay espacios de noticias, le dedican unos minutos a la crónica futbolística e incluso existen estaciones donde únicamente se habla de deportes y en especial de fútbol, como, *Estadio W*.

En la televisión, hay programas como; *Sólo Defútbol* o *Acción* de *Televisa*, *Los Protagonistas* o *Sobre el Terreno de Juego*, en *Televisión Azteca*, sin olvidar los dos grades competidores por muchos años; *Deportv* y *En la Jugada*.

Además, en las cadenas de televisión de paga existen canales que transmiten eventos deportivos las 24 horas del día, por ejemplo: *Fox Sports*, *ESPN*, *52 MX*, *Sports Extra*, las cuales tienen espacios dedicados al fútbol de México.

Por último, la tecnología ha permitido, tener acceso a nuevos medios como la Internet, en donde no solo las cadenas dedicadas a los deportes tienen sus paginas Web, sino también los propios equipos de primera división o la Federación Mexicana de Fútbol e incluso los aficionados han creado paginas dedicadas a este deporte, en las cuales dedican espacios a la Selección Nacional, a su equipo o jugador favorito, por ejemplo; *futmex.com.mx*, *mediotiempo.com*, *tirazo.com*, *chivasdecorazon.com.mx*, *pumasunam.com.mx*, etcétera.

Así a lo largo de la historia del Fútbol, los medios de comunicación han estado presente y han hecho de él, el deporte más popular de México, donde el aficionado se ha convertido en el elemento fundamental de su desarrollo; el aficionado es quien goza con los triunfos de su equipo favorito, por la jugada de su ídolo, o por la simple satisfacción de haber metido un gol u obtener una victoria en el juego, y es también, quien sufre cuando su equipo pierde, o su ídolo no juega bien. Es en el aficionado en quien recaen las consecuencias de este fenómeno llamado FÚTBOL.

CAPÍTULO SEGUNDO.

EL FÚTBOL Y SUS DIFERENTES FUNCIONES EN LA SOCIEDAD

“Juego, luego soy: el estilo de jugar es un modo de ser, que revela el perfil propio de cada comunidad y confirma su derecho a la diferencia. Dime cómo juegas y te diré quién eres: hace ya muchos años que se juega al fútbol de diversas maneras, expresiones diversas de la personalidad de cada pueblo, y el rescate de esa diversidad me parece, hoy día, más necesario que nunca”.

Eduardo Galeano

2.1 FÚTBOL. DEPORTE O JUEGO

En la actualidad, el fútbol es uno de los deportes más populares, su práctica y difusión se ha extendido por todo el mundo y sus aficionados cada vez son más.

Pero, ¿qué es en realidad el fútbol, un deporte o un juego? A simple vista se le puede tomar en cuenta como un deporte en el más estricto sentido de la actividad física; asimismo se puede observar como un juego, una forma de distracción y aprovechamiento del tiempo libre, sin olvidar que por su difusión es también un espectáculo.

Entonces, para quienes lo practican, el fútbol es un deporte mediante el cual, pueden desarrollar sus habilidades físicas, y los ayuda a mantener una buena salud.

Mientras que para los aficionados, el fútbol representa un juego, mediante el cual pueden distraerse, olvidar durante 90 minutos sus problemas y disfrutar de una actividad que los hace sentir bien.

2.2 FÚTBOL DEPORTE

Durante muchos años se ha intentado definir al deporte, su consideración social ha tenido fluctuaciones a lo largo de la historia, así por ejemplo:

Pierre de Coubertin afirmó: “el deporte es el cultivo voluntario y habitual del esfuerzo intensivo, apoyado en el deseo de progreso y que puede llegar hasta el riesgo”¹.

Bernanrd Guillen, historiador del deporte señaló: “el deporte es una lucha y un juego”².

Luis María Cazola dice: “el deporte, desde un punto de vista individual, es una actividad humana preponderantemente física, que se practica aislada o colectivamente, y en cuya realización puede encontrarse autosatisfacción o un medio apara alcanzar otras aspiraciones”³.

La movilización de millones de personas en torno al ejercicio se incremento de manera importante en la última década del siglo XIX, cuando se empezó a valorar la condición física y el hombre comenzó a luchar contra sus propios límites, multiplicando las experiencias, los estudios y los intercambios en este campo. Así inicia la afición por el fútbol, el gusto por una actividad física accesible en todos los sentidos.

¹ CICU citado por VAZQUES Henríquez, Alexis. *Deporte, política y Comunicación*, Ed. Trillas, México, 1991, P. 17

² SALVAT Manuel, “Deporte y Sociedad” en *Biblioteca Salvat Grandes Temas*, Ed. Salvat, España, 1975, P. 32

³ CICU citado por VAZQUES Henríquez, Alexis. P. 18

Se puede definir al deporte como: la práctica de ejercicios físicos, que tienen como objetivo mantener y mejorar la salud física y mental, por lo regular se practica al aire libre y se desarrolla dentro de una competencia, con un reglamento y el objetivo siempre es ganar.

De acuerdo a lo anterior, el fútbol es sin duda una actividad deportiva. Entendida como deporte supone un esfuerzo y una preparación. Quienes lo practican lo encuentran interesante y lo consideran benéfico para el cuerpo, ayuda a conseguir un perfeccionamiento físico, posee valores positivos para la formación social del individuo.

Por otra parte, el fútbol como deporte cumple con otras facetas estimulantes para su práctica a cualquier nivel:

- ❖ Es físicamente beneficioso. El esfuerzo físico tiene repercusiones positivas para el cuerpo humano.
- ❖ Es sociabilizante. Cualquier deporte bien dosificado es beneficioso para el equilibrio mental y para las relaciones del individuo con su entorno.

El fútbol es como una religión, en la que no importa raza, edad o apariencia física. Todos pueden jugar y socializar con quien lo practica o con quien comparte una butaca en el estadio.

- ❖ Es un juego idóneo para momentos de ocio. Mucha gente se acerca a él sin pensar en la trascendencia de su valor formativo y sólo por el simple placer que proporciona en sí mismo, por considerarlo un entretenimiento ameno, creativo y tan interesante para desarrollarlo en los ratos libres.
- ❖ Puede ser una profesión. A partir de su comercialización como espectáculo, la práctica del deporte es también una opción profesional para quienes se

consideran dotados. Sobre todo entre las clases económicamente bajas; el deporte ha sido la tradicional vía de salida laboral hacia niveles económicos elevados.

2.3 FÚTBOL JUEGO

Hoy en día el juego como actividad vital para la vida de las personas, ha dejado de tener importancia, para muchos los únicos que pueden jugar son los niños, sólo ellos pueden divertirse y tomar parte en actividades recreativas.

Las personas adultas, no prestan atención a la práctica del juego, conforme van creciendo, dejan de jugar; esto puede ser consecuencia de la dinámica de la vida cotidiana, donde los adultos deben trabajar para mantener a la familia y el tiempo libre es un lujo.

Por ello muchos estudios relegan la palabra juego a la edad infantil, y excluyen la edad adulta a la hora de definirlo, así por ejemplo:

El *Diccionario Webster Third* afirma que el juego es: “la actividad recreativa espontánea u organizada de los niños”, y el *Shorter Oxford English Dictionary* define juego como “ejercicio o acción por medio del recreo o la diversión, observado especialmente como actividad espontánea de niños o animales jóvenes”⁴.

Sin embargo, el juego es una actividad necesaria para la vida normal de todo individuo, con él se olvidan de todo, un individuo es capaz de olvidarse de sí mismo, de sus problemas y enfermedades; a través del juego, los adultos se enfrentan mejor a los problemas y los cambios.

⁴ CICU citado por TERR Leonore, *El juego. Por qué los adultos necesitan jugar*, Ed. Paidós, España, 2000, P. 27

De lo anterior, surge la importancia del fútbol como juego, ya que al practicarlo o seguirlo como aficionado, los divierte, les proporciona placer, un sentido de logro, de pertenencia, y reduce las tensiones.

Según Lenore Terr, el juego es “una actividad destinada a pasarla bien, es vital para una vida sana y plena. Las personas que saben jugar se divierten, se emocionan, se despreocupan de todo y disfrutan del momento”⁵.

Por otra parte, Gerhard Vinnai señala: “casi todo los teóricos que se preocupan del fenómeno del juego citan como una de sus características distintivas el factor de la libertad, que lo sitúa en oposición al trabajo alienante”⁶.

Es posible señalar que el juego es una actividad destinada a la diversión, da libertad al individuo y presupone un aislamiento de la realidad. Sus características son de acuerdo con Juan Parent: la gratuidad (es decir, la simple afirmación de sí, individual o grupal), la capacidad de esfuerzo, el sentido de la disciplina. En el juego se busca el placer y la liberación de las actividades prácticas.

“Cuando jugamos, no experimentamos límites. De hecho, cuando estamos jugando, en general no somos conscientes de nuestro propio ser. La auto observación desaparece. Olvidamos todas las lecciones anteriores de la vida, nuestra capacidad potencial de ridículo, nos olvidamos de nosotros mismos. Nos implicamos totalmente en el juego. Y nos volvemos libres”⁷.

Sin embargo, en el ir y venir del mundo actual la gran mayoría de las personas adultas se niegan a jugar, aunque algunos otros juegan sin saberlo. Pero, ¿cómo saber que los aficionados juegan?

⁵ TERR Leonore, *El juego: por qué los adultos necesitan jugar*, Ed. Paidós, España, 2000, P. 15

⁶ VINAI Gerhard, *El Fútbol como Ideología*, Ed. Siglo XXI, México, 1998, P. 15

⁷ TERR Leonore, op. cit., P. 23

Se piensa que los individuos juegan porque se olvidan de todos sus problemas y preocupaciones. Los aficionados al fútbol que asisten al estadio, los que lo practican con un equipo, o los que lo siguen en los medios de comunicación, se sienten purificados y renovados. El fútbol les permite una gran descarga emocional sin grandes riesgos. Sus problemas, preocupaciones, tristezas y secretos salen a la luz.

Para la existencia del juego se requiere del espíritu que permite al hombre liberarse de las determinaciones y exigencias del mundo, sus objetivos son: la liberación, el honor, la satisfacción propia. El juego es tan necesario como el sueño, es una liberación de la energía excedente.

El juego tiene su propia ética, “en él se aprende cómo controlarse emocionalmente de tal forma que los sentimientos sean vehículos de comunicación y no de agresividad; el triunfo produce alegría pero a la vez implica dar oportunidad al otro bando y aceptar con serenidad la derrota; la igualdad favorece la convivencia y crea actitudes de cooperación. Otras notas éticas del juego son el mantenimiento de la gratitud y de la espontaneidad, el levantamiento y separación de obstáculos, el sometimiento a la disciplina de las reglas y el compromiso de grupo”⁸.

El fútbol consigue un alto nivel de comunicación entre quienes los practican y quienes lo observan: existe una relación en donde todo lo que envuelve a este deporte tiene para los individuos un significado común; es decir la masa grita su alegría, deja escapar sus penas, se asustan y callan con tanta unanimidad que parecen conducidas por un director de orquesta.

En este sentido, la vehemencia con que se manifiestan los aficionados no va dirigida sólo a animar al deportista (aunque éste sea una de los vehículos

⁸ CICU citado por PARENT Juan, *Para una ética del deporte*, Ed. Colegio de Michoacán, México, 1990, P. 180

importantes establecidos en el estadio), constituye también una forma natural de descargar las propias tensiones del espectador, incluso las motivadas por razones extradeportivas, como el cansancio debido al trabajo, los disgustos matrimoniales, etcétera.

Los aficionados experimentan una catarsis en el estadio; los ataques verbales que lanzan desde las tribunas y que son dirigidos al árbitro, son el reflejo del deseo de contestar a la autoridad por parte de algunos individuos, quienes se sienten oprimidos en sus puestos de trabajo o se sienten injustamente tratados por el poder desde el punto de vista político.

Se puede pensar en el fútbol como un juego para disfrutar, forma parte de la vida para evitar el aburrimiento. El ser aficionado al fútbol puede ser, como todo juego, una actividad dirigida a divertirse, una forma de olvidarse de todos los problemas y preocupaciones, puede ser también, una actividad capaz de hacer sentir al aficionado purificado y renovado.

2.4 FÚTBOL. CULTURA Y COMUNICACIÓN

El deporte es también cultura entendido como la manifestación simbólica de las prácticas sociales o desde el producto dirigido a las masas; es una actividad en la que coexisten practicantes, espectadores, público, difusores, empresarios y mensajes.

Según Norbert Elías y Eric Dunning, hay tres aspectos que han llevado al deporte a tener cada vez mayor importancia social; éstos son:

- 1- El hecho de que ha cobrado fuerza como una de las principales fuentes de emoción agradable.

- 2- El hecho de que se ha convertido en uno de los principales medios de identificación colectiva.
- 3- El hecho de que ha llegado a constituirse en una de las claves que dan sentido a las vidas de muchas personas.

Las funciones sociales que se le atribuyen al deporte, permite catalogarlo como un bien cultural arraigado, con raíces históricas.

El concepto de cultura es inherente del hombre, sus acciones y su organización, sus objetos y manifestaciones simbólicas; ésta "... es dinámica y se haya envuelta de manera permanente en el acontecer histórico y en la actividad mental de los individuos"⁹. En este ensayo la entenderemos como manifestación simbólica de las prácticas sociales.

"Cuando se habla de comunicación, suele hacerse dentro de dos sentidos: a) como práctica cultural, o sea como productos de comunicación que materializan y vehiculizan ciertos sentidos, y b) como proceso en el que complejamente se elabora la relación de comunicación y sus productos"¹⁰.

La cultura también es tradición, no solamente ancestral, hecha por las comunidades a lo largo de la historia. El deporte puede ser considerado como una tradición contemporánea.

Según Antonio Alcoba, probablemente no exista en nuestra sociedad una actividad generadora de más símbolos y signos que el deporte. La propia actividad necesita de una serie de ademanes y gestos; la vestimenta de cada disciplina es diferente, así como los emblemas y logotipos de los clubes. Pensemos que esta proliferación de colores y logotipos, de símbolos, pasa de generación a generación

⁹ GIL Olivo, Ramón, *Televisión y cultura*, Vol. I, Ed. Universidad de Guadalajara, México, 1992, P. 126

¹⁰ GONZÁLEZ Jorge, La transformación de las ofertas culturales y sus públicos en México, en *Estudios sobre las culturas contemporáneas*, vol. VI, No 18, Ed. Universidad de Colima, México, 1994, P. 61

al seguir éstas a los clubes. “Pero una cosa es clara: el deporte ha generado un lenguaje propio con variantes lingüísticas que, a su vez, han enriquecido el lenguaje del hombre. Es decir, su práctica originó una serie de expresiones y esos vocablos, al multiplicarse y expandirse, formaron un idioma particular de la actividad deportiva”¹¹.

Es posible considerar al fútbol como un sistema de signos, es decir un lenguaje. Donde su unidad mínima es un hombre que usa los pies para patear una pelota; los codificadores son los jugadores y los decodificadores los espectadores. Ambos poseen un código común, quien no conoce el código del fútbol no comprende el significado de sus palabras (los pases), ni el sentido del discurso (el conjunto de pases).

Una de las manifestaciones de cultura se presenta en la memoria colectiva como tradición. La tradición, para ser tal, debe renovarse; sí se detiene, desaparecerá. Por lo que la tradición se preservará gracias a la memoria y los recursos de la población que la mantendrá viva.

El fútbol es un elemento de la cultura de los pueblos. El deporte como actividad humana de competencia, ocio activo y entretenimiento se puede analizar desde la óptica cultural. Al respecto González apunta que alrededor del concepto de cultura “se juegan cuestiones (...) de búsqueda y auto representación de identidades, (...) porque la cultura organiza y representa un nosotros muy plural que está ligado no sólo a la razón sino a las pasiones y a las mismas viseras”¹².

De acuerdo con Ignacio Ramonet: “más que cualquier otra disciplina, el fútbol tiene una fuerte resonancia identitaria y afectiva, a escala nacional; sigue

¹¹ALCOBA López, Antonio, *Cómo hacer periodismo deportivo*, Ed. Paraninfo, España, 1993, P. 155

¹²GONZÁLEZ Jorge, op. cit.,P. 62

siendo amplificador de pasiones nacionales que convierten al equipo nacional en el depositario de una enorme inversión simbólica”¹³.

A través del portafolio fotográfico que forma parte de esta tesis, se intenta ejemplificar el orgullo que puede sentir una población por el equipo deportivo que los representa, la resignación y afirmación de lo propio, del terruño, la región y más allá, de la nación, sentimientos que están latentes en la cultura y que son despertados, o mejor dicho exteriorizados durante el transcurso de un partido de fútbol, cuando su equipo favorito, que lleva los colores de su bandera, de su institución, o de su ciudad, se juega el honor de la colectividad, representada en la lucha contra otros.

2.5 SOCIALIZACIÓN

Desde el punto de vista sociológico, el deporte constituye un elemento regulador y estabilizador de los efectos masivos. Se constituye como un factor que canaliza las energías al individuo desde pequeño, “le aporta una compensación que neutraliza o canaliza su tendencia natural a la inestabilidad, la agresividad o incluso a la violencia”¹⁴.

Dado que el fútbol tiene una popularidad relativamente similar entre todos los grupos de población, su función de socialización no parece ser específica de estratos sociales o clases. Sólo podría ser diferente la importancia que posee en la socialización de los diversos grupos de población.

Para abordar al fútbol como factor de socialización, es necesario partir de una definición, de acuerdo con Carlos Tornero es: “el proceso a través del cual el hombre, inicialmente nacido como individuo, se integra al ambiente sociocultural

¹³ CICU citado por SONNTAG, Albrecht, Deporte e identidad nacional. Fútbol, símbolo de las virtudes alemanas, en *Le Monde Diplomatique*, Año 1, No 6, Noviembre-Diciembre, Francia. 1997, P. 38

¹⁴ VINNAI, Gerhard, op. cit., P.14

que le rodea existente en su momento histórico, dando lugar al binomio sujeto-objeto”¹⁵.

El Diccionario de la comunicación de Ignacio de la Mota, define socialización como: “conjunto de los procesos a través de los cuales, un individuo se desarrolla a lo largo de todo el arco de la vida, en el curso de la interacción social con un número indefinido de colectividades”¹⁶.

Por su parte, Vinnai señala que “el concepto de socialización designa el proceso de formación de estructura de la personalidad que corresponden a una estructura social determinada, a partir de disposiciones extremadamente plásticas en el recién nacido”¹⁷.

Esto permite señalar, que el fútbol puede ser considerado un factor de socialización en dos sentidos: 1) en la medida que propicia la convivencia de individuos diferentes en costumbres, ideología, religión, situación económica, etcétera; permite con ello la integración de estos en sociedad; 2) en la medida que propicia al individuo elementos formadores de conducta y personalidad; cultiva valores y sentimientos de amistad, compañerismo, legalidad, entre otros, con los cuales se relacionan en sociedad.

Con ello es posible establecer que el fútbol es un medio que permite la expresión de algunos valores de la sociedad, es generador de identidad colectiva, a través de él se puede experimentar el país, la nación o la idea de una comunidad. Con esta convivencia la socialización se hace presente en los aficionados.

Medina Cano plantea que el fútbol es un vehículo de socialización, un sistema que con sus símbolos permite la comunicación y la vivencia de valores

¹⁵TORNERO Díaz, Carlos, *La actitud del hombre frente a la vida*, Ed. Porrúa, México, 1991, P. 221

¹⁶De La MOTA, Ignacio, *Diccionario de la comunicación*, Ed. Paraninfo, España, 1980, P. 799

¹⁷VINNAI, Gerhard, op. cit., P. 83

colectivos. El deporte es una de las nuevas formas de sociabilidad en las ciudades actuales. El fútbol es un referente que aglutina, es un imaginario común que convoca a la gente a juntarse, a reunirse y reconocerse. Es decir, que el fútbol forma parte de los procesos de identificación que los habitantes realizan con la ciudad o la región en la que viven.

La socialización permite que en el estadio cada uno de los individuos se vean iguales entre sí, todos están ahí con un mismo objetivo, apoyar a su equipo, no existen diferencias de edad, situación económica, etcétera.

En ese momento cada individuo es capaz de relacionarse con un grupo de extraños, de entablar una conversación o de simplemente dar muestras de amistad como una sonrisa o un saludo. Existe camaradería entre todos los aficionados, ya sean dos amigos, o dos desconocidos compartiendo el espacio en el estadio.

En la tribuna todos son parte de la fiesta del fútbol, cada manifestación a favor de su equipo como: un aplauso, un silbido, una porra, una ola, etcétera, tienen el mismo valor e importancia.

Sin embargo, el deporte no puede hacer el milagro de socializar a alguien; es un buen vehículo para lograrlo puesto que el individuo que lo practica sobre todo, enfrentado a deportes colectivos, está obligado a respetar las normas del grupo, intercambiar ideas, dar opiniones, apoyar a sus compañeros y, por tanto, contribuir al espíritu del cuerpo.

2.6 NACIONALISMO

El fútbol representa mucho más que un deporte colectivo. Tiene un impacto sobre la identidad colectiva de los ciudadanos; es un símbolo generador de identidad nacional. La identidad se vive en el estadio y también sale a la calle.

Sonntag apunta: “el estadio de fútbol es uno de los pocos espacios de desahogo de las emociones colectivas, en donde está tolerado expresar valores cuya expresión está proscrita socialmente en la vida cotidiana”¹⁸.

Según Eduardo Galeano: “Somos porque ganamos. Si perdemos dejamos de ser. La camiseta de la Selección Nacional se ha convertido en el más indudable de los símbolos de identidad colectiva y no sólo en países pobres o pequeños que dependen del fútbol para figurar en el mapa. El fútbol eleva a sus divinidades y las expone a la venganza de los creyentes. Con la pelota en el pie y los colores patrios en el pecho, el jugador que encarna a la nación marcha a conquistar lejanos campos de batalla. Al regreso el guerrero vencido es un ángel caído”¹⁹.

Cada partido de la Selección Mexicana es una ceremonia cívica, jugadores y aficionados entonan el Himno Nacional, se ponen de pie y saludan a la bandera. Los jugadores llevan en su uniforme los colores patrios; se intensifica en los aficionados la conciencia popular de unidad.

Durante el partido una enorme bandera recorre las tribunas por encima de los aficionados; ellos debajo, la pasan de mano en mano al que se encuentre a su lado, todos se sienten mexicanos, parte de un país, parte de un mismo equipo. No faltan los clásicos sombreros de palma, los de charro; los mariachis cantando canciones como *El rey, México lindo y querido*, entre otras; los aficionados lucen en su rostro los colores patrios, se maquillan el nombre de su país, la bandera, se pintan el cabello, etcétera.

Estar en un estadio rodeado por miles de personas, apoyando a la *Selección Nacional*, entonando el himno y ondeando la bandera mexicana, provoca en muchos aficionados estremecimiento y un vacío en el estómago.

¹⁸SONNTAG, Albrecht, “Deporte e identidad nacional. Fútbol, símbolo de las virtudes alemanas”, en *Le Monde Diplomatique*, Año 1, No 6, Noviembre-Diciembre, Francia. 1997, P. 39

¹⁹GALEANO Eduardo, *Fútbol a sol y sombra*, Ed. Siglo XXI, México, 1998, P.230

La identidad nacional se sustenta frecuentemente en los resultados que consigan las Selecciones Nacionales, un país es fuerte en la misma proporción que lo sea en el ámbito futbolístico. La necesidad de identificación y pertenencia del individuo con un grupo que lo pueda apoyar y con quien compartir intereses comienza desde la identificación local, de ahí el surgimiento de equipos identificados con cierta población o grupo.

Se pertenece a un club y se dice “yo soy potro, chiva, águila, puma”; a veces la victoria no consiste tanto en ver ganar al propio equipo, como ver perder al enemigo, los odios originados por los clásicos, se heredan de generación en generación.

Las Selecciones Nacionales son representantes del país entero y el país se reduce a su Selección, ellos (los seleccionados) son “nosotros” y el país deja su geografía durante 90 minutos para caber en la mitad de la cancha que le corresponde y agrandarse o reducirse conforme avanza el juego.

En el lenguaje de la ideología deportiva se plantea que: “mediante el fútbol, cultivado bajo una dirección idónea, el joven aprende en carne propia que significa ser un miembro independiente y servidor de la comunidad. Creemos que quien triunfa cien y mil veces en el juego, triunfará también, más adelante en la vida”²⁰.

El fútbol proporciona elementos de conducta porque sujeta al individuo a normas, principios y valores establecidos en su estructura y reglamento. Por ser un deporte de conjunto, el individuo aprende a encaminar sus acciones a la obtención del beneficio colectivo y no en el propio. Asimismo, la máxima del deporte *juego limpio* establece una norma de comportamiento dentro y fuera de la cancha.

²⁰ VINNAI Gerhard, op. cit., P. 89

2.7 LA FUNCIÓN DEL ÍDOLO

Entre futbolistas y aficionados existe una identificación, porque los últimos tienen la ilusión de alcanzar la fama y el éxito de sus ídolos deportivos, por lo cual adoptan sus cualidades como propias, se hacen partícipes de sus triunfos, por ello un individuo tiende a pensar que posee un talento similar al de su jugador favorito.

Los aficionados desde la tribuna patean el balón al mismo tiempo que el jugador en la cancha; viven y sienten por momentos la ilusión de ser los directores técnicos del equipo, gritan y dan instrucciones esperando ser escuchados. Los aficionados valoran la habilidad y entrega de los futbolistas; son para ellos un patrón de conducta a seguir, lo cual origina la imitación.

La posibilidad de alcanzar popularidad como jugador profesional, y con ello acceder a un nivel socioeconómico mayor, al obtener jugosas ganancias económicas, es un atractivo más para el aficionado, quien sueña con llegar a ser como su ídolo.

Para Jean Marie Brohm el deporte cumple una función social oculta, la de “desdoblamiento ideológico de la clase dominante” (que sería el ejercicio del poder con medios aparentemente no coercitivos) al sustituirla por una paralela, la del deporte; que permite a los espectadores la esperanza de una promoción como equipo (al ser parte también de un grupo de espectadores) o convirtiéndose ellos en deportistas, particularmente en las clases bajas en las que el deporte es para muchos jóvenes la oportunidad de una promoción social.

El fútbol también brinda en los estadios o ante las pantallas de los televisores, la satisfacción de impulsos libidinales de objetivos inhibidos. Lo logran mediante el mecanismo infantil de la identificación con figuras de líderes, que pueden ser encarnados por jugadores de éxito. La identificación regresiva con las figuras-líderes que toma el lugar del ideal yoico, permite al mismo tiempo a los

fanáticos la identificación mutua. Es común que después de un partido ganado por el equipo “propio” los aficionados afirmen “ganamos”.

“En la identificación regresiva se proyecta dentro del astro deportivo el propio ideal yoico no alcanzado. De esa manera, y en un desconocimiento menudo totalmente ilusorio de la realidad, se le adorna con dotes humanos que permiten llamarlo cariñosamente por su nombre de pila. La necesidad de caracterizar emocionalmente a los ídolos deportivos no sólo por sus capacidades atléticas, explica por qué éstos sólo necesitan poseer una insinuación de una cualidad adicional que se adecue para la exhibición, para asegurarse el éxito en otros rubros de la industria del entretenimiento. El triunfo deportivo que se comparte lo indemniza por poco tiempo de las privaciones cotidianas”²¹.

El ídolo por sí mismo como figura-signo requiere de una adoración proveniente de quien le ve, por lo que en este caso la relación entre jugador-ídolo y público-masa es recíproca uno satisface su necesidad de ser adorado, mientras que los otros tienen con quien identificarse sin entrar en contradicciones de clase o con el sistema.

El ídolo para convertirse en líder debe tener una voluntad férrea y una personalidad atractiva para la masa, estar convencido de las ideas que predica, de los ideales que proyecta y mantiene, lo que le otorga otro elemento irresistible a la masa: prestigio.

Entre los ídolos deportivos existen ciertas características como: proceder de un nivel socioeconómico bajo, ser carismático, innovador, revolucionario, con mentalidad ganadora, poseer un talento superior al de los demás, y ser un líder natural.

²¹ VINNAI Gerhard, op. cit., P. 112

Tal es el caso de Cuahutémoc Blanco. Originario del barrio bravo de Tepito, considerado uno de los mejores futbolistas del fútbol mexicano; es el gran salvador de la Selección Nacional. Con sus dos goles ante Honduras se consiguió la calificación al mundial Corea-Japón 2002.

Jorge Campos es otro claro ejemplo de un ídolo deportivo, además es uno de los futbolistas con más carisma en el fútbol mexicano, portero-delantero que ataca, defiende y dirige a la porra al mismo tiempo. Cabe recordar que en su momento implantó moda entre los aficionados con su estilo de vestir, quienes lucieron los uniformes fluorescentes característicos del “brody”.

“El modo de vida deportivo es un estereotipo creado como norma de conducta deseable, basado en una imagen del deportista que asume los valores que se suponen óptimos de la sociedad. Así, ser deportista significa tener las cualidades de “macho”, personalidad arrolladora, conquistadora, belleza, fuerza y honestidad; se le añaden todo tipo de fetiches que aseguren el modelo mediante figuritas, almanaques y objetos especiales. Andar a la moda es vestirse de deportista”²².

Por lo tanto, la influencia de este juego, deporte y espectáculo se ve reflejada en la sociedad, principalmente en los aficionados quienes semana a semana viven en función del fútbol o de algún ídolo deportivo, esquivan la realidad circundante y leen, ven o escuchan, los grandes espacios que da el periodismo al deporte.

²² Santa María, Carlos, *Sociología del deporte*. Ed. El correo de Nariño, Colombia, 1982. P. 62

CAPÍTULO TERCERO

FÚTBOL. VÁLVULA DE ESCAPE

“Hay un tercer tiempo, ni real ni compensado, que separa al espectador de su otra vida. En el estadio, lejos de la oficina, el perro enfermo, el anillo devuelto por la novia, las manchitas en la radiografía, el examen de química, los segundos transcurren como un “robo”, una suspensión de la costumbre. Las ligas son formas de garantizar estos hurtos temporales”.

Juan Villoro

3.1 FÚTBOL FENÓMENO DE MASAS

El fútbol en México, es uno de los deportes con mayor número de seguidores, es el espectáculo que más gente convoca; por ello es necesario señalar como se manifiesta la masa alrededor del mismo.

De acuerdo con Lavosiere masa es: “todo lo que ocupa un lugar en el espacio y tiene peso”, para el aficionado es el conjunto de quienes se hermanan para ver ganar a su equipo.

El deporte es en la actualidad un espectáculo de masas por los altos niveles de audiencia que ha logrado gracias a las transmisiones de los medios de comunicación electrónicos, a través de los cuales aglutina una gran cantidad de gente determinada por el grado de audiencia que existe y tiene efectos que un sólo hombre no podría lograr.

El espectáculo por sí mismo permite que la masa pueda comunicarse directa o indirectamente con los “actores” más o menos míticos que son los jugadores.

Este trabajo parte de la definición que da Le Bon de masa psicológica. “La masa psicológica es un ente provisional que consta de elementos heterogéneos, que se han unido durante cierto lapso”¹, a lo que se puede agregar, sometidos a un agente líder y con un fin común.

El individuo dentro de la masa, pierde su individualidad y racionalidad, puede sentir, pensar y actuar de manera distinta; cambia sus ideas por la idea colectiva; este cambio es el primer factor que hace que el sujeto adquiera un sentimiento de invulnerabilidad gracias a la superioridad numérica que existe dentro de la masa, esta le proporciona fuerza y seguridad con el anonimato.

Por lo cual, el contagio es otro factor que contribuye a animar las pulsiones dentro de la masa y a olvidar toda responsabilidad o moral, que sobrepase a la que poseen como integrantes de la misma. Es el elemento que permite a los integrantes de la masa pensar y sentir de la misma manera.

El contagio hace que los hombres se junten unos con otros y el temor a éste es el que obliga al sujeto a separarse, y el espacio entre las gradas permite este pegado desapego. Dentro de la masa se pierde el temor al contacto.

La búsqueda de movimiento es otro factor característico de las masas; en el estadio, los individuos se coordinan para lograr proyectar movimiento desde su lugar, un ejemplo representativo es sin duda “la ola”.

Al respecto Juan Villoro señala: “él público que hace la ola espera la corriente que regresa, su propio impulso potenciado por los demás, se trata del

¹ CICU citado por FREUD Sigmund, *Psicología de las masas*, Ed. Alianza, México, 1996, P. 69

pasatiempo ideal de multitudes que no tienen equipos poderosos, ni tiranos elocuentes, ni shows de primera categoría”².

La masa en el estadio cumple con las características que Elías Canetti atribuye a las masas cerradas:

- Renuncia al crecimiento por tener límites establecidos al estar contenida en un recinto.
- Su meta es mantenerse (en los estadios la permanencia está determinada por el tiempo que dure el partido).
- Asegura su permanencia mediante la repetición.
- El acceso es limitado y vigilado, el límite impide el acceso desordenado, pero dificulta la desintegración.
- Goza de la igualdad que se otorga a los integrantes por tener un fin común mientras la masa se encuentre reunida por este.

La masa no está completa hasta que llega al límite de la descarga, es cuando las barreras son derribadas y los individuos se igualan todavía más. Aunque la descarga puede desaparecer, requiere ser alimentada continuamente.

Bajo la perspectiva psicológica la descarga se manifiesta cuando se ha llegado al grado máximo de excitación de los sentidos en el que el instinto (modo de reaccionar característico de la especie) y la pulsión (ejecución de un acto involuntario y no conciente inducido por estimulación, en este caso el contagio), tienden a liberarse.

²VILLORO Juan, Los once de la tribu, Ed. Aguilar, México, 1995, P. 117

“Durante este lapso (en el que se está presenciando el juego) pueden ocurrir multitud de cosas. No se puede saber de antemano cuándo y por qué lado se mete un gol, además al margen de estos anhelados acontecimientos centrales hay otros muchos que conducen a ruidosos estallidos (como el enfrentamiento entre los grupos de aficionados o percances dentro de las instalaciones del estadio). La voz se oye con frecuencia y en distintas ocasiones”³.

En el deporte moderno influyen para aplazar el estallido de la masa: el estar sentados pero con libertad de movimiento en manos, brazos y pies para aplaudir, golpear o patear y con ello apresurar las acciones del evento; y la duración que regularmente no se acorta.

El poder de enmudecer es una forma de presión que los aficionados conocen bien, el que enmudece parece más peligroso de lo que es realmente y es una manifestación de desacuerdo o falta de apoyo contra el propio equipo.

Una masa mantiene con vida a la otra, los contrincantes no pueden ser superiores en número (en caso de que sea así se tratará de suplir con ruido). La sensación de inferioridad provoca el mecanismo de fuga, si ésta es imposible la masa se desintegrará cuando los sujetos huyan individualmente.

Otro mecanismo de descarga es la destrucción de imágenes como símbolo de una jerarquía que no se reconoce ya, como la quema de escudos o banderas, es cuando se manifiesta la aparición de masas dobles dispuestas a enfrentarse.

Se debe tomar en cuenta que se ésta en el terreno del sistema cultural de masas, por ello, es necesario cubrir los aspectos del mismo, que de acuerdo con Edgar Morin son los siguientes: “El sistema de la cultura de masas es un sistema articulado, ramificado, que comienza por lo económico y eventualmente conduce a

³CANNETI Elías, *Masa y Poder*, Ed. Alianza, España, 1987, P. 31

lo psicológico (o psicoafectivo); sus diversas etapas económicas son: producción, consumo, creación, proyección identificación y transferencia”⁴.

Las causas por las que el sujeto se siente atraído por la masa son en primera instancia: la necesidad de ser reconocidos por el otro y la tendencia del sujeto, como miembro de varios grupos a ser sometido a reglas.

Cabe hacer la distinción entre grupo, masa y multitud:

- Grupo. Organización de individuos con fines comunes, sometidos a normas y a un líder.
- Masa. Organización de individuos que se reúne con un propósito definido, unida por lazos afectivos no perdurables, que puede carecer de un líder identificado como tal.
- Multitud. Reunión de individuos en un sitio sin propósitos, lazos afectivos, o fines comunes.

Será el comportamiento del sujeto al interior de la masa lo que determine qué va a comunicar al sentirse liberado de su peso individual en el anonimato colectivo; lo que se denomina como *Alma de las Masas* es la coexistencia que se da al interior de ésta, en donde tendencias opuestas pueden coexistir y ser toleradas, como el odio y el amor que se sienten hacia el padre en el complejo de Edipo puede coexistir en los niños. En la masa es tolerada la admiración y el repudio a cierto jugador o equipo.

⁴ GUINSBERG Enrique, *Control de los medios, control del hombre*, Ed. Pangea, México, 1988 P. 25

⁴ FREUD Sigmund, op. cit., P.82

Según Freud: “Una masa psicológica es una reunión de individuos que han introducido en su superyó la misma persona, y se han identificado entre sí en su yo sobre la base de esa relación de comunidad”¹.

3.2 EL FÚTBOL COMO ACTIVIDAD LIBERADORA

El deporte es la actividad liberadora más popular entre la gente; por eso aquello de “*mente sana en cuerpo sano*”. Es posible atribuirle al fútbol una función psicológica, al representar para el individuo una válvula de escape, un medio liberador de tensión y estrés.

De acuerdo al punto de vista de la psicología, el fútbol es un deporte de combate y de conjunto donde se encuentra la oposición con otro conjunto, lo que mueve al espectador en la búsqueda de sentir, emocionarse ya sea con la alegría del gol o con el dolor o la tristeza por la derrota. A la vez los aficionados se proyectan manifestando la necesidad de pertenencia, esa necesidad de formar parte de un grupo, de estar a lado de un equipo. El ser humano tiene una necesidad de juego y una necesidad competitiva, moviéndose en dos extremos: cooperatividad y competencia, al presentarse estas vertientes el espectador trata de solventarlas a través de una actividad que le permita cubrir dichas carencias y es cuando se da la identificación con el fútbol, deporte que maneja ambos conceptos.

Bajo el perfil de la sociología, el individuo que se mueve en el terreno del fútbol busca descargar, directa o indirectamente, a través del balompié toda la tensión o estrés provocado por los problemas de la vida cotidiana. Al entrar en 90 minutos de competencia (tiempo que dura un partido de fútbol) en determinado momento, el espectador encuentra el concepto de identificación, deja a un lado la consciencia y busca identificarse con algo que no puede hacer o con algo que le disgusta.

El fútbol sumerge tanto a los participantes como a los espectadores en un mundo imaginario en el que las dimensiones de tiempo y espacio pueden cambiar a voluntad. Además se maneja todo un proceso de identificación entre los jugadores y los espectadores, quienes comparten entre ellos códigos de iniciación.

La identificación es: “Un proceso psicológico mediante el cual un sujeto asimila un aspecto, una propiedad, un atributo de otro y se transforma total o parcialmente, sobre el modelo de éste. La personalidad se constituye y se diferencia mediante una serie de identificaciones”⁵.

A través de la identificación, los aficionados hacen suya la habilidad y actuación de su futbolista favorito; viven y sienten la emoción, angustia y cansancio de los jugadores profesionales. El fútbol resulta atractivo para ellos porque les ofrece alivio, independientemente del resultado o actuación del equipo al que apoyan. Es decir, si el equipo gana o pierde, el individuo vive la sensación de sentirse parte de un mismo equipo y jugar un papel importante en las acciones del encuentro.

Los aficionados entran en una especie de seducción, la festividad del fútbol los incita a interactuar. Fuera del estadio inicia el ritual, compran algún distintivo de su equipo, una bandera, un gorro, una playera; se pintan el cabello o maquillan su rostro con los colores de su escuadra. Una vez dentro, esperan ansiosos ver a los jugadores saltar al terreno del juego; por medio de los altavoces se informan las alineaciones, los seguidores de cada equipo corean con aplausos y ovaciones la mención de cada uno de los jugadores y anulan con gritos al rival.

La hipnosis es un término frecuentemente utilizado al observar un partido de fútbol, la hipnosis es un vínculo doble, que por ser tan reducido aparentemente puede no ser aplicable a la masa, sin embargo, el balón puede ser un objeto hipnótico que ejerce fascinación en el espectador, por lo que la hipnosis como

⁵ GUINSBERG Enrique, op. cit., P. 99

vínculo doble (el lazo se establece entre el espectador y el jugador siendo recíproco) es posible.

Entre futbolistas y aficionados hay una regla no escrita, ambos deben proveerse de la misma cantidad de emoción. Los jugadores ganan, juegan bien al fútbol, hacen jugadas espectaculares, mientras los aficionados, corean, aplauden, e incentivan su motivación. Además, deben abuchear e intimidar al rival, y al árbitro cuando marque acciones en su contra.

Los medios de comunicación, en especial la televisión permiten la identificación entre los aficionados. El hacer historia, el generar imágenes de futbolistas como héroes, el relatar y relacionar anécdotas curiosas del fútbol dentro de una transmisión son constantes de manejo a través de los medios para el deporte, donde el espectador juega un papel importante para el factor consumo, vinculando al aficionado de manera que se sienta importante al participar de un triunfo de su equipo favorito, manifestando su presencia en el terreno de juego a través de la televisión, y asumiendo su posición de jugador número doce.

Pero, el deseo de apoyar a su equipo, puede salirse de control. En ocasiones, los aficionados se oponen violentamente a las decisiones del árbitro, agraden al adversario y directivos.

3.3 VIOLENCIA EN EL FUTBOL

Si bien el fútbol es una válvula de escape para los aficionados, es también, un deporte de contacto; en cualquier momento una acción brusca dentro de la cancha puede terminar en una bronca entre los jugadores. La identificación entre futbolistas y aficionados permite que tal situación se repita en las tribunas.

El fútbol puede ser una analogía de la guerra moderna, dos masas integradas por individuos que rara vez se conocen pero que en su momento

sienten profunda antipatía por el otro, quien forzosamente debe estar equivocado, y lucha por la bandera incorrecta.

En la batalla el enfrentamiento entre dos masas es la demostración de cual es más poderosa que la otra. El sonido del combate manifiesta su fuerza al enemigo y a sí mismos. La meta es hacer callar al otro bando. Asimismo, se hacen presentes los simbolismos característicos de las batallas: uniformes, banderas, insignias, desfiles, cantos, etcétera; los cuales emulan el inicio de la lucha. Por ejemplo, en el *Estadio México 68* el rugido del puma, y en el *Jalisco* la frase “*chivas, chivas*” alistan los sentidos de futbolistas y aficionados.

La violencia en los estadios se ha manifestado desde los años 60, con la aparición de los *hooligans* y la organización de las *barras*, fanáticos que manifiestan el descontento que viven por su situación social y económica, particularmente en Sudamérica. Países como Inglaterra, Italia, Alemania, y España en Europa, y Colombia, Brasil, Chile y Argentina en América, son ejemplos de lugares en donde la violencia de la masa con el pretexto del soccer ha generado muertes, tanto de civiles como de jugadores.

Cada país tiene fanáticos que usan al deporte como pretexto, para manifestar su descontento por la falta de empleo, por las diferencias étnicas y raciales, por los conflictos políticos de su país o los económicos que les afectan directamente; este tipo de fanáticos empezaron a ser conocidos por las manifestaciones de conducta similar a la de los *hooligans ingleses*.

En México, las porras empiezan a tomar auge en la década de los 90's cuando directivos de los equipos *Pachuca* y *Atlas* contrataron a extranjeros, principalmente de Sudamérica para que dirigieran sus porras. Esto marca una diferencia en el fútbol mexicano, los aficionados llegan a situaciones de violencia con más frecuencia.

Los aficionados que se afilian a las porras, reciben trato preferencial por parte de las directivas de los clubes, lo que hace atractivo la participación en tales grupos, por ejemplo, la directiva del *Toluca* les da la mitad del costo del boleto y del pasaje cuando siguen a su equipo a una cancha ajena. En los juegos locales les dan una cantidad variable de boletos gratuitos que se reparten según la antigüedad.

Existen diferentes grupos de fanáticos, los cuales se caracterizan por las acciones que son capaces de hacer estos son:

- ❖ HOOLIGANS. Fanáticos o “hinchas” ingleses son jóvenes y adultos que manifiestan su inconformidad social y política en los estadios de fútbol. Aprovechan los partidos para salir a las calles, destruir automóviles y asaltar comercios. Son considerados los aficionados más problemáticos y agresivos del mundo, por lo que en las últimas Copas Mundiales, se les ha impedido la entrada en los países sede.
- ❖ ULTRAS. En España los hinchas lanzan luces de bengala de las usadas en los barcos, utilizan como emblema la svástica y banderas de origen neofascista, con demandas político sociales e intereses ajenos al fútbol, se hacen llamar “ultras”; y se manifiestan en contra del desempleo, y muestran tendencias de discriminación racial y xenofobia, tópicos que han cobrado fuerza en España, Francia, Alemania y Holanda.
- ❖ TOFOSOS O TIFOSI. Son los seguidores de las escuadras italianas, éstos son especialmente peligrosos cuando juega su Selección.
- ❖ GAMBERROS. Fanáticos alemanes, éstos enarbolan la bandera del neonazismo y le han hecho cobrar fuerza como tendencia europea; la xenofobia característica de las hinchadas europeas, es más enfática en

este grupo, que aunque en menor grado que los hooligans es una de las fanaticadas más temidas del continente.

- ❖ BARRAS Y TORCIDA. La hinchada Argentina son los “barras”, aficionados que cantan y gritan en los estadios; son a veces contratados por los mismos clubes para atacar a los seguidores de los equipos contrarios, mientras que la torcida es la fanaticada brasileña cuyas manifestaciones tienden a paralizar las ciudades cuando los equipos locales o la Selección ganan campeonatos.

- ❖ PORRA BRAVA. Es el término más común en México, son porras organizadas que apoyan y siguen a su equipo. La Secretaria de seguridad Pública del Distrito Federal, en un boletín titulado *Análisis de violencia en los Estadios de Fútbol* señala que las porras más conflictivas en el fútbol mexicano son:
 - “Adicción” – Monterrey
 - “Disturbio” y “Monumental” – América
 - “Ultra Tuza” – Pachuca
 - “Libres” y “Locos” – Tigres
 - “Legión 908” – Guadalajara
 - “51” – Atlas
 - “Guerrilla” y “Tribu Real” – San Luís
 - “Los hijos de la Mermelada” – Irapuato
 - “Fusión” – Chiapas
 - “Común” – Santos Laguna
 - “Tepito, Tepito” – Atlante
 - “Sangre Azul” – Cruz Azul
 - “Sobredosis Albiroja” – Encasa
 - “Locura 81” – Morelia
 - “La Perra Brava” – Toluca
 - “Resistencia” – Querétaro

- “La Guardia Roja” - Veracruz

El fútbol ha sido un magnífico pretexto para la violencia en el mundo, en México se ha vuelto popular celebrar los triunfos de la Selección Nacional en el *Ángel de la Independencia*; en provincia suelen reunirse en algún monumento representativo de la localidad para celebrar toda la noche el campeonato del equipo local.

Se habla del fútbol como el deporte que encumbra los valores humanos, como “fiesta”, pero no se considera que es un juego violento y tendiente a generar violencia; si a lo anterior añadimos que la situación social, política y económica son factores de tensión para la masa y el soccer una válvula de escape, la combinación de un partido importante con condiciones sociales violentas tienden a convertirse en tragedias.

También los medios de comunicación contribuyen a crear este ambiente, “bombardean” de lenguaje de batalla, “encuentros demoledores”, los directores técnicos plantean “feroces estrategias”, información aderezada con videos, fotografías, reportajes especiales, todo para crear un clima de tensión y apasionamiento en el cual “una de las dos escuadras obtendrá la victoria”. El clima de guerra no sólo se percibe en el estadio y en los preparativos, el acceso a ellos es impresionante, policías a caballo, granaderos, vallas, escudos, perros de guardia. Sin embargo, en el fútbol mexicano, la violencia se hace presente sólo en partidos “*calientes*”, como son los clásicos *América-Guadalajara*, *América-UNAM.*, *Guadalajara-Atlas*.

Pero, “¿cómo explicarse, pues, la agresividad en el deporte? Indudablemente como una válvula de escape, no del instinto agresivo del hombre, sino de las presiones que determinada organización de la vida le llevan a tener

que reprimir una agresividad latente, raras veces auto clarificada. Esta agresividad aparece clara y abundantemente entre los “fans”, entre los “hinchas”⁶.

Al respecto Alberto Altamirano comenta: “El hombre moderno apresado en un departamento o sometido a una oficina, o transformado en una cosa, en esta materializada sociedad de masas, tiene oprimido el instinto de libertad y de agresividad y el fútbol es el lugar ideal para darle un pequeño paseo”.

Desde el punto de vista psicológico, la agresividad no es un instinto del hombre, sino un comportamiento adquirido que se ve incrementado en las sociedades modernas por el confort que conduce generalmente al aburrimiento, el aburrimiento es el ocio en sentido negativo que promueve la preparación de conductas o hábitos agresivos.

El Gobierno del Distrito Federal a través de la Secretaria de Seguridad Pública establece que la violencia en los estadios del fútbol mexicano disminuirá de aprobarse reformas al Código Penal. Actualmente no existe forma de castigar a los autores de destrozos y abusos en los estadios.

Se propone la privación de la libertad como castigo a quienes generen violencia en las instalaciones y contra deportistas que ataquen a los contrarios con el pretexto de la lucha en la cancha.

La reforma sugiere sancionar con cárcel de dos a seis años a los atletas agresivos, a los que se dopan y a los hinchas causantes de desmanes.

Sin embargo, todo lo que se refiere a escandalizar, gritar, aventarse y pelear, no está considerado como un delito sino como infracción cívica y la mayor sanción económica es de 20 salarios mínimos. Delitos se considera la portación

⁶ CAGIGAL José Me, *Deporte y agresión*, Ed. Alianza, España, 1990, P. 99

de armas, daños en propiedad ajena o heridas cometidas hacia una persona y, dependiendo de la gravedad, equivale a cárcel.

Sus propuestas son:

- ✓ Crear un Sistema de información sobre el Fútbol.
- ✓ Elaborar y distribuir un “Reglamento del espectador” o “Reglamento de Seguridad de Estadios de Fútbol”.
- ✓ Incluir un apartado en el boleto sobre Restricciones y Recomendaciones
- ✓ Prohibir la venta de bebidas alcohólicas.
- ✓ Realizar mesas de trabajo con los presidentes de los equipos.
- ✓ Reforzar y modernizar las instalaciones de seguridad de los Estadios.
- ✓ Revisar la normatividad en forma conjunta, autoridades e involucrados.

Esta iniciativa gubernamental es un muy buen principio para erradicar la violencia en el fútbol mexicano, sin embargo, en el deporte se involucran muchos aspectos extradeportivos (principalmente los económicos) que son quizá los que obstaculicen la puesta en marcha de dicho reglamento.

CONSIDERACIONES FINALES

El trabajo fotográfico, realizado como parte de esta investigación, consta de 570 fotografías de las cuales fueron seleccionadas 80, estas últimas sobresalieron por sus características, estéticas y técnicas de la fotografía, además de cubrir el objetivo inicial de transmitir imágenes de los aficionados en sus diferentes formas.

Sin duda al llevar acabo este trabajo fotográfico fue posible comunicar con imágenes; inquietudes propias, teniendo como resultado un esfuerzo positivo, el cual alcanzó su objetivo de establecer una comunicación visual.

Hay que recordar que la fotografía efectúa un registro de la realidad, aísla momentos separados y distintos de la vida, transmite emociones, sueños y cualidades de los personajes, por lo que es un forma de expresión autónoma; mediante el cual el fotógrafo da a conocer su concepción del mundo.

Es por ello que la fotografía es la forma de comunicación elegida para dar a conocer el presente estudio sobre los aficionados al fútbol y las funciones sociales que se atribuyen a este deporte.

Cada fotografía se compone de diversos elementos que le dan un significado propio. Todas y cada una aportan información y hablan por sí mismas de una parte específica del fenómeno del fútbol; cada una posee un lenguaje de posturas y gestos tanto individuales como colectivos con la intención de dar sentido y significado a la imagen.

El ensayo escrito señala en el capítulo II que, el fútbol es un juego mediante el cual los aficionados pueden distraerse y olvidarse durante 90 minutos de sus problemas, y disfrutar de una actividad en la cual se sienten bien, además de proporcionarles placer, y un sentido de pertenencia.

Que mejor manera de plasmar gráficamente estos argumentos que una fotografía que muestra un momento de la realidad en la cual se observan estos señalamientos, por ejemplo, la imagen número diez del portafolio fotográfico, retrata una familia completa fuera del estadio, todos vestidos con el uniforme de su equipo el *Cruz Azul*, orgullosos de sus colores están ansiosos de entrar al templo de las emociones y olvidarse de su mundo real.

Otra imagen representativa del portafolio fotográfico es la número sesenta y seis, muestra un par de niños comiendo una paleta, los cuales se sienten satisfechos después de tener un buen desempeño en el terreno de juego, su situación económica y las presiones de la vida diaria no les impide disfrutar de su actividad favorita.

El fútbol posee un lenguaje propio, con ademanes y gestos, emblemas, colores y logotipos especiales. Es un símbolo de identidad nacional que se sustenta en los resultados que consiga el equipo mexicano.

Muestra de ello es la imagen número tres del portafolio fotográfico, que presenta una mujer joven envuelta en la bandera nacional, con un tradicional sombrero de charro, en su rostro lleva maquillados los colores patrios, a su alrededor se aprecian otros individuos quienes igualmente tienen maquillado el rostro, y portan sombreros típicos. La fotografía permite ver el ambiente que viven los aficionados durante un partido de la Selección Nacional.

En el capítulo III se pone de manifiesto que el deporte es la actividad liberadora más importante entre la gente, por lo que es posible atribuirle al fútbol una función psicológica, al representar para el individuo una válvula de escape, un medio liberador de tensión y estrés.

Esto se comprueba en la imagen número veintiocho del portafolio fotográfico, la cual muestra a la porra del *Guadalajara* en acción, todos apoyan a

su equipo con el mismo fervor, y entrega, todos gritan y desbordan sus pasiones, hacen uso de tambores, matracas, y palos para animar al resto de sus compañeros, juntos unifican su sentido de pertenencia.

Los medios de comunicación se hacen presentes en la fotografía número cinco del portafolio fotográfico que retrata a reporteros extranjeros, en las inmediaciones del *Estadio Azteca*, durante su cobertura en un partido de la Selección Nacional. Y la imagen número seis muestra a un reportero gráfico de *Radio Red*, una de las estaciones de noticias más importantes a nivel nacional. El reportero resalta en su reporte el ambiente que se vive en el estadio, el número aproximado de aficionados del estadio, etcétera.

Los anteriores son un ejemplo del mensaje que se transmite en las fotografías del portafolio fotográfico que forman parte de esta tesis, ya que resultaría un trabajo exhaustivo describir cada una de ellas y referir la idea principal que se planteó al realizarlas.

Es importante remarcar que cada imagen representa un mensaje, pero también cada sujeto puede descifrar el mismo de acuerdo a sus experiencias y a su manera de ver las cosas, de ahí la importancia de la fotografía como forma de comunicación.

CONCLUSIONES

Indudablemente el fútbol es un fenómeno social que se ha consolidado como un deporte universal, del cual cada vez más gente está pendiente, principalmente por su sentido de actividad lúdica y distractora de los problemas sociales.

El balompié es un deporte que no tiene distinción de razas, ideología, sexo ni posición social. Gracias a esto y a la pasión de la gente, éste ha movilizó millones de personas en torno al espectáculo deportivo.

Los usos del fútbol son variados y pueden producir efectos positivos o negativos en la población. Se convierte en un organizador del tiempo libre, encauzador del ocio y canalizador de ideas, por su carácter popular involucra a la masa y una de las principales características es la pérdida de conciencia, la enajenación derivada de la inclusión en la misma.

Al jugar fútbol, asistir al estadio, verlo por televisión, o escucharlo por la radio, los aficionados se sienten libres, a través del juego alimentan su alma y espíritu. El fútbol es, para la mayoría de los aficionados la oportunidad de transportarse a un mundo donde la libertad es la característica.

Esta actividad resulta un producto al alcance de todos y de gran demanda, la industria cultural tiene en el fútbol uno de los productos ideológicos y de mercado más extensos, sumado a que la producción acelerada de jugadores y la adhesión de público lo convierte en un producto renovable.

Gracias a su poder de convocatoria, el fútbol es un excelente medio de integración social. Lo cual es importante porque permite la comunicación y se eliminan las diferencias económicas, sociales, religiosas, culturales, de edad, y raza, fomentando con esto la convivencia entre los individuos.

La influencia del fútbol en el individuo es tal, que participa en la formación de la personalidad, mediante el aprendizaje de una serie de reglas y normas de comportamiento. Así, el fútbol exige al jugador actuar bajo un parámetro de conducta, al familiarizarse con ello, el individuo transporta ese aprendizaje a su vida cotidiana. El ejemplo más claro de principios y valores es la norma máxima del deporte “*fair play*” o juego limpio.

Por ello, los aficionados aprecian y catalogan al futbolista como una persona correcta, con principios y valores morales. Psicológicamente el fútbol sirve para que por medio de la identificación con los jugadores y los demás espectadores se afirme la identidad, y se estimule el sentimiento de pertenencia.

Además, los sujetos se vuelven ajenos a su realidad durante los 90 minutos de juego, cuando se entera de los resultados y las estadísticas, mientras vive el ambiente que antecede al siguiente encuentro, estos espacios de libertad le hacen la vida soportable, sus problemas son pocos comparados con los que tiene el equipo con el peor porcentaje o el Director técnico cesado.

En el fútbol el hombre recobra parte de su esencia lúdica aún sin participar como jugador, es una válvula de escape a las tensiones de toda índole, lo que evitaría los estallidos frecuentes de brotes de violencia.

El sujeto dentro de la masa sustituye su idea personal, por la colectiva, adquiere un sentimiento de vulnerabilidad, al interior el yo se convierte en nosotros, esta nueva identidad desborda energía que ante una voz guía emprende acciones; valores como bien o mal cambian, la masa no tiene conciencia, lo bueno serán las acciones que beneficien la causa común, lo que este fuera de este parámetro es catalogado como negativo. Para la masa el extremo es el límite y éste puede ser fácilmente rebasado.

Hay teóricos que conceptualizan al fútbol como un deporte violento; sin embargo, en México no es aún la característica predominante. Si bien la violencia ha ido en aumento en la última década, provocando muerte, vejaciones y sucesos lamentables, se debe a que la necesidad de una válvula de escape masiva es cada vez más fuerte y que una vez que la furia se desborda exige ajusticiados, que así como es un canalizador de pulsiones puede ser un detonador de agresividad; aunado a esto algunos pseudos-aficionados mexicanos han copiado conductas y actitudes del extranjero como los hinchas argentinos o los hooligans europeos, quienes acuden a los estadios con una predisposición violenta e introducen objetos peligrosos, para ante cualquier situación que les disguste sobre el terreno de juego, crear una atmósfera de tensión constante que casi siempre desencadena actos violentos.

Otra condición esencial que permite la violencia en los estadios de fútbol es la inseguridad, en Argentina por ejemplo los aficionados introducen a los estadios palos, piedras, y todo tipo de envases de vidrio y otros materiales que usan como proyectiles; en contraste, en los estadios mexicanos se llevan a cabo operativos policíacos en los alrededores del inmueble y los aficionados son revisados por policías en la entrada del mismo, impidiéndoles el acceso con palos o bebidas alcohólicas.

En materia comunicativa, el estadio garantiza la comunicación multidireccionada: el sujeto se apoya en sus correligionarios y establecen entre ellos una comunicación casi instintiva, se posiciona frente a la masa contraria, a los que dirigen mensajes de rechazo, o de de total conciencia de saberse todos unidos por el mismo fenómeno.

La información recibida por cada uno de los miembros de la masa, será difundida dentro y fuera del estadio, la retroalimentación se manifestará en forma de declaraciones y preparativos para el siguiente encuentro, en el que la masa volverá a reunirse.

El fútbol mueve grandes masas y su escala se magnifica todavía más por el efecto multiplicador de los medios de comunicación electrónicos. La minoría se encuentra en los estadios y la infinita mayoría contempla y escucha el juego a través de la radio y la televisión.

BIBLIOGRAFÍA

- BAÑUELOS Rentaría, Javier. "Balón a tierra 1896-1932" en *Crónica del fútbol mexicano*, Editorial Clío, México, 1998, Tomo I, 86 pp.
- BAÑUELOS Rentaría, Javier, et al. "Los años difíciles 1970-1986" en *Crónica del fútbol mexicano*, Editorial Clío, México, 1998, Tomo IV, 86 pp.
- BROHM Jean Marie *Sociología Política Del Deporte*, Editorial Trillas, México, 1991, 0334 pp.
- CAGIGAL José Ma., *Deporte y agresión*, Editorial Alianza, Madrid, 1990, 150 pp.
- CAGIGAL José Ma., *Hombres y deporte*, Editorial Taurus, Madrid, 1957, 370 pp.
- CALDERON Cardoso Carlos, "Por amor a la camiseta 1933-1950" en *Crónica del fútbol mexicano*, Editorial Clío, México, 1998, Tomo II, 86 pp.
- CALDERON Cardoso Carlos, "Con el orgullo a media cancha 1923-1970" en *La Selección Nacional*, Editorial Clío, México, 2000, Tomo I, 86 pp.
- DE LA MOTA H. Ignacio, *Diccionario de la comunicación*, Editorial Paraninfo, Madrid, 1980
- DURAN George, *El adolescente y los deportes*, Editorial Planeta, Barcelona, 143 pp.
- FLOCHMAN Jean, *La génesis de los deportes*, Editorial Labor, Barcelona, 1969, 235 pp.

- FREUD Sigmund, *Psicología de las masas*, Editorial Alianza, México, 1996, 207 pp.
- GALEANO Eduardo, *Fútbol a sol y sombra*, México, Editorial S.XXI, México, 1998, 271 pp.
- González Jardon Ma. Elena, *El abrazo de la tribu*, FCPyS, Tesis, 1998, 204 pp.
- KRAUZE León, “Moneda en el aire 1986-1998” en *Crónica del Fútbol Mexicano*, Editorial Clío, México, 1998, Tomo V, 86 pp.
- LEVER Janet, *La locura por el fútbol*, México, Editorial F.C.E, México, 1985, 358 pp.
- MANDELL Richard, *Historia cultural del deporte*, Editorial Belleterra, Barcelona, 1956, 321 pp.
- MONSIVAIS Carlos, “¡Gool Somos el desmadre!” en *Entrada libre. Crónicas de la Sociedad que se Organiza*, Editorial Era, México, 1989, p. 202 - 236.
- MURRIETA Heriberto, *Contragolpe. Nuevo retrato del fútbol mexicano*, Editorial Gárgola, México, 1996, 98 pp.
- MUNNE Frederic, *Psicología del tiempo libre. Un enfoque crítico*. Editorial Trillas, México, 1995, 129 pp.
- PALMA Rubin de Celis, Claudia. *El mundo del fútbol*, Editorial Porrúa, México, 1997, 111 pp.
- PAOLI Antonio, *La comunicación*, Editorial Eicol, México, 1980, 194 pp.

- PARENT Juan, *Para una ética del deporte*, Editorial Colegio de Michoacán, México, 1990, 170 pp.
- PARTISAN, *Deporte, cultura y represión*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1987, 208 pp.
- RIBEIRO Da Silva Ataide, *Psicología del deporte y preparación del deportista*, Editorial Kapeluz, Buenos Aires, 1975, Col. Educación Física, 127 pp.
- ROJAS Soriano Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, Editorial Plaza y Valdés, México, 1995, 302 pp.
- SALVAT Manuel, “Deporte y sociedad” en *Biblioteca Salvat de grandes temas*, Editorial Salvat, Madrid, 1975, 143 pp.
- SOTELO Greco, “El oficio de las canchas 1950-1970” en *Crónica del fútbol mexicano*, Editorial Clío, México, 1998, Tomo III, 86 pp.
- SOTELO Greco, “Por la senda del triunfo 1970-1999” en *La Selección Nacional*, Editorial Clío, México, 2000, Tomo II, 86 pp.
- TERR, *El juego: por qué los adultos necesitan jugar*, Editorial Paidós, Barcelona, 2000, 237 pp.
- TORNERO Díaz Carlos, *La actitud del hombre frente a la vida*, Editorial Porrúa, México, 1991, 302 pp.
- VASQUEZ Henríquez Alexis, *Deporte, política y comunicación*, Editorial Trillas, México, 1991, 190 pp.
- VILLORO Juan, *Los once de la tribu*, Editorial. Aguilar, México, 1995, 287 pp.

- VINNAI Gerhard, *El fútbol como ideología*, Editorial Siglo XXI, México, 1998, 152 pp.
- WHRIGHT Charles R., *Comunicación de Masas: Una perspectiva Sociológica*, Editorial Paidós, México 1966, 155 pp.

HEMEROGRAFÍA

- Esto. México, 2002
- La afición. México, 2002
- Señor Fútbol. México, 2002
- Deporte Ilustrado. México, 2002
- Record. México, 2004

FILMOGRAFÍA

- *Atlético San Pancho*. México 2001. Dirige Gustavo Loza. Actúan Héctor Suárez, Lumi Cavazos, Luis Felipe Tovar, Plutarco Haza, Giovanni Florido, Erich Harrsh, Adrián Sol y Valeria Uribe. 120 Minutos, Español, Color.
- *El Chanfle*. México 1978. Dirige Enrique Segoviano. Actúan Roberto Gómez Bolaños, Florinda Meza, Ramón Valdéz, Carlos Villagran, Edgar Vivar, Rubén Aguirre, Ma. Antonieta de las Nieves, Angelines Fernández, Raúl Chato Padilla, Roberto Gómez. 90 Minutos, Español, Color.
- *El Chanfle II*. México 1980. Dirige Enrique Segoviano. Actúan Roberto Gómez Bolaños, Florinda Meza, Edgar Vivar, Rubén Aguirre, Ma. Antonieta

de las Nieves, Angelines Fernández, Raúl Chato Padilla, Roberto Gómez, Sergio Ramos, y Benny de Llano Ibarra. 90 Minutos, Español, Color.

- *Los hijos de Don Venancio*. México 1944. Dirige Joaquín Pardavé. Actúan Joaquín Pardavé, Marina Herrera, Victoria Argota, Luis Badillo, Rafael Banquells, Horacio Casarín, Enrique García, Ramón G. Larrea, Francisco Llopis, Félix Medel, Vicente Padula, Francisco Pando, Alicia Ravel, Humberto Rodríguez, Julio Sotelo, y Alfredo Varela. 120 Minutos, Español, Blanco y negro.

- *Los fenómenos del fútbol*. México, 1962. Dirige Manuel Muñoz. Actúan Antonio Espino “Clavillazo”, Kitty de Hoyos, Dacia González, Sara García, Erick del Castillo, Yolanda Ciani, Jaime Fernández, Cavernario Galindo y Salvador Reyes. 95 Minutos, Español, Blanco y negro.

INTERNET

- www.mundosoccer.com

- www.fifa.com

- www.chivas.com

- www.aztecadeportes.com

- www.espn.com

- www.televisadeportes.com

- www.femexfut.com

➤ www.efdeportes.com

EXPOSICIONES

- Exposición de fotografía deportiva de David Leah. Foro Rodolfo Usigli. Mayo 2000, Exposición temporal
- Pintura Futbolista Morena. Óleo de Ángel Zárraga. 1926. Col. Françoise Reynaud de Vélez, Museo de Arte Contemporáneo, Exposición temporal.

ANEXO

**PORTAFOLIO FOTOGRÁFICO
CD**









