



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES ACATLÁN

**El rol del fútbol en la identidad del mexicano y el
deporte como campo de socialización**

T E S I S

**Que para obtener el título de
Licenciado en Sociología**

P R E S E N T A

Alfredo Manuel García Rodríguez

DIRECTOR DE TESIS

Dr. Marco Antonio Jiménez García



Santa Cruz Acatlán, Naucalpan de Juárez, Estado de México, 2020.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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.

A todo aquel que aportó algo a esta investigación.

Índice

Introducción	1
Capítulo I: El fútbol, la identidad y la socialización	4
1.1. La importancia del fútbol para la investigación Sociológica	4
1.2. La identidad	19
1.3. La socialización	29
Capítulo II: El fútbol y su investigación científica en México	36
2.1. Violencia y fútbol	36
2.2. Fútbol, identidad, melodrama y el goce de la cultura neoliberal en la ciudad de México	39
2.3. Hegemonía, identidad y fútbol	43
2.4. La importancia social del fútbol mexicano contemporáneo y sus implicaciones psicológicas para la constitución de la identidad nacional	47
2.5. Política y fútbol	49
Capítulo III: Ideología, identidad y fútbol en México	52
3.1. Identidades colectivas y la interpelación del individuo concreto en sujeto concreto	52
3.2. Identidad Nacional	64
3.3. El mito de la mexicanidad, el pelado campesino y el paraíso edénico	68
3.4. La identidad mexicana y el fútbol	73
3.5. La socialización hacia el habitus deportivo	83
Conclusiones	89
Bibliografía	96

Introducción

El fútbol es el deporte más importante del mundo, esto por las implicaciones económicas, políticas, sociales e identitarias que éste conlleva, así como su capacidad de congregar grupos de personas las cuales se sienten unidas bajo un mismo proyecto, el cual puede ser un club deportivo, una camiseta, un escudo, un jugador o un símbolo.

México no es una excepción a lo anterior, incluso en esta investigación creemos que nuestro país representa un campo de estudio ideal para el fútbol como creador de identidades dada la fuerte identificación que sienten los ciudadanos con sus clubes y con el deporte que ha sido adoptado como nacional.

Uno de los principales objetivos de este trabajo es el demostrar la importancia de los estudios sociológicos acerca de temas relacionados con el ocio. El ocio en nuestro campo científico muchas veces es visto como una “pérdida de tiempo” dado que es considerado un estudio de temas no serios los cuales no afectan en gran medida la vida de los individuos en sociedad.

Lo anterior resulta evidente cuando observamos el gran porcentaje de tesis producidas dedicadas a temas como la pobreza, el crimen, el problema económico relevante al momento o recientemente los estudios de género.

Investigaciones dedicadas al ocio como por ejemplo el estudio del cine, el deporte, el juego en general, los videojuegos o cualquier actividad la cual se considere recreativa resultan relegados a segundo plano por el investigador. A lo largo de este trabajo se verá que el mundo del ocio y el mundo del trabajo no pueden ser vistos como esferas independientes una de la otra, sino que existen como entes co-dependientes uno del otro, dado que el mundo social de los individuos existe como una dualidad de ambos y por ello cualquier alteración en uno de ellos afectará irremediablemente al otro.

Se hace la aclaración con el fin de no crear malentendidos de que con lo dicho anteriormente no se menosprecia ni a los trabajos ni a los investigadores que

centran sus esfuerzos en el estudio de temas “serios”, lo que se busca hacer es evaluar un poco más a la luz a todos esos trabajos los cuales han sido relegados por no ser considerados relevantes ante una comunidad científica la cual ha pecado de tener una visión estrecha al entender la importancia que tiene el ocio cuando estudiamos a los individuos en sociedad.

Cuando estudiamos alguna de estas dos esferas, ya sea la del ocio o la del trabajo, debemos de tomar en cuenta a su parte complementaria, esto se verá claro a lo largo de esta investigación la cual explora las yuxtaposiciones del deporte con la política, el mercado de consumo, los sentimientos nacionales, e instituciones sociales centrales de la sociedad como lo es la familia.

El fútbol es estudiado en este trabajo como un creador de identidades y su importancia radica en que la impregnación que tiene en la vida cotidiana de los individuos afectará cómo éste se desenvuelve en sus relaciones con sus semejantes en su día a día.

Estudiaremos al fútbol como en creador de identidades tanto individuales como colectivas, lo cual desembocará en que los sujetos en sociedad adquieran y al mismo tiempo desarrollen sentimientos nacionales y adscripciones a ciertos territorios los cuales han sido apropiados y resignificados por su identidad.

La socialización también será un punto central a estudiar en este trabajo, dado que los individuos convertidos en sujetos tras la internalización de una ideología surgen con la familia como primera socializadora e introductora a la sociedad la cual les brinda de las herramientas necesarias para ser sujetos funcionales.

El fútbol es entonces un medio para que los individuos aprendan los modos, los rituales, las formas de comportarse con otros y todo esto enseñado por la familia.

Uno de los temas más importantes que serán estudiados en este trabajo es el de las identidades nacionales. A lo largo de la historia de nuestro país la identidad nacional y las identidades deportivas se han visto ligadas y se han retroalimentado

una a la otra, por lo que veremos factores constitutivos en común y similitudes que se explican por la génesis posrevolucionaria de la cual surgen ambas.

La identidad del mexicano y lo que la constituye es un tema de discusión bastante complicado, su simple existencia ya es tema de debate, por lo que en este trabajo se analizará qué se ha escrito y se ha investigado acerca del mexicano como sujeto y si de verdad existen características inherentes a la pertenencia identitaria al territorio mexicano.

En general se puede decir que este trabajo buscará responder, explicar y profundizar las siguientes preguntas:

- ¿Qué es el fútbol?
- ¿Qué es la identidad?
- ¿Qué es la socialización?
- ¿Qué es la identidad nacional?
- ¿Qué es la mexicanidad?

A partir de las variables anteriores se abordará la problemática del fútbol y su relación con cada una de ellas.

El objetivo principal de esta investigación es que al final de ella se pueda haber demostrado que el deporte y el fútbol juegan un papel importante en la vida de todos nosotros y su estudio no debe estar limitado a percepciones superfluas de él como un simple entretenimiento sin repercusiones importantes o un mero distractor como muchos investigadores e intelectuales lo han considerado por años.

Capítulo I: El fútbol, la identidad y la socialización

1.1. La importancia del fútbol para la investigación Sociológica

El deporte en general y el fútbol específicamente juegan un papel fundamental en la vida social del mexicano, desde su expresión física hasta su expresión más mercantil como producto de entretenimiento y objeto de consumo. Esta naturaleza multifacética que adquiere el deporte en una sociedad global y de consumo hace imperante el estudio del deporte desde un punto de vista sociológico el cual separe e identifique las diferentes variables, modos de acción, juegos identitarios, círculos de socialización, reglamentaciones, aparatos de consumo e instituciones sociales que juegan un rol para que la estructura mercadológica, social y cultural que conforman el fútbol en México continúen en funcionamiento.

El fútbol es definido por Henrik Ronsbo como:

Una actividad basada en reglas en donde el enfrentamiento entre dos lados opuestos por ganar la pelota genera un campo social en el cual las identidades sociales e individuales son encarnadas. A través de prácticas como el movimiento, gestos, contacto y comunicación oral, se crean relaciones entre los participantes (jugadores) tanto como en los espectadores. En este campo los participantes interpretan *performances* corporales como una declaración dentro de amplias narrativas sobre identidades sociales como la masculinidad, etnicidad, religión y clase. Los cuerpos son objetos de interpretación y sitios de enunciación. De esta manera, un juego de fútbol se convierte en un espacio en el que las identidades personales y sociales son creadas, organizadas y ajustadas.¹

Con lo anterior Ronsbo señala el papel del fútbol como un espacio social en el cual existe una comunicación constante entre sus participantes directos como lo son los jugadores, y los espectadores. El fútbol se convierte en un facilitador para la expresión de narrativas sociales las cuales pueden variar dependiendo la sociedad que estemos estudiando; el cuerpo de los participantes y los espectadores serán el vehículo a través del cual se expresarán dichas narrativas.

¹ Ronsbo, H., The Embodiment of Male Identities: Alliances and Cleavages in Salvadorean Football. En N. Dyck., & E. P. Archetti., Sport, Dance and Embodied Identities, 2003, p.161.

Es entonces que el fútbol hace la función de espacio social para la expresión de identidades individuales y sociales que pueden ser creadas dentro de él o también pueden llegar a ser creadas fuera de él, sin embargo, al momento de que el *performance* de dichas identidades es realizado dentro del espacio social del fútbol, éstas son organizadas y adaptadas a dicho espacio con sus reglas de comportamiento específicas.

Además de expresiones identitarias el fútbol y el deporte en general “constituyen un ámbito de relaciones de modos de acción, de regulaciones, de disciplinas, de modos de comprensión, de normas, de dependencias que hacen posible un conjunto de expresiones afectivas, de placer que dan lugar a la satisfacción de necesidades del vínculo colectivo y contribuyen a la asimilación de las tensiones cotidianas que apuntaban y a veces desencadenan transformaciones del proceso social y alinean su evolución.”²

Lo anterior significa que el espacio social del fútbol que como ya dijimos, facilita la interacción y la expresión de las identidades sociales e individuales específicas de cada sociedad, tendrá que conformarse con base en una serie de normas y reglas específicas de este espacio, creando normas y regulaciones aplicadas a los modos de acción que se permitirán dentro de él; la interacción de diferentes identidades que pueden llegar a ser opuestas y podrían llegar a crear un conflicto hasta violento en otro espacio social, en el del fútbol, tienen el potencial de crear vínculos afectivos, puesto que se están expresando en un marco regulado y limitado, en donde la violencia se encuentra controlada y los intercambios entre sus participantes deben de cumplir ciertas normas para que la interacción sea satisfactoria para todos los participantes.

Este espacio constituido por normas funciona como regulador de tensiones creadas por el enfrentamiento de identidades; Elias explica lo anterior de la siguiente manera:

² Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.11.

Las actividades recreativas proporcionan – dentro de ciertos límites- oportunidades para que la gente viva las experiencias emocionales que están excluidas de sus vidas debido al alto grado de rutinización. Las actividades recreativas son una clase de actividades en las cuales, más que en ninguna otra, la contención rutinaria de emociones puede hasta cierto punto relajarse públicamente y con el beneplácito social.³

Con esto Elias hace referencia a las diferencias en las normas y reglas en diferentes espacios sociales, específicamente entre el espacio social del trabajo y el del ocio. En el primero existe una represión de las emociones, la cual es necesaria para que los participantes puedan cumplir con su función dentro de él, mientras que en la segunda las normas que lo constituyen están diseñadas para que exista un desfogue de estas emociones. Este desfogue de emociones debe llevarse a cabo bajo ciertos límites, como lo menciona Elias, y ayudará a la relajación de las tensiones creadas en el espacio del trabajo.

Al llevarse a cabo esta relajación de la rutinización del espacio del trabajo en un espacio social reglamentado y limitado, la expresión de estas emociones será bien vista y tolerada por la sociedad, por lo que no existirá una represión social siempre y cuando se sigan las normas específicas de la actividad recreativa que se está realizando.

Siguiendo con la primera definición para este trabajo, la cual busca definir “¿Qué es un deporte?” y por ende “¿Qué es el fútbol?” y teniendo en cuenta lo mencionado anterior, podemos hablar de que el deporte es un regulador de tensiones de grupo, y el cual no sólo va a contener tensiones existentes en la sociedad, sino que tiene el potencial de crear nuevas. El deporte será definido entonces como un campo social capaz de albergar diferentes facciones de la sociedad con diferentes idiosincrasias, identidades, etnias, religiones y clases sociales, en el cual se podrán enfrentar bajo un conjunto de regulaciones propias de cada deporte y que permitirán el desfogue de las tensiones existentes entre

³ Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.147.

facciones contrarias sin llegar a una violencia no regulada, siempre y cuando se acaten las normas acordadas en una primera instancia.

Por último, en la búsqueda de una definición del deporte/fútbol habrá que señalar por qué es aceptado por la sociedad como un espacio de confrontaciones y elegido por aquellos que buscan liberar las tensiones creadas en el espacio social del trabajo.

Tomemos en cuenta también que “en el deporte la competición es visible, pública y abierta al análisis y reseña. Cualquier individuo interesado puede observar la competición. Cualquiera que haya jugado el juego – y muchos que no lo han jugado- se sienten perfectamente cómodos haciendo un escrutinio del desempeño de los equipos.”⁴ El punto importante de lo anterior no es la comodidad para el escrutinio de los jugadores por parte de los aficionados, sino que en el deporte dicho escrutinio se basará en una competencia abierta y a la vista de todos.

El deporte constituye una de las instituciones sociales en la que los principios de la justa competencia y la victoria del oponente más hábil encuentran su expresión más clara dentro de la sociedad, lo anterior debido a que el desempeño de sus participantes se encuentra a la vista de todos. Lo que hace especial a esta institución social y la diferencia de otros tipos de actividades recreativas como vehículo para el desfogue de emociones, es su enfoque en los principios meritocráticos para obtener la victoria (2001).

Es por lo anterior que el deporte representa una oportunidad tan atractiva para sus participantes para la confrontación reglamentada y la relajación de sus tensiones, al basarse en un principio meramente meritocrático, la victoria dentro del deporte no se verá influenciada por factores sociales como la religión, la raza (en un sentido discriminatorio), etnia, clase social o ideología. Dicho esto, también se debe señalar que el mundo del fútbol, si bien, se basa en principios meritocráticos, no existe en una burbuja la cual lo separe de otras instituciones sociales y otros

⁴ Washington, R., & Karen, D., Introduction: Sport as a Model of Meritocracy. *Annual Review of Sociology*, 2001, p.14.

factores de la sociedad los cuales pueden llegar a desviarlo de sus principios meritocráticos, lo cual puede afectar al desempeño de sus participantes.

Teniendo definido ya, qué es el deporte y por qué funciona tan bien como un aparato regulador de tensiones y sentimientos en la sociedad, no es difícil entender el porqué de su importancia para el estudio Sociológico.

Elias señala con respecto al deporte que “la incidencia y el grado de impregnación en la vida cotidiana supera al de cualquier otro espectáculo o propuesta de entretenimiento; llega incluso a saturar en algunos sectores sociales la disponibilidad del sujeto para el disfrute del tiempo libre”⁵.

Esta impregnación en la vida diaria de los individuos en sociedad por parte del deporte es justamente lo que ha llevado y ha permitido la creación de diversas identidades sociales e individuales, al ser el deporte una parte central de la vida de muchas personas, esto lleva a crear un sentido de pertenencia y de auto reconocimiento ligados a un club deportivo o a un deporte.

El deporte (espacio social del ocio) y la sociedad (espacio social del trabajo) no se deben ver como entes opuestos, sino que para un estudio sociológico se debe entender las relaciones que existen entre ambos mundos y las fuerzas que cada uno ejerce sobre el otro. Para lo anterior podemos rastrear la “deportivización”⁶ de los pasatiempos en el siglo XVIII en Inglaterra, en donde notaremos que este proceso se llevó a cabo en paralelo a la búsqueda de la represión de la violencia en los encuentros de facciones contrarias en el parlamento, dando como resultado que al reglamentar y normativizar el espacio social del trabajo con reformas parlamentarias, se buscara también una reglamentación en el espacio social del

⁵ Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.10.

⁶ El término “deportivización” de los pasatiempos refiere a la transformación de dichas actividades recreativas de ser prácticas desreglamentadas a tener normas establecidas y límites a la violencia practicada dentro de ellas; así como también a la exportación de ellos a casi todo el mundo, como un paso más del proceso civilizador en Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.62.

ocio, provocando que los pasatiempos ingleses implementaran normas y límites a la violencia practicada dentro de ellos.

Con lo anterior, podemos notar que el factor central para que el deporte como espacio de relajación de las tensiones de la sociedad funcione, debe de existir una auto represión de los instintos violentos por parte de sus participantes. Para obtener lo anterior, el deporte no sólo debe de lograr que los participantes repriman sus instintos violentos, sino que los desprecien y los vean como algo atípico y algo fuera de lugar en el mundo del deporte.

Los seres humanos pueden a llegar a modelos de moderación institucional u organizativa que, si funcionan bien, enseguida se vuelven tan obvios para sus participantes que éstos los consideran “naturales”, “normales” o simplemente “racionales”⁷

Es entonces que como señala Elias (1995) la “parlamentación” de la vida política en Inglaterra por parte de las clases hacendadas llevaría consigo a la “deportivización” de sus pasatiempos. Con lo anterior, podemos notar que sin ninguna duda, estos dos espacios, el del trabajo y el del ocio, los cuales muchas veces se consideran contrarios, o que se suele considerar al segundo como burdo y banal, en realidad coexisten y viven en constante comunicación y retroalimentación, siendo que los cambios que existen en uno de ellos en mayor o menor medida repercutirán en el otro, por lo que el estudio sociológico de uno de ellos no puede dejar de lado al otro.

Teniendo en cuenta lo antes mencionado, podemos notar que la jerarquización de actividades que ocurre en la vida diaria en donde las actividades recreativas ocupan un papel secundario con respecto a las actividades del trabajo o productivas, se ha extrapolado a los estudios sociológicos, por lo que es imperante reconocer que el estudio del ocio es igualmente importante por sus connotaciones tanto simbólicas como de carácter cultural, así como su impacto en la sociedad en que se desarrolla.

⁷ Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.74.

Desde el punto de vista de la etnografía regional, la mayoría de los deportes nunca fueron vistos como pertenecientes del reino de la “Cultura regional” y por lo tanto no eran vistos como merecedores de una descripción etnográfica. El hecho de que los deportes siguen las mismas reglas globalmente ha cegado a los antropólogos hacia las maneras en la que dichas reglas han sido exploradas e inscritas de forma diferente en varios contextos regionales.⁸

Ronsbo explica de esta forma el que se le haya ignorado dentro del campo antropológico a los estudios relacionados con el deporte, señalando que si bien los deportes siguen reglas universales, que como mencionábamos anteriormente, es lo que ayuda a que funcionen como reguladores de la tensión dentro de un espacio social que invita a liberar las emociones reprimidas en el espacio del trabajo, cada sociedad imprimirá dentro del deporte un conjunto de valores diferente y perteneciente a dicha sociedad, además de diferentes modos de acción y formas de vivir la expresión de sus sentimientos a través del deporte.

Estas expresiones de modos particulares ligados a sociedades específicas son bastas e innumerables, a continuación, mencionaré algunas para mostrar cómo el fútbol es interpretado de maneras diferentes a pesar de su universalidad.

Estudiando el fútbol y el deporte como drama, apunto a analizarlos como modos de acción especiales a través de los cuales la sociedad se permita a sí misma ser percibida o “leída” por sus miembros. Por lo tanto, sigo de cerca la bien conocida y profunda observación de Clifford Geertz de que los rituales son modos particulares a través de los cuales ciertas personas cuentan su propia historia a ellos mismos.⁹

Roberto Damatta hace un estudio del fútbol brasileño y cómo éste ha funcionado como un lienzo para la sociedad brasileña para relatar su propia historia y su forma de ser. Damatta aborda su estudio del deporte analizándolo como un drama y un conjunto de actividades ritual por medio de las cuales la sociedad vive

⁸ Ronsbo, H., The Embodiment of Male Identities: Alliances and Cleavages in Salvadorean Football. En N. Dyck., & E. P. Archetti., Sport, Dance and Embodied Identities, 2003, p.158.

⁹ Damatta, R., Sport in Society An Essay on Brazilian Football. Obtenido de VIBRANT - Vibrant Virtual Brazilian Anthropology: <https://www.redalyc.org/pdf/4069/406941908006.pdf>, 9 de abril de 2020, p.99

y se comunica a sí misma las narrativas predominantes dentro de ella, viviéndolas y reafirmandolas cada vez que las practica.

El fútbol en Brasil, según Damatta, ayuda a que problemas y narrativas permanentes dentro de la sociedad salgan a la luz a través de una proyección dramática en el fútbol. Por lo anterior se entiende su importancia para la sociología y el estudio de dichos dilemas sociales, como los estudiados por él.

Esta perspectiva del deporte como ritual no es exclusiva de Damatta, Hans Hognestad en su estudio sobre el apoyo a distancia y las identidades liminales entre los aficionados noruegos menciona:

En discursos académicos acerca del apoyo en el deporte, es común ver los eventos y los hechos que suceden alrededor de los juegos como un ritual. Para un aficionado, los juegos son jugados con cierta frecuencia; la gente puede verse en un bar para ver los juegos por TV o compartir un trago antes de ir a ver el partido en un lugar cercano. Los aspectos rituales son mayormente manifestados a través del apoyo activo al equipo durante los juegos. Este apoyo es expresado de diferentes maneras a través de construcciones simbólicas, a veces, a través de confrontaciones violentas con aficionados rivales dentro de un tiempo y espacio limitados. Por esto es que hablamos del fútbol como un potencial ritual, este ritual puede incluir viajar a juegos, socializar y beber con otros fans antes y después del juego¹⁰

El fútbol como ritual puede llegar a mostrar conductas existentes en la vida diaria de las sociedades, haciéndolas más evidentes al existir dentro de un marco de espacio y tiempo como lo son juegos semanales de los equipos de fútbol. Una de las conductas ritualizadas en el fútbol más comunes es la de la masculinidad.

Ronsbo muestra lo anterior describiendo las reuniones previas a los partidos de fútbol por parte de un grupo de hombres en el salvador, en las cuales se juntan para beber, fumar y gritarle a mujeres que pasan por villa en donde se reúnen.

Ronsbo describe como los salvadoreños se ven a sí mismos en el mundo del fútbol, y señalan que “como el indio es ‘recio’ esto moldea su particular estilo de

¹⁰ Hognestad, H., Long-Distance Football Support and Liminal Identities Among Norwegian Fans. En N. Dyck., & E. P. Archetti., Sport, Dance and Embodied Identities, 2003, p.98.

jugador. Lo mismo valida su percepción propia entre los ex soldados de la villa, de que ellos tienen cualidades superiores como soldados, y que desde inicios del siglo veinte se tiene la noción de que los hombres indígenas tienen cualidades superiores como trabajadores del día a día. De esta manera el fútbol encarna un discurso de clase racializada y crea un espacio en el cual una masculinidad indígena específica encuentra su performance.”¹¹

Así el autor señala cómo el fútbol ha sido un espacio ideal para el despliegue de la masculinidad de esta comunidad indígena salvadoreña, proveyendo un campo de socialización para que entre ellos retroalimente y reafirmen este tipo de actitudes y modos de acción.

Un ejemplo parecido al descrito anteriormente es el de los aficionados mexicanos. Roger Magazine hace un estudio antropológico de la porra del Club Universidad Nacional (Pumas) en donde encuentra similitudes con lo descrito por Damatta y Ronsbo.

Magazine (2008) describe el objetivo de la porra de los Pumas como una internalización y una apropiación de los valores asociados a la juventud en México, siendo la porra un espacio en el que los jóvenes buscan crear una alternativa a actitudes clientelísticas y corruptas de su sociedad. Sin embargo, como lo señala Magazine, la porra reproduce actitudes existentes en la sociedad mexicana como el machismo y la exclusión de las mujeres.

Es así como lo mencionó Damatta, el fútbol dilucida actitudes de la vida diaria de la sociedad que se está estudiando, y las hace aún más evidentes al estar delimitadas en tiempo y espacio.

Magazine describe eventos en los cuales los integrantes de la porra agreden a mujeres en la calle previo a un partido gritándoles insinuaciones sexuales. El autor señala que dichas agresiones no buscan un fin sexual, sino que existen como un

¹¹ Ronsbo, H., *The Embodiment of Male Identities: Alliances and Cleavages in Salvadorean Football*. En N. Dyck., & E. P. Archetti., *Sport, Dance and Embodied Identities*, 2003, p.164.

performance correspondiente a lo que se espera de ellos; de este modo la porra reafirma su masculinidad viviéndola y mostrándola en lugares públicos.

Otro modo en que la porra desenvuelve su masculinidad es a través de insultos hacia el otro equipo e incluso el apoyo a sus propios jugadores, al nombrarlos “una verga” se crea una masculinización del jugador, siendo una amenaza sexual para el “afeminado rival”

En cuanto a las ofensas hacia los jugadores contrarios, Magazine describe:

Mencionar a la madre es mencionar lo indescrutable, ya que la virtud de la madre es mencionar lo indescrutable, ya que la virtud de la madre simboliza el orden patriarcal que constituye la estabilidad a nivel familiar y social [...] El insulto cuestiona el orden patriarcal de una familia en particular y no al patriarcado mismo.¹²

Este despliegue de masculinidades y otras actitudes entre lados contrarios en la sociedad y el espacio social que es el facilitador de todo esto, nos muestran uno de los puntos centrales y fundamentales del deporte y su estudio: el conflicto.

Como ya lo dijimos y basado en la teoría de Norbert Elias, el deporte funciona para regular emociones reprimidas por sus participantes, en el deporte la violencia y el conflicto adquieren un carácter mimético, es decir, una realización ficticia de la confrontación y la lucha.

Dicho conflicto expresado a través de un *performance* mimetizado de las confrontaciones de facciones opuestas en la sociedad corre el riesgo de perder el control de las emociones expresadas en el espacio social del deporte y con ello extrapolarse a violencia no regulada entre sus participantes.

Elias señala que la violencia ritualizada existente entre grupos de hinchas contrarios expresada a través de provocaciones y ofensas no llega a ser grave, salvo que la intervención de un grupo externo, como la policía, distorsione e impida a los participantes llevar a cabo su ritual de forma “normal”.

¹² Magazine, R., *Azul y oro como mi corazón: Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*, Ed. Afinita Editorial México, México, 2008, p.143.

Elias habla de esta violencia entre los hinchas en el fútbol formulando la hipótesis de que “la conducta violenta de los hinchas futboleros está relacionada de manera central con normas de masculinidad que A) resaltan hasta el extremo de la rudeza y la habilidad para pelear; b) son, en ese aspecto, distintas en grado – pero no en clase – de las normas de masculinidad en la actualidad dominantes en la sociedad en general; y c) tienden , como consecuencia, a recibir la constante condena de los grupos socialmente dominantes.”¹³

En este sentido se señala que las actitudes dominantes de la sociedad permean en las actividades de recreación de ésta, produciendo y reproduciéndolas en mayor o menor medida, así demostrando lo señalado por Damatta, cuando dice que el deporte funge como un espacio de dramatización de problemáticas y modos de acción que existen permanentemente dentro de la sociedad, y es el fútbol en este caso únicamente un exhibidor que hace aún más evidentes estas actitudes.

Elias hace un perfil de estos grupos violentos y los describe de la siguiente manera:

La investigación Sociológica propone que las comunidades “rudas” pertenecientes a la clase trabajadora se caracterizan por todos o casi todos los siguientes atributos sociales: a) Pobreza más o menos extrema; b) empleo de sus miembros en trabajos no cualificados y/o ocasionales, junto con una elevada propensión al desempleo; c) niveles bajos de educación formal; d) bajo índice de movilidad geográfica, salvo algunos varones que viajan por razones de trabajo; por ejemplo en el ejército, o en trabajos no cualificados dentro del sector de la construcción; e) familias centradas en la madre y extensas redes de parentesco; f) alto grado de segregación en los papeles conyugales y separación de los sexos en general; g) dominio del varón aunado a la tendencia de los hombres a ser físicamente violentos con las mujeres; h) escasa supervisión de los adultos sobre los niños y recurso frecuente a la violencia en el proceso de socialización; i) capacidad relativamente baja de los miembros de estas comunidades para controlar las emociones y aplazar la gratificación; j) umbral comparativamente bajo de rechazo a la violencia física; k) formación de bandas callejeras encabezados por los mejores luchadores y frecuencia en los enfrentamientos dentro y entre ellos; l) intenso sentimiento de pertenencia a “nosotros” como grupo definido dentro de unos límites reducidos, y correspondientes sentimientos fuertes de

¹³ Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.317.

hostilidad al grupo de “ellos”, también definidos dentro de unos estrechos límites.¹⁴

Basándonos en esta tipificación de Elias sobre los grupos “rudos” dentro del fútbol, podemos notar que los grupos que más tienden a verse involucrados en situaciones violentas en el deporte son aquellos que suelen ser menos favorecidos dentro de la sociedad o más específicamente, dentro del espacio social del trabajo. Dado lo anterior, debemos proceder preguntándonos por qué se da esta situación.

Elias explica que la masculinidad agresiva dentro del fútbol genera prestigio entre los participantes pertenecientes a comunidades “rudas”. Al ser el fútbol un performance y una dramatización del conflicto, permite que exista una lucha fingida en la que los varones podrán poner su virilidad en juego, reforzándola o perdiéndola.

Por el momento pondremos el tema del prestigio basado en la masculinidad en los aficionados del fútbol en pausa y lo retomaremos después de dar unas definiciones a conceptos del sociólogo francés Pierre Bourdieu.

El primer concepto es uno que hemos ocupado a lo largo de este primer apartado, pero que ahora agregaremos las connotaciones pertinentes para adecuarlo a los términos de Pierre Bourdieu. El espacio social bajo la teoría de Pierre Bourdieu es

“Construido de tal modo que los agentes o los grupos son distribuidos en él en función de su pasión en las distribuciones estadísticas según los dos principios de diferenciación que, en las sociedades más avanzadas [...] son sin ninguna duda los más eficientes; el capital económico y el capital cultural. De ahí se sigue que los agentes se encuentran allí empleados de tal manera que tienen tanto más en común en estas dos dimensiones cuanto más próximos estén, y tanto menos cuanto más separados.”¹⁵

Con lo anterior podemos explicar la tipificación de Elias en donde los grupos “rudos” suelen compartir características sobre todo en los aspectos económicos y

¹⁴ Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.319

¹⁵ Bourdieu, P., Capital Cultural, Escuela y Espacio Social, Ed. Siglo XXI, México, 2011. p.29.

culturales, siendo comunidades fuertemente conducidas por su masculinidad, incluso cayendo en la violencia hacia el sexo femenino, y siendo grupos que en lo económico suelen pertenecer a las clases bajas y tener altos índices de pobreza. El compartir dichas características hace que constituyan un espacio social en donde ciertas actitudes y modos de acción sean creados y reforzados por ellos mismos, creando sus propias reglas y límites establecidos, siempre basándose en el conjunto de valores impreso por los integrantes que lo conforman, valores que llegan a ser homogéneos dado las similitudes entre sus integrantes como ya hemos mencionado.

Para hablar de estas actitudes y modos de acción que existen entre estos grupos hablaremos del término *habitus* el cual Bourdieu (2011) define como el producto de condicionamientos sociales asociados una determinada condición.

Los habitus son también estructuras estructurantes, esquemas clasificatorios, principios de clasificación, principios de visión y división, de gustos diferentes. Producen diferencias, operan distinciones entre lo que es bueno y lo que es malo, entre lo que está bien y lo que está mal, entre lo que es distinguido y lo que es vulgar, etc.¹⁶

Por lo tanto, sabemos que el habitus es aquella estructura social de comportamiento que ha sido internalizada por un conjunto de sujetos y que les servirá para crear una serie de distinciones clasificatorias para entender e interpretar su mundo social. El habitus marcará la pauta de distinción entre lo que es correcto y lo que no lo es, siendo posible que el habitus de un grupo particular sea contrario a las normas morales dominantes de una sociedad. En este caso, el habitus de los grupos “rudos” en el fútbol podrá marcar como algo “distinguido” aquellas acciones violentas que las normas morales de la sociedad condenan y al mismo tiempo considerar vulgar o inaceptable, actitudes femeninas o delicadas.

Es así como el habitus tendrá la capacidad tanto de producir un conjunto de prácticas específicas de un grupo de individuos como la capacidad de diferenciarlas,

¹⁶ Bourdieu, P., *Capital Cultural, Escuela y Espacio Social*, Ed. Siglo XXI, México, 2011. p.32.

apreciarlas y clasificarlas. Estas prácticas y la forma de percibir las crearán un mundo social para sus participantes y lo que será su estilo de vida.

Otro punto importante para destacar es que el habitus “es lo que hace que el conjunto de prácticas de un agente sea a la vez sistemáticas, porque son producto de la aplicación de idénticos esquemas (o mutuamente convertibles), y sistemáticamente distintas de las prácticas constitutivas de otro estilo de vida.”¹⁷

Lo anterior es importante porque notaremos que el habitus se basa en la distinción y el gusto, no sólo va a definir, como lo indica Bourdieu, nuestros esquemas de conducta y lo que los constituye, sino que también hará mucho énfasis en lo que no nos constituye. Esto lo veremos de nuevo en el siguiente apartado cuando hablemos de identidad y qué la conforma.

Por último, siguiendo con las definiciones de teoría de Bourdieu definiremos dos últimos conceptos: Campo y Capital. Estos son conceptos pilares de la teoría del autor francés y nos ayudarán a conseguir un mayor nivel de comprensión de todo lo descrito anteriormente en este apartado.

El Campo y el Capital son estrechamente unidos y se necesitan uno del otro para existir. El capital es una relación social que no puede existir sin un campo en el que se pueda producir y reproducir, pues éste le dará su valor que dependerá de las reglas específicas del campo.

El Campo será un espacio de competencia en donde diferentes agentes buscarán adquirir los capitales dominantes de este campo, utilizando a su favor las reglas que el habitus de dicho campo establecen para su funcionamiento. El capital tendrá una función de moneda de cambio dentro del campo.

Dado que cada campo será regido por diferentes habitus y por lo tanto normas de convivencia y de acción, los capitales requeridos serán diferentes, que pueden ser capital económico, cultural, simbólico o social.

¹⁷ Bourdieu, P., *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*, Ed. Tauro, México, 2008, p.170.

Dentro del espacio social del fútbol existirán diferentes campos los cuales se regirán y serán predominados por diferentes capitales en cada uno de ellos.

Teniendo ya definidos los conceptos de la teoría de campos de Bourdieu, retomaremos la pregunta de ¿Por qué la masculinidad juega un papel tan importante entre los grupos “rudos” que tipificó Elias y por qué otorgan prestigio?

Estos grupos como vimos son pertenecientes a comunidades sin éxito en otros campos dentro de la sociedad, como el económico, el académico, el laboral, etc. Estos grupos llegan al espacio social del fútbol y encuentran un campo constituido e integrado por sujetos que comparten sus mismas características socioeconómicas, con esto se presenta la oportunidad de crear un campo constituido con sus propias reglas, propio habitus y propio capital dominante. En este caso la masculinidad será el vehículo para ganar capital simbólico dentro del campo y la jerarquía estará basada en aquello que el habitus que estos individuos crearon, definiendo lo que es vulgar y lo que es correcto.

La masculinidad y las conductas violentas otorgarán estatus y prestigio a sus integrantes, actitudes que en la mayoría de las sociedades civilizadas serían estigmatizadas y reprimidas, dentro de este campo serán alentadas y premiadas con el reconocimiento entre los iguales.

Por lo tanto, podemos concluir que los grupos “rudos” del fútbol crean un campo dentro del espacio social del fútbol en donde pueden adquirir el prestigio que no han conseguido en otros ámbitos y otros campos de la vida social.

Como dijimos este es sólo un campo de los muchos que existen dentro del fútbol, y el capital dominante y el habitus son diferentes de uno a otro. Ejemplo de esto es lo descrito por Werner Krauss, quien después de estar un tiempo en Portugal narra: “Era capaz de desenvolver un mínimo de entendimiento acerca del fútbol portugués. Este nuevo conocimiento me benefició en todos los aspectos”.¹⁸

¹⁸ Krauss, W., *Football, Nation and Identity: German Miracles in the Postwar Era*. En N. Dyck,, & E. P. Archetti,, *Sport, Dance and Embodied Identities*, 2003, p.197.

Lo descrito por Krauss demuestra que el conocimiento de un fútbol específico (fútbol portugués) en el campo adecuado se convierte en capital cultural que ayuda a la competencia y el desenvolvimiento de los agentes en ciertos espacios.

El fútbol, como hemos descrito a lo largo de este primer apartado constituye uno de los campos sociales más relevantes dentro de la vida de muchas personas, puesto que tiene una impregnación en la vida diaria de las personas sin comparación a otro tipo de actividades recreativas. El estudio sociológico de este deporte es imperativo y se le debe dar la relevancia que es debida pues como veremos, llevará a la creación de identidades individuales y sociales, así como a la creación de campos de socialización.

1.2. La identidad

El segundo eje central de esta investigación se centra en el estudio de la identidad y su relación con el fútbol y sus aficionados. Conceptos complejos como el de identidad varían dependiendo el autor que estemos estudiando, por lo que en esta investigación primero mencionaré algunas definiciones que considero pertinentes para el estudio del deporte y al final de este apartado daré la definición de identidad que utilizaré a lo largo de este trabajo.

Anthony Giddens define a la identidad como:

La capacidad humana – basada en el lenguaje de saber “quién es quién” (y por tanto qué es qué) esto implica el conocimiento de quiénes somos y así sucesivamente”. De ahí se infiere que todos los seres humanos deban ser “identidades sociales”, porque se conforman en los continuos procesos de interacción de la vida social. Las identidades se construyen, no vienen dadas. Podemos apreciar tres componentes fundamentales de las identidades: son en parte individuales o personales, en parte colectivas o sociales y siempre son “personificadas”.¹⁹

¹⁹ Giddens, A., Sociología, Ed. Alianza, Madrid, 2014, p.358.

Para Giddens, la definición de una identidad constituye la creación y diferenciación del sujeto, la cual ayudará a que se reconozca a sí mismo y al mismo tiempo reconozca su mundo social, identificando el espacio que lo rodea.

El análisis de Giddens continúa y menciona que las identidades tienen diferentes capas, así como diferentes fuentes de procedencia. Empieza por hacer una primera distinción entre las que él llama identidades primarias e identidades secundarias, conectadas cada una a los procesos de socialización primaria y secundaria respectivamente.

Giddens define a las identidades primarias como “las que se forman durante los primeros años de vida, e incluyen el género, la raza o la etnia y a veces también la discapacidad.”²⁰ Las identidades primarias fungirán como base para toda percepción del individuo sobre sí mismo.

Las identidades secundarias se construyen sobre las primarias e “Incluyen las asociadas a roles sociales y los estatus conseguidos como la ocupación o la posición social. Las identidades sociales son bastante complejas y fluidas; cambian a medida que las personas adquieren nuevos roles o dejan atrás los antiguos.”²¹

Dentro de las ya mencionadas identidades secundarias se encuentra la afiliación e identificación con un equipo de fútbol. Así como para el Sociólogo su profesión le da un rol en sociedad que marca la pauta de lo que se espera de él y lo que él espera ofrecer, el aficionado a los Pumas o el América se reconoce así mismo y se distingue de los demás a través de su rol en sociedad. Ejemplo de lo anterior es lo descrito en el apartado anterior en donde mencionamos el trabajo de Roger Magazine con la porra del Club Universidad Nacional, en donde los aficionados despliegan un *performance* de masculinidad, pues a su manera de verlo y al habitus que han internalizado, es lo que deben hacer y lo que la sociedad espera que hagan.

²⁰ Giddens, A., Sociología, Ed. Alianza, Madrid, 2014 p.360.

²¹ *Ibíd.*

Como Giddens menciona, la identidad le ayuda al individuo a reconocer quién es quién y qué es qué, por lo tanto un aficionado de Pumas, por ejemplo, no sólo se identifica en sociedad con las características que lo llevan a ser aficionado de los Pumas y los valores que obtiene consciente o inconscientemente de la institución deportiva a la que apoya, sino también con las características de las que carece y los valores que no ha internalizado o incluso rechaza.

Con lo anterior quiero recalcar la importancia de esta anotación por parte de Giddens, pues la identidad de un aficionado de fútbol será no sólo conformada por lo que él es, sino también, por lo que no es. Con esto podemos retomar la teoría de campos de Bourdieu mencionada anteriormente, en donde hablábamos de la constitución de los campos y cómo las reglas y normativas que generan consecuentemente un habitus limitan lo que se es, lo que se permite y lo que se rechaza, en otras palabras, se define lo que se es y lo que no.

La segunda definición que considero pertinente para este trabajo es la provista por Zygmunt Bauman. Bauman inicia por definir al individuo y la percepción del mismo concepto en donde se le ha relacionado con la búsqueda de ser diferente a los demás. Bauman presenta una postura mucho más centrada en la responsabilidad de la sociedad en la creación de identidades y de individuos que lo que describe Giddens en su propia definición.

Para Bauman es fundamental entender el papel del individuo en sociedad y la búsqueda por demostrar que se es diferente, que se es auténtico y que el sujeto se ha hecho a sí mismo.

En la búsqueda de esta individualidad y de la diferencia, el sujeto en sociedad entra en una paradoja, en la cual se es muchas cosas menos individual, distinto o único. Todo individuo debe seguir la misma estrategia de búsqueda de individualidad para demostrar a sus iguales en sociedad que es diferente, utilizando al mismo tiempo señas compartidas para poder convencer a sus iguales de que es

diferente. Para Bauman “ser un individuo significa ser como todos los demás del grupo.”²²

Es así entonces que el sujeto en sociedad en busca de convertirse en un individuo se embarca en un viaje en la búsqueda de la autenticidad y el cómo serle fiel a su “Yo real”, sin embargo, este “Yo real” necesita ser interpretado y confirmado por los demás en sociedad, para que nos podamos reconocer a nosotros mismos como un individuo, diferente a los demás.

En esta búsqueda constante por la diferenciación y la necesidad de ser confirmada nuestra autenticidad se cae en lo que Bauman describe a continuación:

En nuestra sociedad de individuos que buscan con desesperación su individualidad no escasean los ayudantes certificados y/o autoproclamados que (por un precio justo, por supuesto) estarán más que dispuestos a guiarnos en nuestro viaje a las mazmorras de nuestras almas, donde supuestamente permanece prisionero nuestro auténtico yo y de donde pugna por salir y abrirse paso hacia la luz.²³

Dichos “guías” como los nombra Bauman no serán más que los mercados, dispuesta a proveer de artículos de diferenciación y distinción, en el caso del fútbol lo encontraremos en forma de camisetas, gorras, bufandas, tenis, banderas, etc.

Esta relación individuo-sociedad no es más que el producto final de una transformación social por la que todo sujeto tiene que pasar, la cual está disfrazada de descubrimiento personal.

Dentro de esta sociedad de “Buscadores de individualidad” y “Guías” siempre habrá nuevos símbolos de distinción ofertados en el mercado para reafirmar que el individuo es diferente y que tal o cual producto lo distingue de la masa y es una representación física de su “verdadero yo”. Dichos símbolos tendrán un ciclo de vida corto, en el que nuevos símbolos invalidan a los anteriores, por lo que, como

²² Bauman, Z., El individuo asediado. En Z. Bauman, Vida líquida. México, 2010, p.28.

²³ *Ibíd.*, p.30

menciona Bauman, “en la caza de la individualidad no hay momento para un respiro.”²⁴

Es lo anterior la manera en que Bauman describe y explica el consumismo como respuesta y consecuencia de la necesidad de los hombres y mujeres por construir, preservar y renovar su individualidad y mencionando que “La lucha por la singularidad se ha convertido actualmente en el principal motor tanto de la producción en masa como del consumo de masas.”²⁵

Es por lo anterior que hay que entender que “ser un individuo en la sociedad de individuos cuesta dinero, mucho dinero; la carrera por la individualización tiene el acceso restringido y polariza a aquellas personas que cuenten con las credenciales necesarias para entrar en ella y de las que no”.²⁶

Esta sociedad de individuos descrita por Bauman está constituida y movida por un motor de consumo y el deseo de ser diferente. Lo anterior quiere decir que si bien, una persona sin un poder adquisitivo puede tener una individualidad internalizada, no logrará acceder a los diferenciadores simbólicos y reconocibles que son válidos dentro de esta sociedad y que sólo podrán ser provistos por el mercado.

Dada entonces la premisa de Bauman acerca de la importancia del individuo en sociedad, es que se llega al concepto de identidad, la cual no es más que esta cuasi realización de un auténtico yo, alimentado por estímulos externos al ser provistos por la sociedad. Esta identidad vivirá constantemente esta contradicción interna, puesto que busca demostrar una supuesta diferenciación del grupo, mientras que debe pasar por un proceso de afirmación la cual se basa en una uniformidad que sólo se puede construir a través de diferencias compartidas o subgrupos dentro de sociedad.

²⁴ Bauman, Z., El individuo asediado. En Z. Bauman, Vida líquida. México, 2010, p.37.

²⁵ Ibidem.

²⁶ Ibid., p.39

Bauman concluye que “el camino hacia la identidad es una batalla continua y una lucha interminable entre el deseo de libertad y la necesidad de seguridad, agravada además por el miedo a la soledad y el terror a la incapacidad.”²⁷

La identidad entonces según las características definidas por Bauman para su definición es auto atribuida y de auto adscripción, es un producto caro y de poca duración.

El mercado es dependiente de que los consumidores renueven su sed de búsqueda por una nueva forma de ser individuales, la lógica del mercado no sería compatible con consumidores/clientes/cazadores de individualidad que sean leales a algo como un producto.

Analizando el fútbol bajo la conceptualización de Bauman lo podemos identificar fácilmente como una herramienta y un producto de mercado, el cual si bien, en sí mismo se basa en una actividad física la cual puede ser practicada por todos o casi todos los individuos por un bajo costo, no lo son así los símbolos de identificación que la industria deportiva se ha encargado de producir año con año.

El rango y el tipo de hincha que se puede ser es muy amplio y variado, y estas diferencias van a basarse principalmente en la rigurosidad que el aficionado aplica a sus símbolos de identificación en el día a día y en el cara a cara, como también en su nivel de consumo de mercancía provista por el club o equipo nacional.

Más adelante en este trabajo se dedicará un espacio a esta variedad de tipos de aficionado y su relación con el mercado de consumo, pero por lo pronto es importante mencionar que el fútbol no se puede considerar exclusivamente como un deporte, lo debemos entender como un espectáculo y un producto de consumo que servirá en muchas ocasiones como guía en la búsqueda del auténtico yo, por lo que este “auténtico yo” y esta identidad, no son dados por el individuo, sino que forman parte de un proceso social de oferta y demanda de símbolos identitarios.

²⁷ Bauman, Z., El individuo asediado. En Z. Bauman, *Vida líquida*. México, 2010, p.45.

Por último, me parece relevante para este marco teórico la tesis de Héctor Almada acerca del *skateboarding* en Tijuana y Monterrey, en la cual hace un estudio de campo del *skaboarding* en estos estados. En esta Tesis, Almada analiza las relaciones identitarias establecidas por los *skaters* entre ellos mismos, con otros grupos de *skaters*, con otros grupos con diferentes identidades sociales y con la autoridad.

Para Almada, una de las variables más importantes al estudiar las identidades creadas en un entorno deportivo fue el espacio ocupado por los actores sociales. Para él “la capacidad de vinculación simbólica y física del espacio es central durante el proceso de construcción de sus identidades.”²⁸

Este espacio, según Almada, poseerá un significado espacial para las agrupaciones que se apropian de éste, y lo utilizarán como una representación constante de su identidad.

El estudio del deporte es inalienable del estudio del espacio en el que este se lleva a cabo, el deporte y la forma en que este se lleva a cabo dependerá del espacio físico que lo delimita y a través del cual sus normas y reglamentación de juego son establecidos.

Otro factor importante en el estudio de los *skaters* hecho por Aldama es el del atuendo, “el cual presenta un símbolo de reconocimiento entre los grupos a los que se pertenece [...] son distintos dependiendo los contextos y escenarios en donde se practica el deporte.”²⁹

Esto tiene directa relación con lo mencionado anteriormente por parte de Bauman, en el que el mercado proporcionará de símbolos a aquellos que busquen algo con lo cual diferenciarse y al mismo tiempo pertenecer.

José Oriol propone tres funciones expresivas en las que se construye parte de la identidad:

²⁸ Almada Flores, H., *El skateboarding en Tijuana y Monterrey. La lealtad, las reglas y los significados en la construcción de las identidades de los deportistas*, Ed. El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, 2010, p.83.

²⁹ *Ibíd.*, 87

- 1) Pertenencia
- 2) Representación
- 3) Actuación³⁰

El primero de estos puntos es referente a los espacios, los cuales menciona como puntos de referencia territorial para los miembros de un determinado grupo social el cual tiene un sentimiento de posesión sobre dicho espacio. Si bien Almada en su tesis cita a Oriol en referencia al espacio, dado que la apropiación de un territorio y la apropiación del espacio público es un factor fundamental para que el *skating* urbano pueda existir, la importancia del espacio en el deporte para la creación de la identidad no es exclusiva del Skate.

En el fútbol podemos encontrar esta misma relevancia simbólica y sentimental entre los aficionados hacia distintos espacios y territorios, los cuales pueden ir desde estadios, barrios, ciudades, etc. El estadio es llamado en muchas ocasiones “La casa” del equipo y de sus aficionados, va más allá de ser el lugar que delimita las acciones deportivas por dos horas cada semana, este espacio forma parte de la identidad de ser aficionado de un cierto club delimitando en tiempo y espacio el desfogue de sus emociones. Por ejemplo, aunque un aficionado de Pumas no viva cerca del estadio, el pedregal representa algo para él, es el territorio de su club y el territorio de la afición. El aficionado se identifica con estos espacios y se apropia de ellos. A continuación, se muestra un cántico del grupo de animación “La Rebel” el cual apoya al Club Universidad Nacional (Pumas).

Es la barra puta de los Tigres,
La que a nuestra cancha ya no viene,
¿Será por el terror que nos tiene?
Que en el pedregal no aparece.

El punto dos, el cual refiere a la representación hace alusión al atuendo y la representación que los individuos muestran ante los demás. En este punto podemos identificar a la ropa como el principal identificador identitario de un aficionado de

³⁰ Almada Flores, H., El skateboarding en Tijuana y Monterrey. La lealtad, las reglas y los significados en la construcción de las identidades de los deportistas, Ed. El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana, 2010, p.88.

fútbol; el vestir el jersey del club al que se apoya lleva consigo variadas significaciones, puede decir de dónde soy, a quién apoyo, en qué creo, quienes son mis referentes dentro de la sociedad, mi clase social, etc. Evidentemente lo anterior se debe tomar con las precauciones pertinentes, pues se debe tener cuidado en no generalizar o encasillar a un grupo social de acuerdo a su vestimenta o equipo que apoyan, puesto que es evidente que no todos los aficionados de un club van a pertenecer a la misma clase social, van a vivir en una zona aledaña al estadio o van a compartir las mismas visiones políticas u opiniones sobre la sociedad en la que vive; más bien lo que se quiere decir, es que los clubes proyectan cierta imagen y ciertos valores que pueden crear una tendencia a que sea más atractiva para ciertos grupos dentro de la sociedad, por lo que la imagen que proyecta el Club América será diferente a la proyectada por el Club Guadalajara, por lo que si bien, podemos encontrar similitudes entre los aficionados de ambos clubes y una cierta heterogeneidad dentro de ambas aficiones, existen algunos factores que harán que algunos individuos se sientan más atraídos hacia un club u otro. Seguido a esto, estos factores son los que los aficionados querrán externalizar hacia la sociedad para hacer su distinción y mostrarse como aficionados de tal o cual equipo, esa distinción, por minúscula que pueda llegar a parecer, hará que el aficionado del Club Guadalajara quiera hacer saber que no comparte las mismas visiones que el aficionado al Club América y dado lo anterior, indicadores identitarios como el atuendo, sirven para mostrar esta representación al mundo, mostrar las diferencias que separan a dos personas que pueden pertenecer a la misma clase social, al mismo barrio e incluso tener las mismas visiones políticas y sociales de su mundo, pero que todo lo anterior no evita que exista algo que los divide.

El tercer punto mencionado por Oriol, el de actuación, es en el cual el individuo debe hacer evidentes las diferencias y las similitudes que tiene con tal o cual grupo de personas, es el punto más importante del proceso identitario puesto que hace de la identidad un aspecto social externo al individuo; es el punto final del proceso de creación por el que ha pasado cada sujeto internalizando valores, modos de hablar, formas de pensar, formas de vestir, etc; en este punto el individuo debe mostrar todo esto a la sociedad en la que se encuentra para ser notado. El momento

cúspide de la actuación identitaria para un aficionado de fútbol es evidentemente durante el día del partido del equipo al que apoya, este día el aficionado vestirá los colores de su equipo, podrá ir al estadio y apoyar a su club, podrá cantar y apoyar a sus jugadores y mostrar a sus iguales con todos estos identificadores que pertenece a este grupo y que comparte los mismos modos y valores que los demás. El estadio es uno de los lugares en donde los aficionados son validados por otros aficionados y por la institución deportiva a la que apoyan, dicha validación es fundamental para conseguir el sentido de pertenencia que han buscado durante todo este proceso de creación de identidad.

Los tres puntos mencionados por Oriol constituyen y crean los procesos rituales a través del cual los individuos externalizan una identidad adquirida e internalizada por medio de un *performance* público que se convierte en social cuando se reafirma en la convivencia con sus semejantes.

A continuación, daré la definición de identidad que usaré a lo largo de este trabajo de investigación con base en las definiciones antes provistas.

La identidad es un concepto el cual se tiene que estudiar tanto desde la perspectiva de un proceso realizado por el sujeto de forma individual mientras que también se toma en cuenta la relevancia de la sociedad en la que se encuentra y que lo moldea a buscar dicha identidad e identificarse con tal o cual indicador brindado por mercado de consumo.

La identidad no sólo va a definir lo que conforma al individuo definiendo lo que se es, sino también lo que no se es o lo que se rechaza. En el fútbol esto se verá diferenciado de manera muy marcada al estar las identidades definidas y delimitadas a modo de bandos, esta diferenciación se hará desde pertenecer o no a una clase social, una raza o etnia, una región del país o la ciudad, etc.

Los espacios en los que nos desenvolvemos afectarán y serán también reflejo de la identidad a la cual nos auto adscribimos. El espacio o territorio en el que se desenvuelven las identidades no sólo servirá como campo socializador, sino

que será parte fundamental de la conformación y construcción de la identidad y una parte fundamental de ésta.

El proceso de construcción de la identidad es largo y se conforma a través de una relación bidireccional entre sociedad e individuo, en donde el individuo se adaptará a los modos y lenguajes que la sociedad y el mercado brindan para distinguirse y al mismo tiempo comunicarse con sus iguales, y en donde la sociedad y el mercado utilizarán la retroalimentación dada por el sujeto para brindar nuevos artículos de identificación los cuales se renovarán constantemente puesto que la identidad debe ser maleable y renovarse constantemente.

1.3. La socialización

Para el último apartado de este capítulo se darán algunas definiciones del concepto de Socialización y al final del apartado se dará la definición que ocuparé a lo largo de esta tesis.

Emile Durkheim hace un análisis acerca de los modos de acción en sociedad, la importancia sociohistórica, la conciencia moral y el crimen, en su libro *Las reglas del método sociológico*.

Durkheim toca un punto que ya mencionamos anteriormente, al señalar que “la mayoría de nuestras ideas y tendencias no son elaboradas por nosotros, sino que provienen del exterior, es evidente que sólo pueden penetrar en nosotros por medio de la imposición [...]”³¹

El autor menciona que un fenómeno únicamente será colectivo cuando sea común a todos los miembros de la sociedad o al menos a la mayoría de ellos, un ejemplo de esto es el fútbol en México, el cual es el deporte más popular del país tanto en afición como en su práctica.

³¹ Durkheim, É., *Las reglas del método sociológico*, Ed. Colofón, México, 2004, p.27.

Es entonces que la manera en que se crea un fenómeno como el fútbol, el cual podemos considerar como un hecho social, es a través de la transmisión de generaciones pasadas a generaciones futuras. El fútbol en México es entonces adoptado por las nuevas generaciones a partir de un reconocimiento enseñado basado en una investidura de autoridad social. La colectividad lleva al individuo a generar una devoción casi doctrinal hacia instituciones sociales como el deporte.

Para Durkheim “los hechos sociales son tanto más susceptibles de ser objetivamente representados en cuanto son más independientes de los hechos individuales que los manifiestan.”³² Lo que significaría lo anterior es que un deporte como el fútbol como fenómeno e institución social existirá más allá de la moralidad de los involucrados en el mismo en un determinado tiempo y espacio.

Durkheim ejemplifica con el crimen la manera en que funcionan y se manifiestan los sentimientos colectivos.

El crimen consiste en un acto que ofende determinados sentimientos colectivos, dotados de una energía y de una firmeza particulares. Para que en una sociedad dada pudiesen cesar de cometerse los actos reputados criminales, sería, por tanto, preciso que los sentimientos que ofenden se encontrasen en todas las conciencias individuales.³³

Esta sincronía de conciencias individuales las cuales comparten un sentimiento de rechazo hacia ciertos actos los cuales son considerados delictivos, no es más que otra interpretación de lo que Bourdieu definió como habitus y que comentamos en el apartado anterior, en donde un conjunto de individuos construye una estructura la cual hace la distinción entre lo que está bien y lo que está mal en su mundo social.

Una uniformidad de pensamiento total en la cual todos los individuos que cohabitan en sociedad se sientan ofendidos e identificados a ciertas acciones y sentimientos resulta prácticamente imposible, por lo que, el papel del estado como ente de justicia requiere que además de ser requerido por la necesidad que se

³² Durkheim, É., Las reglas del método sociológico, Ed. Colofón, México, 2004, p.52.

³³ *Ibíd.*, p.67.

presenta ante el crimen, existan estructuras superiores a lo judicial, por lo que se debe requerir a la cultura. La creación de tradiciones y un espíritu común son el punto en el cual la acción del hombre puede injertarse más eficazmente.

Para Durkheim, “[...] los lazos que nos unen a nuestro país, a la vida, las simpatías que tenemos para con nuestros semejantes, son sentimientos más fuertes y resistentes que los hábitos que nos pueden desviar de una especialización más estrecha”³⁴. Uno de los pilares del deporte como institución social es la importancia que tiene el sentido de comunidad que se crea alrededor de él; los sentimientos creados por los aficionados no son únicamente hacia el club o selección nacional en cuestión, son hacia sus iguales, se crean lazos fuertes los cuales pueden dictar sus modos de acción de forma más rigurosa que lo que muchas veces consiguen estructuras como las leyes.

La sociedad como masa organizada tendrá sentimientos colectivos los cuales serán enseñados a sus individuos de generación en generación, sin impedir esto que estos sentimientos cambien a lo largo de los años. Estos sentimientos colectivos pueden ser semejantes o incluso contrarios a los individuales.

Con base en lo descrito en los párrafos anteriores, Durkheim menciona que los sentimientos son un resultado de la organización colectiva, y a falta de pruebas de que la socialización existe como una tendencia natural o un instinto congénito al género humano se le debe ver como un producto de la vida social, la cual se ha organizado lentamente en nosotros.

Por otro lado, y entrando en la segunda definición para este trabajo, está la brindada por Anthony Giddens quien define:

La socialización es el proceso mediante el cual el bebé indefenso se convierte en una persona con conciencia de sí misma y con inteligencia, capaz de manejar las formas culturales en las que nació. La socialización entre los jóvenes permite que se desarrolle el fenómeno más amplio de la reproducción social, el proceso por el cual las sociedades mantienen continuidad estructural a lo largo del tiempo. Todas las sociedades poseen características que perduran durante largos periodos de tiempo,

³⁴ Durkheim, É., Las reglas del método sociológico, Ed. Colofón, México, 2004, p.86.

aunque sus miembros cambien según nacen y mueren los individuos.³⁵

Este manejo de formas culturales en sociedad está relacionado directamente con lo descrito por Durkheim, el individuo empieza a manejar el lenguaje de la sociedad determinada en la que nació y adquiere el conocimiento de viejas generaciones el cual le servirá para desenvolverse en sociedad y formar parte de la colectividad.

Es entonces que debemos considerar a la socialización como la conexión entre diferentes generaciones a través de un proceso de aprendizaje cultural el cual continua y ayuda a la adaptación en sociedad durante toda la vida del individuo.

Giddens menciona que dentro de la sociología se suelen considerar dos fases generales de la socialización en las cuales participan diferentes agentes. Dichos agentes son grupos o contextos sociales en lo que ocurren procesos significativos de socialización. El primero de estos es la socialización primaria, la cual tiene lugar en la infancia, esta primera etapa en el ciclo vital es el momento de mayor aprendizaje cultural por parte del individuo y es en éste en el cual los niños llegan a aprender el lenguaje y los puntos básicos de comportamiento que crearán las bases para un aprendizaje posterior.

Esta primera etapa de la socialización es importante pues el núcleo principal de ella será la familia, la cual dependiendo del lugar y momento de nacimiento determinado transmitirá ciertos valores culturales.

La socialización secundaria “tiene lugar en una fase posterior de la niñez y la madurez y son otros los agentes sociales que asumen parte de la responsabilidad de la familia. La escuela, los grupos de compañeros, las organizaciones, los medios de comunicación, y por último el lugar de trabajo son las nuevas fuerzas socializadoras de los individuos. La interacción social que se produce en estos

³⁵ Giddens, A., Sociología, Ed. Alianza, Madrid, 2014 p.388.

contextos contribuye a que las personas aprendan los valores, las normas y las creencias que constituyen las pautas de su cultura.”³⁶

Es en la socialización secundaria donde podemos encontrar los contextos de interacción como los grupos de animación deportivos y relaciones sociales en las cuales el vínculo de conexión es el apoyo a un club deportivo en común; estas relaciones además de crear vínculos afectivos entre individuos y hacia una institución, reproducirán las pautas culturales que los involucrados han aprendido en su socialización primaria, lo cual repercutirá de manera directa la forma en que crean estas relaciones en su etapa más madura o de socialización secundaria.

Retomando lo visto en el primer apartado podemos inferir que el conocimiento de la socialización primaria será el que los individuos utilizarán para la creación de un campo social y con dichos conocimientos además de la socialización llevada a cabo dentro del campo, construirán un habitus el cual definirá sus futuras relaciones interpersonales.

Es importante destacar que tanto la socialización primaria como la secundaria no sólo sirven como campo de reproducción de pautas culturales que preceden al individuo, este es un agente socializador más para sus iguales y como tal tiene el potencial de cambiarlas.

Como ya se mencionó, el contexto en el que se desarrolla el individuo va a repercutir en las formas en que se llevan a cabo sus procesos socializadores. Giddens considera “la región y la clase social de la familia en la que se viene al mundo afectan a los modelos de socialización, ya que los niños adquieren características del comportamiento de sus padres o de otras personas de su barrio o comunidad”³⁷

Para el autor “los medios de comunicación desempeñan un papel enorme en la configuración de la comprensión que tenemos del mundo, y por lo tanto de los procesos de socialización.”³⁸ El deporte es una muestra de lo anterior pues la forma

³⁶ Giddens, A., Sociología, Ed. Alianza, Madrid, 2014 p.392.

³⁷ *Ibíd.*, p.393.

³⁸ *Ibíd.*, p.394.

general en la que los aficionados van a identificar al equipo que apoya, a ellos mismos como aficionados y el contexto deportivo en su país será adquirido de manera incluso más activa por parte de los medios de comunicación masiva que por su propia interacción con sus iguales.

Ejemplo de lo anterior es lo descrito por Elias quien toca el tema de la violencia provocada por los Hooligans en Inglaterra a finales del siglo XX, en donde la conducta de las masas y lo reportado por los medios de comunicación parece haberse reforzado mutuamente el uno al otro para producir un ciclo de retroalimentación. Elias menciona que:

No puede decirse [...] que los medios de comunicación hayan causado este proceso, pero al exagerar en un principio lo que sólo eran generalmente incidentes menores y al 'publicitar' de hecho los campos de fútbol como lugares en los que regularmente ocurren disturbios y se pone en juego algo más que la simple reputación futbolística de los pueblos y las ciudades, sí puede decirse, a modo de predicción autocumplida, que han desempeñado un papel importante en el desarrollo del fenómeno de la violencia en el fútbol en forma característica actual.³⁹

Es entonces que Giddens continúa con su análisis sobre la socialización reconociendo a los niños como actores sociales los cuales contribuyen a la creación de su mundo social y ejerciendo influencia en su propia socialización. El impacto de las influencias sociales y culturales transmitidas por parte de la familia y otros agentes socializadores primarios serán enormes y las actividades y los valores practicados por los niños estarán determinados por ellos en primera instancia.

Giddens es muy claro al momento de definir los elementos más importantes que debemos considerar para el estudio de las interacciones socializadoras, uno de estos elementos importantes y que ya mencionamos es la ubicación espacial en la dimensión histórica del proceso social. Lo anterior significa que la ubicación generacional tendrá una importancia enorme en las actitudes y creencias de la gente, tanto como la clase social a la que se pertenece.

³⁹ Elias, N., & Dunning, E., Deporte y ocio en el proceso de la civilización, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1995, p.346.

Las generaciones suelen experimentar el mundo y su lugar de formas muy diferentes. Por lo anterior es que podemos entender que un fenómeno social como el fútbol el cual podemos identificar como una institución social y que va más allá de un tiempo y un espacio, no será reconocido, experimentado, reproducido y producido de la misma forma hoy en 2020 que como se experimentaba en el siglo pasado. Los valores y modos de acción varían dependiendo el momento sociohistórico el cual estamos estudiando y el fútbol como hecho social tiene la capacidad de separarse de estos factores externos a él y perdurar en el tiempo como un ente carente de moralidad; dicho esto, no se afirma en el enunciado anterior que la moralidad en el deporte y en el fútbol no existan, sino que esta será traída por las individualidades que los conforman y que pueden crear una cultura alrededor de la institución del deporte, sin embargo, éstas seguirán siendo externas al fenómeno mismo.

Es entonces que para este trabajo consideraremos la socialización como el proceso de interacción entre agentes los cuales pueden pertenecer a diferentes contextos sociales, contextos que servirán de base para que éstos puedan crear lazos afectivos, rivalidades, enemistades, etc. La socialización creará sentimientos, normas, límites y creencias que constituirán pautas de comportamiento que dependerán de una sincronía esperada entre las creencias individuales de los participantes de dicha interacción.

Capítulo II: El fútbol y su investigación científica en México

En este segundo capítulo haré una breve revisión de algunas investigaciones mexicanas que han abordado el tema del fútbol y su importancia en nuestro México contemporáneo. Como se verá, dichas investigaciones han abordado el fútbol desde perspectivas psicológicas, sociales y hasta geográficas, lo cual demuestra el gran campo de oportunidad que representa este objeto de estudio y una vez más se enfatiza la importancia de que las ciencias sociales empiecen a voltear más hacia él.

2.1. Violencia y fútbol

En primer lugar tenemos una investigación geográfica realizada por Benito Izeta, el cual estudia la construcción de la identidad a través de las disputas de un territorio deportivo como lo es el Estadio Olímpico Universitario, pero lo que considero más importante a retomar de dicho trabajo es el contexto sociohistórico que el autor ofrece, pues presenta una propuesta de lo que él considera los momentos más importantes para el deporte en México y cómo estos tienen repercusiones en la importancia que tanto el deporte como el fútbol tienen el día de hoy en nuestro país.

Izeta menciona que los tres momentos históricos los cuales han sentado la base de la popularidad, accesibilidad y cobertura del fútbol en México son: Los juegos Olímpicos de 1968 de los cuales México fue sede y los mundiales realizados en nuestro país en el año de 1970 y 1986.

Como él menciona, si bien existió un impacto económico e infraestructural en nuestro país, el impacto que estos eventos tuvieron a nivel cultural fue mucho más amplio y profundo en la sociedad mexicana.

El deporte se vuelve un foco de atención a nivel arquitectónico para la sociedad. La dimensión proporcionada por esta arquitectura deportiva introdujo la cultura popular deportiva dentro del paisaje cultural local. La adopción e innovación de

prácticas deportivas, de formación de atletas y cuerpos técnicos, de instalaciones, etc., se vio focalizada en la Ciudad de México.⁴⁰

Es entonces que la introducción de la cultura e ideología deportiva a una sociedad no se puede analizar únicamente considerando aspectos sociales intangibles como los son las políticas públicas deportivas o la difusión de una forma de asociar el deporte con ciertas formas de pensar a través de los medios de comunicación, sino que la arquitectura deportiva como lo son los estadios o recintos dedicados a la práctica y/o el disfrute del juego son fundamentales para que el sujeto reconozca al deporte como parte de su paisaje y por ende lo entienda como parte de su día a día.

Izeta también hace énfasis en que la infraestructura para estos tres eventos importantes en México se concentró en la Ciudad de México, lo cual es un síntoma y no una causa del fuerte centralismo político y económico del país. Este desarrollo en el centro de México desembocaría en que en la ciudad de México surgieran 3 de los 4 equipos llamados grandes de México: Pumas, Cruz Azul y América; Chivas surgiría como el 4 equipo grande con sede en la ciudad de Guadalajara la cual es la tercer economía más grande y representa una oposición al centralismo de sus 3 antagonistas, como lo analizaremos en el siguiente capítulo.

El surgimiento de estos equipos en la capital desembocó en la creación de identidades antagonistas y al mismo tiempo complementarias una de la otra dada su rivalidad, la cual es fundamental para el entendimiento de sí mismos por parte de los sujetos.

Cada una de estos grupos generó una serie de habitus y de símbolos identitarios los cuales incluyen un espacio de acción. Izeta en su trabajo analiza el Estadio Olímpico Universitario como este punto territorial el cual la afición de Pumas defiende dada su identificación geográfica con él.

El EOU ha tenido a lo largo de su historia diversos episodios de violencia, lo cual le ha ganado la fama de ser un estadio hostil para el equipo y el aficionado visitante. Esta

⁴⁰ Izeta, B., *Violencia y fútbol: Construcción de identidad y territorio a partir de las disputas entre grupos culturales de la "Comunidad Universitaria" dentro del Estadio Olímpico Universitario*, Ed. UNAM, México, 2019, p.28.

“Mala fama” resulta un motivo de orgullo para la afición local, la cual considera lo anterior una prueba de la fuerte defensa que tienen hacia sus colores, o en otras palabras, hacia su identidad.

Para Izeta el que exista esta reputación atribuida a un espacio geográfico es importante puesto que moldeará el comportamiento de quienes se desenvuelvan en dicho espacio.

El imaginario colectivo dicta en cierto modo la relación que se construye entre el lugar y el comportamiento de la gente. La noción del peligro, o la percepción del riesgo en este sentido, es un recurso indicativo de conflictos territoriales, en donde se disputa la ocupación del espacio, así como la afirmación de identidad de los grupos culturales que se reproducen dentro del él. Hay que entender al riesgo como una mediación entre las condiciones del lugar y la interacción que las personas recrean dentro de él.⁴¹

La disputa por la ocupación del espacio se llevará a cabo por varios participantes, dependiendo si dicho espacio es público o privado. En el caso del EOU la disputa se llevará a cabo en primer lugar entre la afición local, la cual busca visitante, la cual busca apropiarse del espacio a modo de representar una transgresión a la identidad antagónica del equipo local. Un tercer agente en disputa puede existir, el cual es la autoridad judicial, la cual en ocasiones intentará evitar que los grupos identitarios deportivos se apropien de espacios públicos.

Todo lo anterior desembocará que alrededor de un espacio existan disputas territoriales con el fin de defender una identidad, creando un conjunto de valores simbólicos adjudicados al espacio y un *habitus* para comportarse dentro y alrededor de él.

El conflicto dentro del fútbol, como ya lo hemos analizado surge a partir de la confrontación de identidades contrarias en un espacio y tiempo determinados y delimitados en este caso por el deporte. Izeta menciona que dichas rivalidades las

⁴¹ Izeta, B., *Violencia y fútbol: Construcción de identidad y territorio a partir de las disputas entre grupos culturales de la “Comunidad Universitaria” dentro del Estadio Olímpico Universitario*, Ed. UNAM, México, 2019, p.41.

cuales desembocan en la violencia tienen como raíz la desigualdad estructural que fue generada en los 3 momentos deportivos más importantes de México.

Si bien la teoría de Izeta es válida y concuerda con lo observado históricamente en México, llega a carecer de sustento cuando se aplica al estudio de sociedades como la inglesa y su hooliganismo. Retomando su análisis considero que se debe dar la importancia correspondiente a los espacios territoriales y por ende a la infraestructura, pero no puede recaer toda la responsabilidad causal en ésta, sino que se debe considerar como una variable más dentro de un conjunto de factores creadores de identidad como los que hemos mencionado en esta investigación y que seguiremos mencionando en el capítulo 3.

Por último resaltar que el autor nombra este apoyo y defensa de la identidad como “aguante”, lo cual se puede traducir en el sentimiento de orgullo que sienten los integrantes de las barras de los equipos de fútbol. Izeta menciona que dentro de la barra se premia el “aguante”, lo cual es claramente un indicativo de una moneda de cambio por capital social y simbólico.

El “aguante” representa una narrativa cultura importante la cual existe como la defensa de una identidad ante la confrontación de valores culturales los cuales existen “ocultos” tras un escudo y una camiseta deportiva. El “aguante” será entonces tanto una parte de la identidad como una forma de defender la identidad.

2.2. Fútbol, identidad, melodrama y el goce de la cultura neoliberal en la ciudad de México

La segunda investigación que revisaremos es la realizada por Emmanuel Bravo, quien analiza el fútbol como una puesta en escena melodramática la cual está orientada hacia un goce de la cultura neoliberal en México.

Bravo hace un especial énfasis en las selecciones nacionales en su investigación, argumentando que la pasión, la cual es el principal motor del negocio del fútbol depende fuertemente del sentido de pertenencia que existe por parte de los aficionados en la afiliación a sus selecciones nacionales.

La forma en que este sentido de pertenencia e identidad han sido incorporados al fútbol es muy claro cuando se estudian los protocolos de Fifa previos a un partido de selecciones nacionales, en donde se realiza una ceremonia previa en la cual se lleva a cabo el despliegue de banderas nacionales y el respectivo himno de cada país.

El autor llama a este juego de identidades desplegadas “nacionalismo”, sin embargo, para la revisión que estoy haciendo de su trabajo lo renombraré como “identidad nacional” puesto que el término “nacionalismo” conlleva connotaciones diferentes en el marco teórico de esta investigación y la de Emmanuel Bravo. En el siguiente capítulo explicaré las diferencias entre una identidad nacional y el nacionalismo.

Bravo explica la existencia de una relación co-dependiente entre la identidad nacional y la afición futbolística, en la cual no sólo es necesaria la existencia de esta identidad para que existan estas rivalidades futbolísticas, sino que éstas contribuyen a la construcción de la identidad nacional de cada país. Lo anterior concuerda con lo planteado en esta investigación cuando explicamos que el mundo del ocio y del trabajo, continuando con la terminología de Norbert Elías, existen en una relación bi-direccional, en la cual lo que suceda en una esfera afectará inevitablemente a la otra.

La investigación centra su análisis en la televisión deportiva y cómo esta es un agente central en la construcción de imaginarios identitarios expresados mediante la cultura popular.

Bravo menciona que la televisión afecta la vida cotidiana en al menos tres dimensiones: “1) Como depósito y constructor de la cultura popular, esto cuando en sus personajes se ve representada nuestra gente; 2) cuando modifica las temporalidades y los ritmos y 3) cuando la familia, como espacio de relaciones

cortas, se convierte en el interlocutor entre los personajes de la televisión y los integrantes de la misma.”⁴²

La televisión moldea las narrativas sociales que afectan la interacción de los individuos en sociedad, ejemplo de esto es el papel que jugó la televisora Televisa en la creación de un sistema de rivalidades en el fútbol mexicano, dando a luz a la relación antagonista entre América y Guadalajara y la dicotomía entre “Chilangos” y “jaliscoquillos”, como lo menciona el autor.

Para que el negocio de la televisión deportiva sea rentable, es imprescindible la existencia de identidades las cuales puedan ser explotadas mercadológicamente, este modelo no es exclusivo de México y lo podemos encontrar en cualquier mercado futbolístico en el mundo. El aporte que tuvo Televisa a este modelo y lo que el autor considera es “Su sello distintivo” fue su propuesta para entender e interpretar el fútbol mexicano en donde encontramos “al factor emocional enclavado como su eje rector.”⁴³

Televisa retoma y adapta un modelo para ellos probado el cual es el de las telenovelas. Con la televisión deportiva, Televisa busca crear una puesta en escena de rivalidades y melodramas en los cuales el deporte se convierta en un espectáculo en el cual el aficionado se involucra no sólo pasional sino también sentimentalmente.

Bravo continúa explicando que Emilio Azcárraga Milmo estaba interesado en la construcción de una narrativa del fútbol mexicano, es decir que la televisora no se limitaba únicamente a entregar un producto deportivo al espectador, sino que se involucró al punto de enseñarle al espectador a cómo leer y entender el fútbol.

El principal obstáculo al que la televisión tuvo que enfrentarse fue encontrar la manera de apelar a la mayor cantidad de gente, puesto que la televisión como

⁴² Bravo, A., Fútbol, identidad, melodrama y el goce de la cultura neoliberal en la ciudad de México, Ed. UNAM, México, 2017, p.42.

⁴³ *Ibíd.*, p.45.

sabemos es un productor de contenido de masas, era imperante alejarse de contenidos especializados o de nicho.

Televisa utilizó lo que la cultura popular reconocía como “lo mexicano” y uno de los agentes que representan de mejor manera esta identidad es la selección mexicana la cual existe para brindar glorias nacionales.

El modelo que explica el autor consiste en la absorción de la cultura popular por parte de la televisión para posteriormente producir y distribuir una reinterpretación de esta, es así que “encontramos la creación de arquetipos sobre la mexicanidad vaciados de significado, diferibles y comercializables, es decir, mediante expresiones populares tomadas por la televisión, inicia el devenir de estereotipos sobre la mexicanidad.”⁴⁴

La existencia de algo llamado “mexicanidad” o “mexicaneidad” es un concepto importante cuando hablamos del fútbol como creador de identidades en nuestro país, por lo que profundizaremos más en él en el capítulo tres.

Un gran ejemplo brindado por el autor es el personaje del “compayito”, el cual es un personaje que consiste en un “puño que usa el pulgar a modo de boca; ojos de plástico y vestido según la ocasión.”⁴⁵

Lo que hace del compayito el ejemplo perfecto de la absorción, reinterpretación, estereotipación y distribución de la televisión deportiva a partir de la cultura popular es que este personaje existe y se fundamenta por completo en ser un arquetipo del “mexicano promedio”, en el cual este personaje encarna lo que en nuestra imaginario colectivo entendemos como el “ser mexicano” o lo que representa la supuesta “mexicaneidad”. Como bravo menciona, el compayito “apoya a las Chivas del Guadalajara” tequilero, parrandero, haragán, divertido, alburero, machista y morboso.”⁴⁶

⁴⁴ Bravo, A., Fútbol, identidad, melodrama y el goce de la cultura neoliberal en la ciudad de México, Ed. UNAM, México, 2017, p.50.

⁴⁵ *Ibíd.*

⁴⁶ *Ibíd.*, p.51.

Bravo considera que la televisión mexicana se encuentra lidiando con un obstáculo que consiste en que considera a México un país atrasado, estancado y no moderno, llevando esta narrativa al fútbol cuando se habla de que el fútbol mexicano no logra modernizarse. Si bien, el autor no menciona a Roger Bartra, vemos que plantea una problemática parecida a la que Bartra trabaja, en donde México se ve atrapado entre la melancolía del pasado y la necesidad de alcanzar el México moderno, analizaremos más a profundidad el trabajo de Bartra en el siguiente capítulo.

Bravo continúa:

Lo sugerente de este análisis es la irresoluble contradicción de la televisión. Por un lado apela a la permanente modernización –si siempre está actualizada, todo fuera de ella es anacrónico- exige enterrar el pasado –para ser modernos- pero éste (el pasado) es uno de sus recursos narrativos predilectos. En el apartado anterior di cuenta de cómo en el discurso televisivo las expresiones populares se conectan con lo histórico y de esta manera se le da sentido a la retórica nacionalista.⁴⁷

Es entonces que la investigación de Bravo alcanza la conclusión principal de su trabajo, la cual es que la televisión mexicana como aparato de la modernidad busca ser temáticamente actual pero la construcción de sus narrativas no lo es.

2.3. Hegemonía, identidad y fútbol

La siguiente investigación a analizar es la realizada por Geovanni Espinosa, quien aborda el fútbol desde un enfoque parecido al de Bravo al enfatizar la importancia de los medios de comunicación el campo del deporte, aunque en el caso de la investigación de Espinosa encontramos un enfoque más económico sobre el tema.

⁴⁷ Bravo, A., Fútbol, identidad, melodrama y el goce de la cultura neoliberal en la ciudad de México, Ed. UNAM, México, 2017, p.57.

El autor destaca el gran poder social, político y económico que poseen los medios de comunicación al estar en la posibilidad de controlar el deporte tanto en su estructura como en su contenido informativo. El medio de comunicación se convierte en el vínculo entre el deporte y el aficionado, creando un flujo de información en la mayoría de los casos unidireccional el cual puede ser en forma audiovisual, auditiva, impresa, etc.

El autor comenta que la afición y la fanaticada del fútbol dependen de forma importante de la distribución masiva del juego, por lo que la televisión, al ser y poseer la estructura distribuidora ha sido el medio de comunicación que ha podido sacar un mayor provecho de los eventos deportivos como negocio.

Para convertir al deporte en el negocio redituable que es, la televisión desarrolló una reesquematización del fútbol en donde la práctica deportiva pasa a ser un espectáculo de masas y donde el aficionado para a ser un consumidor.

La historia de la televisión y el fútbol es larga, y al hacer una breve revisión de ella uno se percató de la importancia del uno con el otro y el cómo los avances tecnológicos de la televisión han afectado en cómo se vive, se percibe e incluso se juega el fútbol.

Espinosa escribe:

Así tenemos que la difusión del fútbol se va extendiendo por más de 150 años, desde las primeras crónicas deportivas, plasmadas en los diarios locales del Reino Unido, hasta la transmisión vía streaming popularizadas gracias al uso extendido del internet. Proceso que ha sido siempre de la mano con las innovaciones técnicas y organizativas, cuya dinámica general de acuerdo con Harvey (1990) consiste en la reducción de obstáculos que implican rigidez para la producción, así como la obsolescencia planeada en el consumo a través de la movilización de la moda y la publicidad.⁴⁸

⁴⁸ Espinosa, G., Hegemonía, identidad y fútbol. Un estudio desde la geografía cultural, Ed. UNAM, México, 2014, p.57.

Como se explicó, la investigación de Espinosa tiene un carácter económico, por lo que su análisis se ve permeado por sus visiones político-económicas, a continuación presento algunos de los argumentos brindados por el autor para afirmar que el fútbol como espectáculo existe como una herramienta de el sistema neoliberal y su percepción del fútbol como mercancía.

Como bien lo menciona el autor, la difusión del fútbol como espectáculo y la posterior creación de afición futbolística han provocado que las empresas y las televisoras principalmente, miren al deporte como una potencial fuente de ingresos por lo que han apostado a invertir no sólo al desarrollo del producto deportivo en sí mismo, sino también a la publicidad.

Para el autor es fundamental que se analice el fútbol y la creación de identidades que surgen de él como un sector aprovechado por las clases gobernantes y dominantes locales para incrementar sus estructuras de poder.

La dinámica del fútbol-espectáculo se ajusta y se desarrolla en función a ese marco de competencia, transformando el juego de fútbol en una mercancía, en fútbol espectáculo, donde la ganancia no sólo se antepone a la diversión, a lo deportivo y los códigos de lealtad tan arraigados al incha tradicional; sino que en todo ello se encuentra un incentivo para aumentar sus dividendos.⁴⁹

La principal crítica que le haré a la investigación de Espinosa, y la que considero es su error más grande por la manera en que aborda la problemática del fútbol como mercancía, es que resulta simplista, contradictoria a su propia investigación y carece de un análisis económico serio de cómo funciona, no sólo la industria deportiva, sino cualquier negocio en un sistema capitalista.

Al ser su trabajo una investigación la cual gira alrededor de un análisis económico, Espinosa comete el error de “romantizar” el fútbol, el autor hace la distinción entre lo que podríamos decir que considera como el “fútbol puro” el cual es aquel que existe previamente a la intervención de los capitalistas que buscan

⁴⁹ Espinosa, G., Hegemonía, identidad y fútbol. Un estudio desde la geografía cultural, Ed. UNAM, México, 2014, p.59.

generar una ganancia de él y lo que sería el “fútbol corrompido” el cual en sus palabras antepone la ganancia a la diversión y los “códigos de lealtad” arraigados en el incha tradicional.

El problema es creer en la existencia de un “fútbol puro” cuando lo abordamos como un deporte de masas, tal estadio del fútbol en este contexto es inexistente y comentamos que resulta contradictorio a su propia investigación puesto que el mismo autor comenta que la televisión es génesis fundamental de la creación de fanaticada.

No existe un escenario en el que el deporte masivo y la diversión sea el objetivo principal, como bien menciona Espinosa, el objetivo de una empresa privada, como lo son las televisoras, dentro de un sistema capitalista siempre va a ser la acumulación de capital, por lo que al ser la televisora la poseedora de la estructura de difusión deportiva resulta ilusorio que la ganancia no sea el objetivo principal de ésta.

El fútbol en su estado puro, si es que tal cosa existe, se podrá encontrar en los llanos, en partidos en la calle o en un contexto local no masificado, e incluso en estos espacios encontraremos que el capital y el despliegue de identidades a través de símbolos identitarios brindados por el mercado se encuentran presentes en todo momento (jersey, tenis deportivos, balones, etc.).

Considero que esta postura hacia el fútbol como mercancía peca por un lado como ya dijimos romantizar al fútbol y añorar un pasado que en este caso nunca existió y al mismo tiempo satanizar la mercantilización de un producto del cual no sólo se ven beneficiados las élites y los gobernantes, como considera Espinosa, sino que son industrias con múltiples niveles de ganancia en donde evidentemente el inversor que aporta el capital de riesgo será quien perciba el mayor retorno de inversión, esto no evita que exista una derrama económica a otros agentes económicos que participan en esta industria.

Si bien el objetivo de esta investigación no es profundizar en el tema del cómo funciona el fútbol dentro del sistema económico capitalista, me pareció que era

importante y aportaba al trabajo presentar una investigación sobre el fútbol como creador de identidades la cual ofreciera una postura diferente a la presentada en este trabajo.

Por último retomaré un párrafo perteneciente a las conclusiones de Espinosa:

El rol de la publicidad y la imagen, como movilizadoras de la moda y los estereotipos, ha incursionado contundentemente en el mundo del balompié contemporáneo, sobre todo a partir de la década de 1990, reorientando los significados y las pertenencias; lo cual resulta fundamental para una cultura posmoderna, soporte ideológica de la acumulación flexible que se alimenta con los esquisitos proporcionados por un vasto, deslocalizado, y atemporal banco de imágenes y referencias culturales.

Lo anterior es importante pues el autor señala muy bien el incremento de la publicidad y la presencia del fútbol como creador de identidad a partir de los años noventa. El fútbol genera y difunde más que estereotipos, arquetipos de lo que constituye a un aficionado de fútbol.

2.4. La importancia social del fútbol mexicano contemporáneo y sus implicaciones psicológicas para la constitución de la identidad nacional

El siguiente trabajo a revisar es el realizado por Maribel Álvarez, quien aborda la problemática del fútbol y la identidad nacional desde una perspectiva psicológica y la importancia que esto representa para el México contemporáneo.

Para la autora la Selección Mexicana de Fútbol ha servido a lo largo de la historia como una amalgama psicológica en el imaginario colectivo de la población mexicana, la cual ha permitido que los sujetos puedan imaginarse unidos hacia un mismo designio o proyecto histórico, lo cual ha permitido “la creación de narrativas, valores y rituales que a su vez fortalecen y estimulan sentimientos afines y de pertenencia entre los habitantes de una ciudad, estado e incluso del país.”⁵⁰

⁵⁰ Álvarez, M., La importancia social del fútbol mexicano contemporáneo y sus implicaciones psicológicas para la constitución de la identidad nacional, Ed. UNAM, México, 2009, p.58.

Álvarez comenta que esta concentración colectiva en eventos deportivos y específicamente el fútbol ha tenido sus repercusiones político-sociales, ejemplo de esto menciona el mundial de México 86, el cual venía precedido de uno de los más fuertes temblores en la historia del país. Si bien se reconoce que el mundial fungió como analgésico social permitiendo a la población mexicana entretenerse y alejarse por 30 días de la fuerte crisis económica y social la cual México atravesaba, se resalta también que el fútbol en este caso tuvo la función de distractor social hacia los malos manejos de Miguel de la Madrid y su gobierno ante la crisis del país.

Desde un punto de vista psicológico, Álvarez concibe al fútbol como un generador de identidad colectiva desde el cual se puede experimentar al país y la idea de comunidad de una forma tangible más que abstracta. Es así que ella lo reconoce como un vehículo para la socialización de los sujetos en sociedad los cuales a partir de él logran la comunicación y la vivencia de ciertos valores colectivos emanados por las diferentes instituciones sociales existentes dentro del deporte.

En un tiempo en que las instituciones en México atraviesan crisis en su misma constitución, el fútbol se mantiene como un fuerte conglomerador y creador de identidades, su importancia en el conciencia colectivo y el imaginario común sigue invitando a la gente a juntarse, reunirse y conocerse.

Un punto importante que toca la autora en su trabajo es el estudio de las identidades colectivas con límites territoriales, es decir las identidades regionales que identifican a los pueblos en México.

El orgullo que puede sentir una población por un equipo deportivo que los representa, la resignificación y afirmación de lo propio, 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 el equipo, que lleva los colores de nuestra bandera, de nuestra institución de nuestra ciudad, se juega el honor de

la colectividad representada en la lucha contra otros.⁵¹

Se destaca en su trabajo la fuerte resonancia que el fútbol tiene en la identidad nacional de México y su potencial como amplificador de pasiones nacionales las cuales están ligadas al equipo nacional, en el cual se deposita una carga simbólica la cual está constituida de expectativa, interés y emoción individual y colectiva.

2.5. Política y fútbol

Como último trabajo a revisar en este capítulo hablaré de la investigación de Miguel Ravelo et al. quienes estudian el proceso de identificación sociocultural que tienen los jóvenes en campos como la política y el fútbol.

Los autores parten desde un punto diferente al de otros investigadores que hemos mencionado durante este trabajo, mientras otras investigaciones hablan de la transición del fútbol como deporte a un espectáculo-entretenimiento, esta investigación entiende al fútbol en primera instancia como un entretenimiento masivo y a partir de ahí estudian su transformación e incorporación a la cultura de una población.

La socialización toma un eje fundamental en la investigación de los autores puesto que para que exista la incorporación del fútbol como cultura debe existir en la vida diaria de los sujetos que conforman dicha sociedad. Un ejemplo de esto es que el fútbol existe como una de las principales actividades socializadoras de los infantes con sus iguales de la misma edad. El fútbol es un vehículo para que los niños exploren su entorno, sus relaciones con sus iguales y adquieran las habilidades sociales que les permitirán desenvolverse como sujetos en sociedad.

Como ya lo hemos mencionado en repetidas ocasiones, el fútbol en México se encuentra impregnado en la vida cotidiana de los individuos y ocupa un papel

⁵¹ Álvarez, M., La importancia social del fútbol mexicano contemporáneo y sus implicaciones psicológicas para la constitución de la identidad nacional, Ed. UNAM, México, 2009, p.62.

predominante en ella en comparación con cualquier otro tipo de entretenimiento. Los autores llaman “La era del fútbol” en México a la situación de México contemporáneo en donde la presencia del deporte en nuestra sociedad es “inaudita” y la cual no se compara con ningún otro deporte en ningún otro tiempo tanto en involucramiento por parte de la sociedad como en la pasión y sus repercusiones político-sociales.

Distintos factores influyen en que el fútbol tenga la relevancia que tiene hoy en día en nuestra sociedad, y múltiples de esos factores son descritos a lo largo de esta investigación. Ravelo et al. destacan el potencial que tiene este deporte como cohesionador social dada la posibilidad que le brinda a los aficionados de sentirse como parte de un todo.

El ser humano, naturalmente sociable, buscará siempre la afinidad y convivencia con sus semejantes y con los individuos de su comunidad. De esta forma, el fútbol permite lograr tanto la identificación como la cohesión social, entendiendo a ésta última como el grado de consenso de los miembros de un grupo social en la percepción de pertenencia a un proyecto o situación común. Los individuos se ven ahora por una misma satisfacción y un mismo ideal.⁵²

Esta amalgama social creada por el fútbol crea un campo de acción en el cual personas provenientes de diferentes estratos sociales pueden encontrar un *habitus* con el que se identifican, se adaptan y modifican al desenvolverlo en la interacción de unos con otros. Los autores señalan de forma correcta que la actividad del fútbol no está limitada a ningún sector de la población y que dentro del campo de acción de este deporte el estrato del que cada individuo proviene no tiene importancia. Si bien, concuerdo en el punto de que el fútbol ha dado cabida a que diversos grupos con diferentes antecedentes sociales, difiero en que la clase social y/o estrato social no juegan un papel en cómo se desenvuelven las relaciones

⁵² Ravelo, M, et al., Política y fútbol: Los jóvenes en el proceso en identificación sociocultural, Ed. UAM, México, 2006, p.52.

dentro del campo del fútbol. El estrato social del que cada aficionado e incluso cada club provienen será fundamental para la creación de la identidad que busca externalizar hacia sus iguales antagónicos por lo que no podemos pasar por alto un factor tan importante como éste.

Como hemos visto en las diferentes investigaciones expuestas y en ésta misma, cuando hablamos de identidades nacionales ligadas al fútbol un agente importante y recurrente en la investigación de este deporte es la Selección Nacional. Para los autores ésta existe como un representante de la sociedad, la cual va a dar logros y fracasos a la sociedad; la identificación de los individuos con este equipo de fútbol representativo alcanza niveles en los que el ánimo de un país se verá afectado por una derrota o una victoria.

El poder que tiene el fútbol de influir en la sociedad desembocará en que éste transmita diferentes actitudes y prácticas las cuales pueden ser negativas o positivas para la sociedad. Este es un punto muy importante tocado por los autores pues pocas veces se estudia el deporte y las políticas públicas ligadas a él desde un punto psico-social en donde ésta institución social sea un vehículo para la implementación de valores en la sociedad. Si bien, se suele estudiar cómo el fútbol externa una forma de ver, entender y vivir la realidad de los sujetos, pocas veces se da una propuesta desde el campo científico social para la utilización del deporte como cohesionador social con base en los valores que se busca que la sociedad incorpore.

Ravelo et al. comentan que el fútbol tiene elementos tanto socializantes como des-socializante dada su capacidad de crear relaciones afectivas con ellos que comparten la adscripción con un club como la creación de una rivalidad con aquellos que se encuentran apoyando a un club antagónico. Cabe destacar en este punto que quizá la palabra “des-socializante” no es la correcta para describir este fenómeno, puesto que hay que entender que aunque la socialización sea negativa o esté basada en una rivalidad, sigue existiendo una interacción entre los sujetos que comparten un mismo campo de acción.

Como vemos el fútbol como creador de identidades puede ser abordado desde distintas ramas de las ciencias sociales y así aportar diferentes puntos de vista los cuáles pueden ir desde considerar al deporte como un cohesionador de identidades en sociedad y por ende una fuerza positiva, hasta considerarlo como una actividad la cual se encuentra corrompida y sirve a los intereses de ciertos grupos de elite de la sociedad.

La realidad es que como en cualquier estudio no existen blancos y negros, sino que la investigación de este fenómeno social está lleno de matices y es por eso que su estudio y trabajo se debe seguir promoviendo. Las investigaciones hechas por otros tesisistas como las presentadas en este capítulo dan un vistazo a lo que se ha hecho en nuestro país en estos estudios, sin embargo, la falta de un trabajo de investigación el cual tenga repercusiones en política pública es evidente y necesario en un país en donde la política, el ánimo y el bienestar están estrechamente ligados con el fútbol.

El territorio, los medios, la identidad y la socialización son una pequeña parte de las posibilidades que este campo de estudio ofrece al investigador, el fútbol tiene mucho que ofrecer para el estudio de las sociedades, de mismo modo que muchos otros objetos de estudio los cuales son descartados dada la percepción de la comunidad científica de que éstos “no son serios”.

Capítulo III: Ideología, identidad y fútbol en México

3.1. Identidades colectivas y la interpelación del individuo concreto en sujeto concreto

El objetivo de esta investigación es hablar de la identidad del mexicano y cómo el fútbol ha ayudado a conformar dicha identidad. En el primer capítulo nos dedicamos a definir los conceptos pilares de esta investigación: fútbol, identidad y socialización; en este tercer capítulo empezaremos por construir definiciones como identidad

colectiva, identidad nacional e identidad mexicana, al mismo tiempo que vemos la participación del fútbol en cada una de éstas.

Cuando hablamos de una identidad colectiva, hablamos de una identificación que pasa de ser individual a ser compartida. Notaremos que los elementos que conforman a ambas no varían mucho y se conforman prácticamente de las mismas características que mencionamos en el primer capítulo.

El concepto de identidad colectiva refiere a la identidad que comparte un grupo determinado, es decir, se diferencia de la identidad individual (y su componente de identidad social), en cuanto a que la primera se expresa en términos del “yo”, mientras que la identidad colectiva lo hace mediante el uso de “nosotros” que se distinguen de un “ellos”. En este sentido, Beriain señala que “El proceso de formación de la identidad colectiva se articula en torno a la autoconcepción del grupo [...] a la idea que la sociedad tiene sobre sí misma y en torno a sus condiciones -límites-bordes...” (Berlain, Lanceros, 1996.p17) es decir, la identidad colectiva deja de ser una identidad individual, extrapolando hacia un grupo o colectividad, como lo indica el nombre.⁵³

Como podemos notar, los elementos principales de la identidad individual se mantienen cuando hablamos de identidades colectivas, ejemplo de esto es la diferenciación entre el “yo” y el “otro” que mencionaba Giddens hablando de la identidad. En este caso, el “yo” pasa a ser “nosotros” y el “otro” pasa a ser “ellos”.

Entonces, si decimos que los elementos entre estos dos tipos de identidades son muy similares y el factor principal para diferenciarlos es que uno existe en la individualidad y el otro en la colectividad como su mismo nombre lo indica, surge la pregunta de por qué es necesario dedicarle un espacio al análisis de la identidad colectiva en este trabajo.

Maya Pérez describe la importancia de esto de la siguiente manera:

Tener claro que en un mismo sujeto social, colectivo o individual existen diferentes tipos de identidad,

⁵³ Zidane, Z, et al., Identidad nacional y nacionalismo: La problemática de los nacionalizados en la selección mexicana de fútbol. En W. Soto Acosta, Política Global de fútbol: Clacso, 2018., p.127.

permite comprender, por una parte, las contradicciones que puede haber entre ellas y por otra, cuales se activan, según sean los contextos de interacción y los intereses puestos en juego en un momento dado ya sea para fines de diferenciación, de sobrevivencia, de alianza y hasta de negociación con otros actores sociales.⁵⁴

Es así que se debe comprender que si bien, identidades individuales y colectivas comparten la mayor parte de sus elementos constitutivos, la manera en que los sujetos van a manejar y adquirir estas identidades va a ser muy diferente. A continuación, mencionaré tres puntos que me parecen fundamentales al momento de hablar de la relación entre identidad individual y colectiva.

En primera instancia se señala que la identidad individual y las identidades colectivas que existen en un sujeto, no necesariamente se encontrarán en armonía. Esto quiere decir que dichas identidades pueden diferir en ciertos aspectos ideológicos o incluso ser contradictorias.

En segundo lugar, ambos tipos de identidad se retroalimentan entre sí, la identidad individual de los sujetos se verá influenciada por los grupos, instituciones o causas en los que participe y se desenvuelva, creando así una nueva identidad colectiva y modificando la identidad individual existente.

Y tercero, un sujeto puede tener más de una identidad colectiva, éstas serán desplegadas en distintos momentos de la cotidianidad de éste, dependiendo el contexto social en que se encuentre. Lo anterior sugiere que una identidad colectiva puede ser más predominante que otra dentro del habitus de un sujeto, lo que no significa que las demás no existan, sino que quedan latentes y a la espera de un contexto apropiado en el que ser desplegadas.

Siguiendo con esta misma idea, el hecho de que exista una identidad colectiva ya sea en términos objetivos o subjetivos, tampoco significa que todos los miembros que comparten dicha identidad lo hagan de manera homogénea, siempre existirán variaciones y matices en torno a los elementos que

⁵⁴ Bejar, R., & Rosales, H., La identidad nacional mexicana como problemas político y cultural, Nuevas miradas, Ed. UNAM, Cuernavaca, 2005, p.113.

componen dicha identidad, pero lo que sí debe haber es una coherencia entre dichos elementos, con el fin que permitan la cohesión de todos aquellos que se adscriben a dicha identidad. Así pues, las identidades colectivas se van a construir sobre aquello que es común para un determinado grupo, pero que al mismo tiempo simboliza la diferenciación respecto de otro.⁵⁵

Lo anterior concuerda con lo mencionado en el primer capítulo cuando mencionamos que los grupos de aficionados de un club deportivo van a compartir ciertos aspectos en común, como clase social, sistema de valores, región geográfica, etc; sin que esto represente una regla universal, existiendo dentro del grupo de aficionados diferencias entre sus integrantes, aún con dichas diferencias, la afición se construirá sobre un punto fundamental en común, el cual es el apoyo al club.

Es importante entender que las identidades, tanto individuales como colectivas no van a ejercer un papel meramente simbólico, su importancia instrumental es fundamental en el análisis de la cotidianidad de los sujetos y cómo se desenvuelven en los diferentes campos de acción a los que pertenecen.

El valor instrumental de las identidades explica el porqué de la existencia de múltiples identidades colectivas dentro de un mismo sujeto, como respuesta a los múltiples contextos sociales a los que se está expuesto en su día a día surge la necesidad de que éste tenga un *habitus* para desenvolverse en cada uno de ellos. Como señala Rogelio Ramírez “en términos individuales estas adscripciones son limitadas y no constituyen la totalidad de la identidad de la persona, pero son funcionales en varios sentidos para determinar sus sentidos de vida, resolver sus crisis existenciales y orientar sus afectos, pensamientos y conductas.”⁵⁶

Como primera conclusión de este segundo capítulo señalamos que la constitución de la identidad colectiva y su despliegue en diferentes contextos

⁵⁵ Zidane, Z, et al., Identidad nacional y nacionalismo: La problemática de los nacionalizados en la selección mexicana de fútbol. En W. Soto Acosta, Política Global de fútbol: Clacso, 2018., p.133.

⁵⁶ Ramírez Paredes, J., Lineamientos para un análisis de las identidades sociodeportivas en el fútbol, Sociológica, vol.26, núm 73, mayo-agosto, 2011, p.171

sociales está directamente relacionada con el *habitus* del sujeto, el cual marcará las pautas de distinción con las que el sujeto dará significado a su mundo social. En esta relación bidireccional la identidad colectiva marcará lo que se es y constituye a un conjunto de sujetos y ayudará a crear el *habitus* el cual indicará cuáles son las conductas apropiadas y las pautas de distinción dentro de dicho campo de acción, siendo este segundo elemento construido a partir del primero.

La siguiente cuestión a analizar es la forma en que los individuos adquieren e internalizan una identidad colectiva, para esto me parece pertinente abordar la teoría de Louis Althusser y su análisis acerca de la ideología y los aparatos ideológicos del Estado, sin dejar de hacer antes la aclaración de que este trabajo sólo retomará y coincidirá en la existencia mecanismos culturales los cuales están diseñados con el fin de imponer una ideología dominante y la forma en que estos son implementados en sociedad. Esta aclaración se hace con el fin de mantener fuera del marco teórico de esta investigación la teoría marxista la cual es pilar fundamental del trabajo de Althusser.

Para empezar, explicaremos la teoría de Althusser sobre los aparatos ideológicos del estado y posteriormente explicaremos como se adapta esta concepción a los conceptos que hemos estado manejando a lo largo de este trabajo.

Althusser ocupa tres conceptos fundamentales los cuales son: Aparatos del Estado, Aparatos Represivos del Estado y Aparatos Ideológicos del Estado. Althusser se basa en la teoría marxista que define el Aparato del Estado (AE) como aquello que comprenden el gobierno, la administración, el ejército, la policía, los tribunales, las prisiones, etc; Althusser nombrará a éstos en su propia teoría como Aparatos Represivos del Estado (ARE), dado que funcionan mediante la violencia para mantener un cierto orden.

El autor hace la diferenciación entre los ARE y los Aparatos ideológicos del Estado (AIE) en que si bien, ambos buscan imponer un orden, los primeros funcionan principalmente través de la violencia mientras los segundos por medio de la ideología.

[...] todo aparato de Estado sea represivo o ideológico, “funciona” a la vez mediante la violencia y la ideología, pero con una diferencia muy importante que impide confundir los aparatos ideológicos de Estado con el aparato (represivo) de Estado. Consiste en que el aparato (represivo) de Estado, por su cuenta, funciona masivamente con la represión (incluso física), como forma predominante y sólo secundariamente con la ideología. (No existen aparatos puramente represivos.) Ejemplos: El ejército y la policía utilizan también la ideología tanto para asegurar su propia cohesión y reproducción, como por los “valores” que ambos proponen hacia afuera.⁵⁷

El papel de los AIE es entonces crear un sistema de reproducción de conductas y creencias basados en la transmisión de la ideología dominante a través de las distintas instituciones sociales con las que los individuos de una sociedad tienen contacto y se relacionan en su día a día. Estas son bastas y variadas, pueden pertenecer al ámbito religioso, escolar, familiar, político, sindical o cultural (En el cual se encuentra el deporte).

Althusser define a la ideología como “el sistema de ideas, de representaciones, que domina el espíritu de un hombre o un grupo social”⁵⁸ y la cual “es una ‘representación’ de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia.”⁵⁹

El autor busca dejar lo anterior muy claro y enfatiza en que la ideología no responde a una representación de las condiciones reales de existencia del sujeto ni a su mundo real, sino que existe como una deformación imaginaria a la forma en que el sujeto percibe su realidad.

Esta creación de una representación imaginaria de la realidad lleva consigo el ejercicio de un *performance*, un conjunto de conductas y autorregulaciones a las que el sujeto debe apegarse para ser fiel a su ideología. Reiteramos que a esto último nos hemos referido a lo largo de este trabajo como *habitus*.

⁵⁷ Althusser, L., Ideología y aparatos ideológicos del Estado, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1988, p.9.

⁵⁸ *Ibíd.*, p.16.

⁵⁹ *Ibíd.*, p.18.

El individuo en cuestión se conduce de tal o cual manera, adopta tal o cual comportamiento práctico y, además participa en ciertas prácticas reguladas, que son las del aparato ideológico del cual “dependen” las ideas que él ha elegido libremente con toda conciencia, en su calidad de sujeto. Si cree en Dios, va a la iglesia para asistir a la misa, se arrodilla, reza, se confiesa, hace penitencia (antes ésta era material en el sentido corriente del término) y naturalmente se arrepiente, y continúa, etc. Si cree en el deber tendrá los comportamientos correspondientes, inscritos en prácticas rituales “Conformes a las buenas costumbres”. Si cree en la justicia, se someterá sin discutir a las reglas del derecho, podrá incluso protestar cuando sean violadas, firmar petitorios, tomar parte en una manifestación etcétera.

Comprobamos en todo este esquema que la representación ideológica de la ideología está obligada a reconocer que todo ‘sujeto’ dotado de una ‘conciencia’ y que cree en las ‘ideas’ que su conciencia le inspira y acepta libremente, debe ‘actuar según ideas’. Si no lo hace, eso ‘No está bien’.⁶⁰

Al externar su ideología hacia el mundo, el sujeto se autoadscribe a un grupo, este grupo es aquel que comparte dicha visión del mundo y que constituirá el campo de acción en el que el sujeto buscará encajar, interactuar y ganar capital simbólico y social.

Si bien el grupo buscará autoreafirmarse y estructurarse, creando un sistema de conductas, modos de acción, símbolos identitarios, regulaciones, etc; también fungirá el papel de supervisor de sus integrantes señalándolos cuando la mayoría considere que uno de ellos está actuando de una forma que no corresponde o no es congruente con los ideales que dicho grupo dice estar adscrito. Otra forma de decir esto es que el campo de acción se autoregulará por sus integrantes cuando uno de ellos no siga las prácticas que el *habitus* ha dispuesto y ha creado específicamente para la interacción de sus miembros. El no acatar el *habitus* de un grupo, es decir, no seguir el estilo de vida con el que este se identifica, representará

⁶⁰ Althusser, L., Ideología y aparatos ideológicos del Estado, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1988, p.20.

una pérdida de capital simbólico y social al interior del grupo, que puede terminar incluso en la expulsión y marginalización de dicho campo de acción.

De la misma forma en que Bourdieu señala que el *habitus* crea una distinción entre lo que está bien y está mal, Althusser afirma que la ideología lleva al sujeto a la búsqueda de la congruencia entre las ideas que acepto libremente y su modo de actuar reconociendo qué acciones están bien y cuáles no.

Podemos entonces concluir por el momento que la ideología y el *habitus* estarán ligados siempre con modos de acción, como lo habíamos afirmado cuando definimos los conceptos de Bourdieu.

Lo que queremos analizar y por lo que se incluyó a Althusser en este trabajo es la forma en que una idea o una ideología son transmitidas de una institución social a un individuo.

El autor señala que la relación entre ideología y sujeto es co-dependiente, por lo que es imposible la existencia de una ideología y por ende un aparato ideológico, sin que el sujeto haga por medio de sus acciones rituales una materialización de dichas ideas.

Dada esta relación es la importancia de que los miembros de un grupo que comparte una ideología tengan claras las prácticas rituales que mantiene a una cierta idea en un plano material trascendente de su estado meramente abstracto.

Decimos que la categoría de sujeto es constitutiva de toda ideología, pero agregamos enseguida que la categoría de sujeto es constitutiva de toda ideología en tanto toda ideología tiene por función (función que la define) la 'constitución de los individuos concretos en sujetos.' El funcionamiento de toda ideología existe en ese juego de doble constitución, ya que la ideología no es más que su funcionamiento.⁶¹

Ambos elementos son entonces constitutivos uno del otro, para que el individuo concreto se constituya como sujeto necesita la incorporación de ideologías

⁶¹ Althusser, L., Ideología y aparatos ideológicos del Estado, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1988, p.22.

y las prácticas rituales que este conlleva. Dichas prácticas constituirán a la ideología como un concepto material.

La forma en que el sujeto internaliza la ideología es llamada por Althusser como la “interpelación”, menciona que “toda ideología interpela a los individuos concretos como sujetos concretos por el funcionamiento en la categoría del sujeto.”⁶²

La interpelación representa el proceso por el cual una institución social “recluta” y transforma a los individuos en sujetos, ofreciendo un campo de acción con oportunidades para ganar capital simbólico y social para desenvolver la ideología que al individuo le parece atractiva.

El concepto de interpelación de Althusser (2009), se refiere al proceso por el cual el individuo se identifica claramente con una causa político-ideológica, que para fines de este estudio se asumirá como una identidad, suponiendo que, con anterioridad este proceso, el sujeto no tiene un escenario clarificado sobre los identitarios y que, de hecho, puede ser interpelado atendiendo a diversas condicionantes de su identidad como clase social, religión, edad, género, etcétera. De tal modo, la interpelación rescata al individuo de dicho estado y lo relaciona directamente con una causa en específico que para el ejemplo desarrollado en este apartado, el individuo puede ser interpelado de su condición conservadora por algún partido político derechista, mientras que otro partido político sindicalista puede interpelarlo debido a su condición docente; dicha situación, el individuo priorizará sus identidades para tomar una decisión la cual no necesariamente le brindará el mayor beneficio, pero por ahora no se discutirá la calidad o carencia de la racionalidad en las identidades.⁶³

Para que una ideología logre interpelar a un individuo y con ello convertirlo en sujeto, estas deben cumplir ciertas condiciones para que logren ser congruentes con sus condiciones sociales de existencia y así sea posible que éste las reimagine,

⁶² Althusser, L., *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*, Ed. Nueva Visión, Buenos Aires, 1988, p.23.

⁶³ Zidane, Z, et al., *Identidad nacional y nacionalismo: La problemática de los nacionalizados en la selección mexicana de fútbol*. En W. Soto Acosta, *Política Global de fútbol: Clacso*, 2018., p.130.

creando una nueva representación imaginaria de su mundo basadas en las nuevas ideas internalizadas.

Como ya dijimos, son varios los tipos de instituciones las cuales pueden ser identificadas como AIE bajo la teoría de Althusser, las cuales pueden ir desde el sector educativo hasta el cultural. Si bien, para fines de este trabajo se rechaza la tesis de Althusser que señala que los AIE existen para transmisión de una ideología dominante a través de instituciones gubernamentales con el fin de oprimir al proletariado y mantener en el poder a las elites. Reconocemos la existencia de instituciones sociales las cuales buscan transmitir una ideología dominante a través de prácticas rituales las cuales se espera que el individuo internalice y normalice en su día a día.

El deporte existe como una institución social la cual puede servir para la transmisión de ideologías y modos de acción, es importante entender que para que éstas ideologías interpeleen a los individuos debe haber una congruencia entre la ideología y las condiciones reales de existencia del individuo, como: raza, clase social, género, etc; por lo que en un club deportivo como en cualquier otra institución social, notaremos que ciertos grupos poblacionales serán más propensos a ser interpelados por el conjunto de ideas que una institución emana que otros.

El deporte, la religión o la educación como instituciones sociales creadoras y propagadoras de ideologías aportan a la cohesión de grupos sociales, campos de acción e identidades colectivas. Una de las identidades colectivas más importantes y la cual queremos discutir en este trabajo es la identidad Nacional.

Dentro del fútbol y el uso de la institución social del deporte como un AIE encontramos el ejemplo brasileño. Golart, Da Silva y Pinheiro ocupan el término soft power, el cual refiere a “la habilidad de un actor para persuadir a otros a hacer lo que se desea, sin el empleo de la fuerza o coerción, es decir, sin recurrir al poder bruto (hard power).”⁶⁴

⁶⁴ Goulart Menezes, et al., El fútbol más allá de las cuatro líneas: Política internacional y el soft power brasileño. En W. Soto Acosta, Política global y fútbol, Clacso, 2018, p.22

Dada la definición podemos notar que el Soft power es esencialmente una forma de llamar al uso de los AIE para no tener la necesidad de ocupar el Hard power, es decir, los ARE.

Los autores mencionan que:

Lo que ha hecho del deporte un medio tan singularmente eficaz para inculcar sentimientos nacionales, en todo caso para los varones, es la facilidad con que hasta los individuos menos políticos o públicos pueden identificarse con la nación tal como la simbolizan unas personas jóvenes que hacen de modo estupendo lo que prácticamente todo hombre quiere o ha querido hacer bien alguna vez en la vida. La comunidad imaginada de millones de seres parece más real bajo la forma de un equipo de personas cuyo nombre conocemos. El individuo, incluso el que se limita a animar a su equipo, para ser un símbolo de su nación.⁶⁵

La predominante presencia del fútbol en la vida diaria de los sujetos ha hecho que este sea el espacio ideal para que reconozcan al deporte, y a quienes practican dicho deporte, como un símbolo representativo de la nación y de las aspiraciones personales de cada uno. El deporte logra materializar el conjunto de valores que sin una institución social que los represente sólo existiría como un concepto abstracto mucho menos tangible para el individuo que busca ser interpelado.

La historia política y social de Brasil no se logra entender sin el papel del fútbol en ella, durante la década de 1930 el deporte y el fútbol más específicamente “consolidó su popularización entre las masas, volviéndose parte de la cultura popular La buena campaña de la selección brasileña en el mundial de fútbol de 1938 en Italia, donde se logró la medalla de bronce, impuso aún más ese proceso y obtuvo la atención del gobierno brasileño.”⁶⁶

La popularización del deporte en Brasil dio paso a que éste existiera en el consciente colectivo de un mayor número de sujetos, lo que el gobierno brasileño

⁶⁵ Goulart Menezes, et al., El fútbol más allá de las cuatro líneas: Política internacional y el soft power brasileño. En W. Soto Acosta, Política global y fútbol, Clacso, 2018, p.78

⁶⁶ *Ibíd.*, p.70.

notó y vio como una oportunidad para capitalizar políticamente la popularidad del fútbol.

El presidente Getúlio Vargas (1930-45; 1951-54) fue el primer gobernante en comprender el fútbol como símbolo de la identidad brasileña; lo utilizó para impulsar la integración nacional y la aprobación popular de su gobierno. Entre las principales medidas adoptadas destacan: El financiamiento de la selección nacional, la candidatura para ser sede del mundial de fútbol de 1942 (ocurrió en 1950, por causa de la II Guerra Mundial), la inclusión de la profesión de “jugador de fútbol” en la *Consolidação das leis Trabalhistas* (CLT), creada en 1943, y la utilización de estadios: Pacaembu (Sao Paulo) y Sao Januario (Río de Janeiro) para el anuncio de acciones gubernamentales a la población.⁶⁷

El auge de esta instrumentalización del fútbol en Brasil se alcanzó en los años 70's tras el campeonato mundial conseguido en México, lo cual el dictador Emilio Garrastazu Médici aprovechó para “promover al país como nación vencedora” y “desviar el foco de la represión política y de las torturas practicadas en los centros legales e ilegales de detención de la dictadura civil-militar.”⁶⁸

Los dos casos anteriores tanto de Garrastazu como de Vargas representan el inicio del fútbol como una herramienta de los poderes políticos en Brasil. Al día de hoy, podemos notar cómo la estrategia ha cambiado de no sólo utilizar las victorias futbolísticas tanto de forma propagandística, cohesionaria y como método para desviar atención de otros problemas políticos, sino que hoy en día en Brasil (Y en muchos otros países donde el fútbol ocupa un fuerte papel en la vida de las personas – Como en México -) el fútbol se utiliza para aplicar el ya mencionado poder suave.

Brasil ha ocupado el fútbol como herramienta diplomática. Uno de los ejemplos más claros de esto fue su estrategia de cara al mundial de 2014 con sede en dicho país. El fútbol le sirvió al gobierno brasileño para mejorar sus alianzas con

⁶⁷ Goulart Menezes, et al., El fútbol más allá de las cuatro líneas: Política internacional y el soft power brasileño. En W. Soto Acosta, Política global y fútbol, Clacso, 2018, p.79.

⁶⁸ *Ibíd.*, p.80.

gobiernos extranjeros, se convirtió de algún modo en un departamento más del ministerio de Relaciones Exteriores de Brasil.

Entre las acciones alrededor de este mundial que el gobierno brasileño realizó se encuentran: “acuerdos de cooperación deportiva: el envío de pelotas, uniformes, entrenadores y jugadores para los países cobres, así como la recepción de selecciones extranjeras para que realicen entrenamientos en asociación con los clubes brasileños.”⁶⁹

El fútbol en Brasil en la última década, y el deporte en general si tomamos en cuenta que también realizaron los juegos olímpicos de 2016, ha sido ocupado de forma propagandística por la izquierda populista brasileña para consolidar y legitimar su poder, aprovechando la fuerte identificación que existe entre los ciudadanos brasileños con la llamada “verde amarela”.

Así como en Brasil el deporte fue utilizado dada su fuerte impregnación en la vida de los brasileños la cual es resultado de una historia política ligada a este deporte desde sus inicios en ese país, mismo ejemplo veremos en países como México; lo anterior es posible como ya fue adelantado gracias a la identificación con símbolos identitarios provistos por el deporte y que actúan de forma cohesionadora de los sujetos con base en lo que describiremos y definiremos a continuación como Identidad Nacional.

3.2 Identidad Nacional

La identidad nacional existe como un tipo de identidad colectiva de la cual sus características constitutivas suelen responder a una cuestión geográfica, sin que esto signifique que sus miembros deban pertenecer o residir forzosamente dentro de estos confines territoriales.

⁶⁹ Goulart Menezes, et al., El fútbol más allá de las cuatro líneas: Política internacional y el soft power brasileño. En W. Soto Acosta, Política global y fútbol, Clacso, 2018, p.84.

La identidad nacional parte de la concepción de nación como “una ‘comunidad política imaginada’, fundada en un legado cultural supuestamente compartido y asentada en una porción de territorio que se define y se vive como patria.”⁷⁰

Esta creación basada en un conjunto de elementos compartidos basados en un legado sociocultural serán terreno fértil para la creación de identidades colectivas nacionales las cuales no serán más que la interpretación de ese legado nacional constitutivo de lo que dicho territorio entiende como nación. Lo anterior significa la existencia de diferentes tipos de identidad nacional existentes dentro de un mismo territorio a pesar de que los elementos de legado nacional compartido sean mayormente los mismos, esto puesto que la ideología que interpeló a los individuos los hará reimaginar su mundo de una forma diferente dados sus distintos contextos sociales y condiciones reales de existencia. Lo anterior nos deja claro que la identidad Nacional que existe en distintas partes de México y entre distintos grupos sociales será tan diferente como sus condiciones de existencia.

Desde el punto de vista de los individuos, la identidad nacional no sería más que el sentimiento de pertenencia nacional. Pero si la consideramos desde la perspectiva de la comunidad nacional en su conjunto, podría definirse como la representación socialmente compartida – y exteriormente reconocida- del legado cultural específico que supuestamente define y distingue a una nación en relación con otras.⁷¹

Al considerar a la identidad nacional como un sentimiento entendemos que ésta puede ser adoptada y no es exclusiva de aquellos individuos que hayan nacido o residan en el territorio al que dicha identidad es correspondiente. Por lo tanto, podemos afirmar que la identidad nacional no es más que una ideología la cual interpela a los sujetos que sienten afinidad con ella y esta identidad variará la intensidad con la que cada sujeto la representa.

⁷⁰ Bejar, R., & Rosales, H., La identidad nacional mexicana como problemas político y cultural, Nuevas miradas, Ed. UNAM, Cuernavaca, 2005, p.82.

⁷¹ *Ibíd.*, p.83.

La identidad nacional mantiene las características fundamentales de cualquier identidad, entre ellas cabe destacar la necesidad de ser reconocida externamente del sujeto mismo. Es decir, que una nación emana una identidad nacional representada a través de sus sujetos interpelados hacia el resto el mundo, en busca de mostrar y ser identificad por un legado sociohistórico.

La forma en que los habitantes de una nación internalizan una identidad colectiva, crean un habitus alrededor de ella y se reconocen como sujetos es “una forma de apropiación (ideológica, simbólica, afectiva y hasta física) con respecto de los bienes más representativos de la cultura propia.”⁷² Dichos bienes representativos de la cultura propia no van a ser escogidos por el individuo, sino que serán presentados a él a lo largo de su vida a través del proceso de socialización primaria y secundaria a través de diferentes instituciones sociales como lo son la familia, la escuela, la religión o el deporte.

Estos elementos evidentemente serán previos al individuo pues son conformados por un legado sociohistórico desde el cual la nación ha sido construida. Dado lo anterior, las instituciones sociales que ya mencionamos serán las encargadas de seguir produciendo y reproduciendo dicha ideología dominante dentro de la sociedad, transmitiéndola a través del proceso socializador.

Al ser la identidad nacional una representación y vehículo para la producción y reproducción de la ideología dominante de la nación “el patrimonio cultural adquiere la importancia de un correlato simbólico, puesto que sirve de fondo y dota de sentido a las instituciones y el quehacer social. Sin embargo, también lo ha sido como referente de un fenómeno de estadolatría.”⁷³

El Estado y el patrimonio cultural se encuentran ligados, siendo que el segundo es necesario para la formación del primero.

Entre Estado y Nación se establece una relación de representatividad sustantiva. Este proceso, el estado aparece como la expresión sustancializada

⁷² Bejar, R., & Rosales, H., La identidad nacional mexicana como problemas político y cultural, Nuevas miradas, Ed. UNAM, Cuernavaca, 2005, p.140.

⁷³ *Ibíd.*, p.145.

de la sociedad civil (lo que recuerda la concepción hegeliana). Esta función representativo-sustantiva, implica una apropiación de las cualidades de aquello que es representado: la nación, el pueblo o la sociedad civil, pero también el patrimonio cultural. Con ello, el Estado aparece ante la sociedad rodeado por el aura del prestigio histórico y simbólico de ese patrimonio, cuya historicidad es también, a su vez, fuente de hipostatización; adoptando sus características por una vía simpatética; como un maná transmitido.⁷⁴

Al ser la apropiación del patrimonio cultural por parte del Estado una forma de legitimación de éste, la identidad nacional tiene el potencial de convertirse en un sentimiento nacionalista.

Por nacionalismo entendemos “la lealtad y el compromiso empeñados en defensa de los intereses de una nación, que suelen expresarse, entre otras cosas, en la disposición para defender su honor, valores culturales, su autonomía y, sobre todo, su integridad territorial frente amenazas externas.”⁷⁵

El ejemplo más conocido es el que surgió desde inicios de los años 20' en Alemania por el Partido Nacional Socialista Obrero Alemán, y que posteriormente desembocaría en el movimiento Nazi como hoy lo conocemos y del cual aún quedan remanecientes en nuestra sociedad actual.

El que un patrimonio cultural se convierta y sea representado como una identidad nacional o un nacionalismo dependerá de la constante resignificación que la sociedad le confiere a éste, por esto es que las representaciones del pasado socialmente compartido podrán adquirir nuevas actualizaciones las cuales corresponden a una nueva reconstrucción histórica dada por la reinterpretación de los individuos que la adaptan a su espacio y tiempo.

⁷⁴ Bejar, R., & Rosales, H., La identidad nacional mexicana como problemas político y cultural, Nuevas miradas, Ed. UNAM, Cuernavaca, 2005, p. 145.

⁷⁵ *Ibíd.*, p.83.

El patrimonio cultural se conforma tanto de bienes físicos como lo pueden ser monumentos, edificios, ruinas, etc, así como de la representación ideológica que existe en el imaginario social de una nación.

En México se creó una identidad nacional y un habitus que representan el “ser mexicano”, incluyendo la implementación de prácticas rituales, ideología y campos de acción.

3.3 El mito de la mexicanidad, el pelado campesino y el paraíso edénico

La creación de una identidad nacional mexicana y el habitus que esta conlleva se puede rastrear a diferentes momentos históricos que han dejado un legado y un patrimonio cultural compartido en este territorio. Hay quien ubica el inicio de esta identidad nacional a partir de las primeras décadas del México independiente en donde por un lado existía “la concepción elitista que descartaba a las comunidades campesinas e imponía una visión vertical del poder, a pesar de sus variantes federalistas y centralitas: y por otro, una concepción popular que enfatiza la autonomía municipal (reinterpretada según los usos y costumbres locales) e ‘imaginaba’ la nación como una emanación de los pueblos a partir del ejercicio de una especie de democracia directa asambleísta.”⁷⁶ De mismo modo hay quien atribuye al proceso posrevolucionario el papel más importante en el desarrollo de una identificación colectiva con base en los elementos identitarios de dicho evento histórico.

Cualquiera de las dos teorías históricas reconoce que la construcción de la identidad nacional mexicana forma parte de un proceso impositivo y autoritario por parte de las instituciones sociales las cuales se han encargado de crear un sentido de pertenencia ligado al territorio nacional.

⁷⁶ Bejar, R., & Rosales, H., La identidad nacional mexicana como problemas político y cultural, Nuevas miradas, Ed. UNAM, Cuernavaca, 2005, p.88.

En el caso de este trabajo consideramos que el proceso posrevolucionario impactó de una forma más importante la creación de un Estado-Nación mexicano aportando un conjunto de elementos culturales los cuales se volverían pilares para el imaginario social del “ser mexicano”. Esto no significa que no se reconozcan los aportes del proceso independentista a la constitución de la “mexicanidad”, simplemente creemos que no tuvieron un impacto de las mismas dimensiones en el ser colectivo mexicano como la revolución sí lo tuvo hasta nuestros días.

Entonces surge una de las preguntas clave para este trabajo: ¿Qué es ser mexicano? ¿Qué constituye la mexicanidad? ¿De dónde surge esta creación identitaria? Una vez que hayamos respondido dichas preguntas podremos pasar a entender cuál es y fue el papel del fútbol en la creación de la identidad del mexicano.

Roger Bartra hace un análisis de la identidad del mexicano, dejando en claro que los mecanismos legitimadores que una identidad nacional impuesta autoritariamente como lo es la mexicana no es endémica de nuestro territorio, sino que forma parte de un proceso histórico de la cultura occidental el cual se adapta a la realidad mexicana.

Para el autor, se ha creado una especie de mitología mexicana, en la cual la cultura moderna ha inventado un “paraíso perdido” el cual añora, puesto que el hombre moderno ha perdido la inocencia primitiva y su orden original.

Bartra afirma que dicho edén mítico es esencial para “trazar el perfil de la nacionalidad cohesionadora; indispensable para poner orden en una sociedad convulsionada por la veloz llegada de la modernidad y sacudida por las contradicciones de la nueva vida industrial.”⁷⁷

Aquel hombre primitivo y original el cual se ha mitificado y se recuerda con melancolía tiene distintas fuentes sociohistóricas, la más importante proveniente del proceso posrevolucionario.

El estereotipo del campesino, como ser melancólico, ha llegado a convertirse en uno de los

⁷⁷ Bartra, R., La Jaula de la melancolía, Identidad y metamorfosis del mexicano, Ed. Grijalbo, México, 1987, p.32.

elementos constitutivos más importantes del llamado carácter del mexicano y de la cultura nacional. Es preciso reconocer que una buena parte de lo que se llama el “ser del mexicano” no es más que una transposición, al terreno de la cultura, de una serie de lugares comunes e ideas-tipo que desde antiguo la cultura occidental se ha forjado sobre su sustrato rural y campesino.⁷⁸

Se crea entonces una dualidad sociohistórica, donde el hombre edénico y “original” representa el estado natural del mexicano, mientras el hombre contemporáneo es la representación de un proceso industrial y civilizador que le ha privado de un supuesto conjunto de valores los cuales se añoran con melancolía.

La creación del mito de un hombre primigenio surge como una respuesta a la necesidad del hombre moderno de entenderse como sujeto dentro de un territorio nacional y entender procesos de modernidad y de progreso nacional (De dónde soy, en dónde estoy y a dónde me dirijo).

La creación de la mexicanidad en el Siglo XX forma parte de un proceso vertical de arriba a abajo, en donde la intelectualidad mexicana se encargó de la creación de dicho mito, aportando las características y los arquetipos que ayudaron a la creación y cohesión de la nación mexicana.

El perfil del mexicano que describe Ramos es una proyección cultural de la imagen que se ha formado la intelectualidad -o al menos una parte de ella- del pueblo. La formación de esta imagen sólo puede explicarse por la dinámica política de la cultura dominante y por la función de los arquetipos en los mecanismos de legitimación; es una imagen que no procede de la investigación científica, sino de la historia de la cultura nacional [...] ‘Los pueblos hispanoamericanos han sufrido las consecuencias de la tesis autodenigratoria sostenida constantemente durante un siglo, hasta formar el arraigado sentimiento de inferioridad étnica, que una reacción puede convertir en exceso de vanagloria.’ Son los estragos del colonialismo sazornado con la filosofía hegeliana de la historia.⁷⁹

⁷⁸ Bartra, R., La Jaula de la melancolía, Identidad y metamorfosis del mexicano, Ed. Grijalbo, México, 1987, p.44.

⁷⁹ *Ibíd.*, p92.

El llamar “mito” a este ser mexicano primigenio no significa que no exista en nuestro pasado histórico este tipo de mexicano campesino posrevolucionario el cual muestra estas características, sino que se refiere a la mitificación de éste, haciendo de él una figura abstracta la cual cuenta con un determinado conjunto de valores, creencias, apariencia y formas de vivir.

Esta representación cultural del campesino aborígen es la muestra más clara de la concepción dualista de México en donde existe el que es rural y atrasado y que contrasta con el México urbano y moderno.

Bartra señala a los escritores, intelectuales como los responsables que a través de estructuras de mediación han generado discursos los cuales han “educado” a los habitantes del territorio dándole forma a los sentimientos populares que conforman la nación mexicana.

Para que los discursos dominantes sean arraigados debe existir una coincidencia entre la cultura nacional la cual se está tratando de inculcar y las estructuras existentes en la sociedad, para que éste las reconozca como propias.

El autor afirma que la melancolía es fundamental para “contener un posible desbordamiento de salvajismo rural y para que no se desenfrene la añoranza de la Edad de Oro perdida. La melancolía puede también despertar la bestialidad ancestral y provocar el resurgimiento de lo que se suele llamar al ‘México bronco’.”⁸⁰

Podemos definir a la identidad mexicana como la mitificación creada durante el proceso posrevolucionario por la elite política e intelectual, la cual consiste en la abstracción de un tipo de mexicano el cual busca representar el sentir de una nación, emanando un conjunto de valores el cuál es añorado con melancolía por el hombre moderno. El “campesino pelado” representa los valores perdidos por el hombre moderno, así como el atraso que ha sido dejado atrás. El campesino es la representación de la nobleza nacional, pero también es el culpable de los atrasos,

⁸⁰ Bartra, R., La Jaula de la melancolía, Identidad y metamorfosis del mexicano, Ed. Grijalbo, México, 1987, p.196.

de la barbarie y del fracaso de una nación. El mito del “ser mexicano” existe como un ser abstracto dual el cual existe como representación de todo lo que perdimos y de todas las falencias que como sujetos compartimos como nación.

Ante esta contradicción se ha inculcado y se ha aceptado una dualidad que lleva al mexicano al conocido sentimiento de inferioridad, en donde el mexicano moderno añora al campesino posrevolucionario, al mismo tiempo que le reprocha el ser un supuesto obstáculo por su atraso para llegar a su objetivo aspiracional el cual es Europa, la cual para él representa el progreso.

La identidad mexicana o mexicanidad, como se le quiera llamar, no es un arquetipo estático, si bien se funda bajo conceptos creados por la intelectualidad de inicios y mediados del siglo XX, es un concepto que evoluciona y se sigue recreando día a día. Como todo habitus es una estructura estructurante, la cual para seguir existiendo requiere de la reproducción de sus prácticas y estilos de vida, así como la interpelación de su ideología en individuos los cuales, al convertirse en sujetos interpelados, se convierten en mexicanos.

Para seguir reproduciéndose esta identidad necesita de las instituciones sociales las cuales ayudaron a que dicha identidad se conformara en primer lugar, así como de las nuevas instituciones que la sociedad va creando con el pasar del tiempo. Estas instituciones, las cuales bajo la teoría de Althusser las podemos leer como AIE, serán las encargadas de reproducir la ideología de la identidad nacional, la cual buscará cohesionar a los sujetos que habitan el territorio nacional, para que éstos al ser interpelados desenvuelvan el habitus nacional y en la sociedad exista un orden cultural el cual acompañe al orden judicial del cual son encargados los ARE.

El fútbol es un medio, más que un deporte, existe dentro de nuestra sociedad como una institución social cultural la cual emana ideologías dominantes e interpela a los individuos con ideas y modos de vida. En un país en donde el fútbol es el entretenimiento con más adeptos en la nación, se entiende que éste haya tenido un papel fundamental en la creación y reproducción de símbolos identitarios de la nación mexicana

3.4. La identidad mexicana y el fútbol

En el momento que empezamos a reconocer al fútbol como un ente extradeportivo el cual existe en el ámbito cultural, económico, identitario y político, debemos reconocerlo también como una herramienta la cual puede ser utilizada para fines específicos en cada uno de los ámbitos mencionados.

El fútbol en México se ha consolidado como una fuente productora de símbolos identitarios y un campo de acción en el que los individuos se convierten en sujetos a través de la asimilación de las ideologías que diferentes clubes deportivos o la Selección Nacional emanan para su posterior interpelación. Entre los factores para que esto sea posible se encuentran “la utilización del fútbol como un medio para lograr fines específicos, no sólo de mercado, y por otro, de relaciones sociales sustentadas en una memoria histórica.”⁸¹

La Revolución Mexicana no fue únicamente un proceso el cual afectó el ámbito político del país, sino que afectó otros ámbitos como el artístico, social y el cultural. Dicho proceso transicional en México representó la revaloración simbólica de deportes como el fútbol, el cuál empezó a popularizarse entre los habitantes del territorio nacional, pasando a ser un deporte practicado por las élites a ser un deporte de masas. Lo anterior sucede en gran parte gracias a las políticas públicas del gobierno posrevolucionario.

[...] Vasconcelos, al frente de la secretaría de Educación Pública, acepta la inclusión de deportes extranjeros a los programas de las misiones educativas posrevolucionarias, a pesar de sus ideales nacionalistas y tradicionalistas, primordialmente porque fueron vistos como medios de difusión de valores culturales y como ejercicios para mejorar la salud. Funciones ligadas e ideales progresistas de modernidad.⁸²

⁸¹ Brizuela, M., Gabriel Angelotti Pasteur, Chivas y Tuzos. Íconos de México: Identidades colectivas y capitalismo de compadres en el fútbol nacional, Revista de El Colegio de San Luis, Vol. III, núm.5, enero-junio, p.30.

⁸² *Ibíd.*, p.41.

La visión de Vasconcelos, quien, a pesar de caracterizarse por su ideología nacionalista, vio en el fútbol (un deporte inglés) una herramienta cohesionadora en una patria dividida tras el proceso revolucionario, lo cual fue un parteaguas para que el fútbol fuera considerado como una potencial institución social difusora de valores culturales e identidades nacionales.

En México empezaban a surgir procesos de “dramatización del conflicto” parecidos a los descritos por Roberto Damatta en Brasil. El fútbol comienza a ser este campo de acción el cual se presta para el despliegue de conflictos extradeportivos, un ejemplo de lo anterior son las rivalidades que comienzan a surgir entre los clubes deportivos como el Club Asturias, el cual era un club que representaba a los extranjeros en México y otros clubes en los cuales jugaban jugadores nacidos en México.

Conforme va avanzando esta popularización del deporte, el mismo va perdiendo prestigio entre la élite dada su masificación. Esto demuestra que incluso el deporte existe como una herramienta para la distinción, lo cual muestra que estas divisiones socioculturales también existen dentro del ámbito del ocio.

Estos modos de distinción responden a una contraposición de distintos *habitus* dentro de un mismo espacio social el cual es el fútbol. Esto desemboca en este tipo de rivalidades extradeportivas que encuentran un espacio dentro del fútbol para su enfrentamiento y conflicto bajo una regularización y limitación de la violencia.

La distinción en el fútbol mexicano se puede encontrar por diferentes factores como el territorial, el económico, el de la clase social, el educativo, el cultural e incluso el político; sin que alguno de éstos sea excluyente de otro.

Roger Magazine menciona que “en el caso de México, la distribución del aficionado y del odio hacia otros equipos a nivel nacional es inseparable de un fuerte centralismo de poder político económico.”⁸³ En nuestro país podemos

⁸³ Magazine, R, et. al., México y Ecuador: Dos distintas formas de construir la nación desde el fútbol, Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, Vol. 18, núm.56, mayo-agosto, p.183.

encontrar una gran concentración de la actividad político-económica en la Ciudad de México, la cual es la capital del país.

Esta concentración de poder en el centro del país y el colateral abandono de otras regiones de México ha llevado a una rivalidad-odio entre los habitantes de la Ciudad de México y las personas que viven fuera de ella.

Este fenómeno no es ajeno mundo del fútbol, prueba de ello es que la sede la Federación Mexicana de Fútbol se encuentra en la Ciudad de México, de mismo modo que la ciudad es la sede de 3 de los 4 equipos considerados grandes en México: Pumas, América y Cruz Azul.

El fútbol y la franquicia de un club representa hoy en día en nuestro país una forma de mostrarse como entidad a través de los medios de comunicación. El tener el deporte-espectáculo predilecto de la afición es una manera de externar que un estado es importante, moderno y un buen lugar de inversión económica.

Así como las franquicias deportivas son un símbolo identitario estatal para atraer inversión ante un poder centralizado en la capital, para los aficionados que viven fuera de la Ciudad de México, los clubes de fútbol representan una forma de identificarse con su región y de contraponerse con los equipos de la ciudad de México. El fútbol da las herramientas para que una disputa cultural se desenvuelva de forma pacífica si se respetan sus normas.

Lo anterior deja entrever que detrás de cada rivalidad y disputa deportiva entre los clubes mexicanos de fútbol, existen tensiones políticas y culturales. Como Magazine explica “cada uno de estos cuatro equipos nacionales, a su modo, sintetiza y encarna valores, identidades, concepciones ideales de México y hasta proyectos ideológicos muy diferentes.”⁸⁴

Los cuatro grandes del fútbol mexicano se caracterizan principalmente por su popularidad la cual interpela a ciertos sectores poblacionales respectivamente. Por un lado el América enfatiza el poder económico para tener a los mejores

⁸⁴ Magazine, R, et. al., México y Ecuador: Dos distintas formas de construir la nación desde el fútbol, Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, Vol. 18, núm.56, mayo-agosto, p.191.

jugadores; las Chivas de Guadalajara festejan que su equipo juega con puros mexicanos; Cruz Azul el “equipo cementero” tiene una identificación con la clase obrera mexicana y Pumas tiene una filosofía de “puros jóvenes”.

Estas ideologías emanadas por los clubes deportivos más importantes de México hacen que las disputas ideológicas, culturales, sociales y políticas se hagan más evidentes en un plano deportivo. “El americanismo busca un vínculo con aquellos que están más cerca de la cima. Vencer al América representa vencer al poder.”⁸⁵

El equipo va a ser una representación de un habitus o modo específico de existencia colectiva para sus aficionados. Pumas por ejemplo, al representar una ideología de “puros jóvenes”, interpela individuos y crea sujetos los cuales se consideran a sí mismos como no influenciados por la corrupción y el clientilismo, sino que se dejan llevar más por el sentimiento.

A pesar de esta ideología futbolística y extradeportiva la cual el Club Universidad busca ser identificado, para el aficionado que apoya desde el exterior de la Ciudad de México, Pumas es un representante más de “la capital como un todo y su explotación del resto del país bajo un estado altamente centralizado.”⁸⁶

Como ya mencionamos, de los cuatro grandes del fútbol mexicano el único club que reside fuera de la Ciudad de México son las Chivas de Guadalajara. En su caso, podemos encontrar que su ideología de “puros mexicanos” existe y encaja gracias a una estrategia nacional más que por una condición meramente deportiva.

Cabe mencionar que este ideal de puros mexicanos que encarnan las Chivas rayadas encaja con la estrategia estatal dominante (Que se instrumentó sobre todo de los años treinta a los años setenta) de cohesionar al país, edificar la unidad nacional y sintetizar la esencia de lo mexicano a partir de unos cuantos rasgos o expresiones culturales; estrategia como se sabe, muy vinculada en lo económico con la sustitución de importación y la nacionalización de varias industrias como la petrolera.

⁸⁵ Magazine, R., Azul y oro como mi corazón: Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM, Ed. Afinity Editorial México, México, 2008, p.23.

⁸⁶ *Ibíd.*, p.56.

Pero el punto crucial aquí es que por causa del centralismo y las tensiones que este último produjo entre las distintas regiones del país, para los aficionados de las Chivas en la ciudad de Guadalajara “ser Chiva” implica sustancialmente una oposición a la Ciudad de México y todo lo que ésta representa (Fábregas Puig, 2001) incluyendo los políticos de corte neoliberal que supuestamente y desde la retórica nacionalista, han “vendido el país” a los extranjeros. De hecho, en las otras ciudades una de las razones porque el club de las Chivas atrae más aficionados y es menos odiado que los otros equipos nacionales es que no es asociado con la Ciudad de México.⁸⁷

El centralismo económico, el poder político y el repudio por la capital son narrativas sociales mexicanas las cuales han encontrado un escenario para su representación “dramática” en el fútbol. Los cuatro grandes emanan ideologías diferentes las cuales se reproducen entre sus aficionados los cuales las adoptan como un *habitus* el cual los lleva a desarrollar una visión específica de México y un sistema de valorización con respecto a otros aficionados y sus afiliaciones a los distintos clubes que existen tanto al interior del país como en ligas extranjeras.

La conformación de una identidad nacional y el mito de la mexicanidad fueron contruidos a la par de la consolidación del fútbol como el deporte nacional y espectáculo de masas en México. Así como el mundo del trabajo y el mundo del ocio que menciona Elías, no existen como espacios independientes y están en constante comunicación, el espacio social del fútbol se va a alimentar de diferentes fuentes al mismo tiempo que creará y difundirá nuevos símbolos de identificación. Es por ello que encontraremos dentro del fútbol el uso de símbolos identitarios los cuales pertenecen a una identificación con el proceso posrevolucionario, desde el clásico sombrero el cual hace referencia al “pelado campesino” identificado por Roger Bartra, hasta la internalizada condición de inferioridad hacia el antagónico europeo.

⁸⁷ Magazine, R, et. al., México y Ecuador: Dos distintas formas de construir la nación desde el fútbol, Convergencia, Revista de Ciencias Sociales, Vol. 18, núm.56, mayo-agosto, p.193.

El aficionado mexicano al fútbol también ha creado un paraíso edénico del fútbol, en donde los tiempos pasados eran mejores, vanagloria los tiempos más precarios del deporte nacional, mientras que rechaza la mercantilización y globalización del fútbol actual, mientras que lo acusa de haber perdido esos valores los cuales fueron los que hicieron al fútbol grande en un primer lugar. Acusa al futbolista de ya no jugar “con garra” sino que se juega por el dinero, se añora al futbolista pre-profesional puesto que se ha otorgado al jugador del siglo XX valores los cuales sólo existen gracias a la percepción que tenemos de él en el tiempo presente.

La identidad del mexicano y la identidad futbolística mexicana van a la par, es inevitable la comunicación de estas dos esferas puesto que en un país en el cual este espectáculo es seguido por más de la mitad de su población adulta marcar una línea que diferencie a ambas es complicado, la identidad futbolística del mexicano no es más que la identidad colectiva nacional representada en un espacio deportivo. El fútbol es la puesta en escena de un proceso de creación identitaria de más de 200 años en nuestro país, el cual ha adaptado modos de acción extradeportivos a la par que ha creado modos de acción de la mexicanidad adaptados fuera del deporte mismo.

Una de las narrativas sociales más importantes en nuestro país y de la cual el fútbol no ha estado exento de reinterpretarla y reproducirla es la del papel de la mujer y la masculinidad en México.

El campesino añorado que tanto hemos mencionado representa la interpretación de la forma en que el mexicano se ha visto así mismo desde el proceso revolucionario, el mexicano ideal cuenta con características de un hombre fuerte el cual defiende a su nación y a su familia. El campesino representa al “México bronco”, a un México que necesita a un tipo de mexicano rudo.

Así como existe la dualidad entre el México rural y el México moderno, existe la de la mujer virgen-madre protectora y la mujer malinche-puta.

Esta dicotomía se encuentra representada por dos mujeres, que bien se puede afirmar, marcan el inicio de una idea de nación en México, por un lado la Virgen María y por otro la Malinche.

Por un lado, la Virgen María representa la institución de la madre la cual tiene un papel de suma importancia en la cultura mexicana. La virgen es la madre inmaculada, la cual no es más que “la visión patriarcal cristiana de la mujer.”⁸⁸

La madre es aquella mujer protectora de los desamparados, una especie de ser asexual el cual tiene como objetivo el de servir y proteger a aquellos los cuales se encuentran bajo su cuidado.

Por supuesto para que exista esta imagen prístina de la mujer debe existir su contraposición como punto de comparación. La malinche ha fungido el papel de la representación de todo lo que una mujer no puede y no debe ser en México, o en otras palabras, en una sociedad cristiana, como lo es la de nuestro país.

La Malinche o Doña María y su leyenda ayudo a la creación de una unidad nacional la cual necesitaba de héroes y villanos.

El hecho de que Malintzin apoyó a los españoles como un acto de rebeldía contra el despotismo de los tenochas se va desvaneciendo para dar lugar a la idea de que la Malinche traicionó a su patria; poco importó que la idea y la realidad de una patria no pudiesen aplicarse a los pueblos aborígenes. El nacionalismo mexicano del siglo XIX -como el de hoy, aunque con otros matices- tuvo necesidad de inventar una patria originaria: y esta nación primigenia debe tener sus héroes y sus traidores.⁸⁹

El mexicano ha internalizado como sociedad la visión única y reconocimiento de sólo dos tipos de mujeres, dos arquetipos únicos en donde sólo puede existir la mujer inmaculada, cristiana, protectora y servil, mientras exista la madre violada,

⁸⁸ Bartra, R., La Jaula de la melancolía, Identidad y metamorfosis del mexicano, Ed. Grijalbo, México, 1987, p.178.

⁸⁹ *Ibíd.*, p.179.

ramera y penetrada, dominada por el extranjero en clara muestra de traición a la nación.

Dado lo anterior el mexicano le otorga a la mujer el papel que “se ha ganado” con base en la percepción que tiene de ella.

El hombre mexicano sabe que la mujer -su madre, su amante, su esposa- ha sido violada por el macho conquistador y sospecha que ha gozado e incluso deseado la violación. Por esta razón ejerce una especie de dominio vengativo sobre su esposa, y le exige el autosacrificio total. Surge así una típica relación sadomasoquista, en la cual la mujer debe comportarse con ternura y la abnegación de una virgen para expiar su pecado profundo: en su interior habita la Malinche, henchida de lascivia y heredera de una antigua traición femenina.⁹⁰

El hombre y la mujer mexicanos, criados bajo una educación católico-cristiana, interpelados por distintas identidades colectivas las cuales les han inculcado esta percepción dicotómica de la mujer han desembocado en un habitus el cual ubica a la mujer en un papel de segundo plano, en donde está en constante evaluación por su contraparte masculina. Una ha aprendido a ser sumisa y a buscar la pureza virginal de la madre admirada en nuestra cultura, mientras que el otro le recuerda que no existen puntos medios para su existencia, cualquier fallo en la misión por representar esta figura edénica y pura de la mujer, sólo la acerca más a ser la traidora mujer violada por el extranjero, la traidora a la nación, la traidora a la mexicanidad.

Salvo que la madre mexicana sólo es inmaculada los días de fiesta, el 10 de mayo y el 12 de diciembre. Durante el resto del año pesan sobre ella graves sospechas, que tienen que borrar comportándose con la mayor sumisión y recato. Pero también al calor de las fiestas surge el grito que nos revela nuestro origen: “Viva México hijos de la chingada” En un abrir y cerrar de ojos hemos pasado de la madre purísima a la hembra violada, en un sobrecogedor salto mortal se muestra que las

⁹⁰ Bartra, R., La Jaula de la melancolía, Identidad y metamorfosis del mexicano, Ed. Grijalbo, México, 1987, p.182.

dos expresiones polares son parte de un mismo arquetipo.⁹¹

Ante la imposibilidad de alcanzar la pureza idílica de la mujer mexicana, ésta pasa a representar dentro de la distinción el habitus de la mexicanidad lo malo, mientras que a su vez ayuda a que exista su contraparte, la masculinidad mexicana, la cual representa el ideal del hombre mexicano, lo bueno. Lo más que se pueda alejar el hombre mexicano de actitudes femeninas mayor capital social gana dentro del espacio social de la identidad nacional.

Toda conexión que tenga el hombre, la cual no sea de domino y control, con la traicionera mujer es una forma de perder capital social frente a sus iguales. El hombre mexicano debe demostrar por un lado que encarna los valores del campesino edénico, un hombre fuerte que provee y mantiene los valores aparentemente perdidos en el México actual, mientras que mantiene a la mujer por debajo de él, en constante vigilancia y sin permitir que adopte conductas del arquetipo malinchista o menos aún, actitudes masculinas.

El hombre mexicano el cual adopta actitudes femeninas es juzgado y se cuestiona su condición misma como hombre. Se le tacha de “maricón” dado que el homosexual comparte este papel despectivo dentro de la cultura nacional.

La existencia del “maricón” y la “mujer puta” son necesarias para que exista la distinción y la existencia del mitológico ser mexicano, el cual va a representar la forma legítima y normal de comportamiento. El ser mexicano existe como el representante del habitus dominante dentro del campo social de la mexicanidad y cualquier comportamiento fuera de esa norma repercutirá en la pérdida de capital social dentro del campo de acción en donde se perpetre dicha falta.

Uno de los campos de acción en donde es más factible ver esta mexicanidad puesta en marcha es precisamente el campo del fútbol mexicano, en el que como ya mencionamos en el primer capítulo, la masculinidad juega un papel

⁹¹ Bartra, R., La Jaula de la melancolía, Identidad y metamorfosis del mexicano, Ed. Grijalbo, México, 1987, p.183.

importante en la mimetización del conflicto a través de la agresión verbal y la feminización del rival.

Al rival futbolístico se le busca rebajar, poner en papel de segundo plano por su presunta condición de maricón, ejemplo de esto es la forma en que se refiere la afición futbolística al Club América, llamándolos “Las güilas”, referente a la expresión designada a aquella mujer considerada “fácil”. De nuevo encontramos el arquetipo de la mujer penetrada la cual pierde su valor y su capital simbólico.

El fútbol como deporte más popular del país es valorado y se encuentra al mismo nivel de importancia en nuestro país que tópicos como la política y la religión, encontrando intersecciones con estos dos ocasionalmente. El fútbol se considera un “deporte de hombres”, no cualquier hombre, sino aquel hombre que encarna al hombre mexicano, con todas las características ya mencionadas anteriormente.

El mexicano busca dejar fuera del deporte que forma gran parte de su vida diaria a los que no cumplan la norma de masculinidad requerida para pertenecer a este campo de acción. Como cualquier campo, éste se encuentra constituido por sus miembros los cuales establecen un habitus dominante y cualquiera que busque entrar a este campo tiene tres opciones, adaptarse a dicho habitus, ser señalado por no cumplir con las normas de conducta sociales y perder capital social, o (si tiene la fuerza y el capital simbólico necesario) cambiar el habitus del campo al que intenta ingresar.

Un ejemplo de masculinidad puesta en acción en el campo del fútbol es el mencionado por Onésimo Rodríguez, quien menciona el siguiente suceso ocurrido en Costa Rica durante el mundial de Rusia 2018.

En Costa Rica, país sobre el que se ha construido, tanto interna como externamente toda una idea mítica relacionada al pacifismo y la civilidad democrática de sus habitantes, para el domingo 17 de junio, día del debut de la Selección Nacional Masculina de fútbol en Rusia contra su similar de Serbia, la línea 9-1-1 recibió una llamada relacionada a casos de violencia doméstica, cada tres minutos: en total, 482 solicitudes; las cuales superaron a las registradas durante los días del

clásico nacional de fútbol (448 casos) y la final del fútbol nacional (423 llamadas).⁹²

Este ejemplo, aunque no mexicano, de nuevo muestra la capacidad del fútbol como ventana para el investigador hacia narrativas y problemáticas sociales las cuales pueden no parecer tan claras en un país como Costa Rica que como menciona el autor ha construido una idea hacia el exterior de un país pacífico.

En el caso de nuestro país vale la pena regresar al estudio antropológico realizado por Roger Magazine con la porra de los Pumas de la UNAM. El autor menciona que la porra excluye a la mujer de la participación política de la porra, convirtiéndola en una colectividad de hombres. Magazine con lo anterior afirma que la porra a pesar de que se autodefine como una alternativa a la corrupción y las malas prácticas que existen en el México urbano moderno “reproduce patrones de la sociedad mexicana como el machismo y la exclusión de la mujer.”⁹³

Si bien Magazine menciona muy bien que las prácticas que vemos en la porra de los Pumas y en el fútbol no son endémicas de este campo sino que las podemos encontrar fuera de éste en la sociedad que estamos estudiando, vale la pena agregar que dichas prácticas no existen en el fútbol únicamente como una reproducción de prácticas existentes en sociedad, sino que el fútbol participa en la creación de éstas y muchas veces es quien las moldea y las lleva a la sociedad en general, cumpliendo esto con la afirmación hecha por Elias la cual menciona que el mundo del ocio y el del trabajo actúan en una relación bidireccional.

3.5.La socialización hacia el habitus deportivo

En los apartados anteriores analizamos las razones por las que el deporte puede servir como un aparato ideologizador, transmitiendo un habitus y con él las normas

⁹² Rodríguez Aguilar, O., Fútbol ¿(De)sublimado? Notas sobre machismo y misoginia en Rusia 2018, En V. Moreira, et. al., Los días del mundial, Clacso, p.83.

⁹³ Magazine, R., Azul y oro como mi corazón: Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM, Ed. Afinity Editorial México, México, 2008, p.124.

sociales aceptadas y un sistema de valores adjunto a él. En este tercer apartado hablaremos brevemente de la forma en que este habitus es transmitido de generación en generación, proceso que ya definimos en el primer capítulo como socialización, a través de la que consideramos la institución social más importante y con mayor influencia en los individuos que buscan convertirse en sujetos: la familia.

Para esto es pertinente volver a hablar del fútbol como un fenómeno ritual, el cual existe a través de prácticas sociales las cuales conllevan consigo un valor simbólico aunado a su mero uso instrumental. Para que el individuo llegue a ser socializado e interpelado en un campo de acción futbolístico primero debe pasar por el proceso que Giddens definió como socialización primaria, la cual mencionamos en el primer capítulo como la que se forma en los primeros años de vida y está constituida por las características inherentes al individuo como el género, raza, etnia o hasta una discapacidad. Esta primera socialización sentará las bases para que el individuo sea interpelado por tal o cual ideología, de mismo modo podemos decir que, con base en la socialización primaria que tenga un individuo, éste apoyará a tal o cual equipo.

La identificación identitaria de un individuo con un cierto club deportivo o selección nacional puede llegar de dos maneras, la primera es a través de una interpelación de la ideología transmitida por un club en específico a la cual el individuo se siente atraído, adopta y se convierte en sujeto. En este caso si queremos entender el porqué de que cierto grupo poblacional o un cierto individuo sea más propenso a identificarse con un club en específico, se debe estudiar los patrones de socialización primaria que podemos encontrar en el área específica de estudio.

El segundo caso que podemos encontrar es el apoyo a un club por herencia, en este caso, si bien, la socialización primaria no puede ser sacada del análisis, sí debemos entender que su principal importancia radicará para el análisis del primer individuo que adquirió esta identificación y posteriormente la transmitió a la siguiente generación.

Este segundo caso de individuos interpelados difiere principalmente en que no fueron interpelados directamente por una institución deportiva o una institución cultural la cual sería el fútbol como un todo, sino que fueron interpelados a través de la familia, la cual fue interpelada en cierto momento por los dos agentes antes mencionados.

Esto demuestra que la producción y reproducción del habitus se encuentra en una cadena de transmisión la cual puede ir en dirección tanto inductiva como deductiva, en otras palabras, puede ir de un sistema macrosocial a un sistema microsocia y viceversa.

La forma en la que la familia socializa al individuo en su primera fase es a través de la repetición ritual de ciertas conductas las cuales conocemos como habitus. El individuo aprende a comportarse de cierta o tal manera a través de la repetición e imitación de conductas copiadas de sus referentes de autoridad que en este caso puede ser un padre, madre, hermano, tío, abuelo, etc. El individuo aprenderá a hacer una distinción de lo que es correcto o incorrecto con base en los valores inculcados por la familia y ello definirá las ideologías a las que se adscribirá en un futuro.

La familia no sólo existe como un ente socializador de primera fase, en la segunda fase la familia también puede ser determinante y será una institución social transmisora e interpeladora de ideologías a las cuales sus miembros fueron previamente expuestos y se encargarán de transmitir los habitus correspondientes a las siguientes generaciones.

El fútbol es un ejemplo de estos habitus transmitidos en segunda fase por la familia, la familia en muchas ocasiones dará el primer acercamiento al individuo a un habitus y un conjunto de significaciones correspondientes a algún deporte, club deportivo o selección nacional. La socialización será fundamental entonces para que las nuevas generaciones internalicen y externen nuevos modos de acción.

La socialización marca pautas de comportamiento, objetivación y explicación del mundo a través de la intersubjetividad, pues no pienso que un padre le enseñe cierto valor a su hijo y este último no sea

capaz de sólo internalizarlo y objetivarlo, sino de exteriorizarlo a su propio padre y sus futuros hijos con nuevos referentes que refuercen la idea que su padre le transmitió o que la cuestionen y le den nuevos significados.⁹⁴

El fútbol al ser una actividad recreativa reglamentada la cual requiere el ser limitada en espacio y tiempo se encuentra en una situación periódica y de repetición, la cual da paso a que se creen rituales alrededor de ella. Jorge Alberto Meneses llama a esto “los ritos periódicos del fútbol” en los cuales pueden existir subgrupos los cuales “aunque acuden a ver el mismo espectáculo en el estadio, bar o casa, se convierten en enemigos del mismo fenómeno consumido.”⁹⁵

El habitus heredado conlleva significaciones a territorios “sagrados” en el mundo del fútbol. El estadio, el estado o ciertos sitios de la ciudad se convierten en sitios importantes para el individuo que es introducido a este nuevo mundo, incluso antes de que éste los conozca.

La situación en Hidalgo es un ejemplo de la resignificación espacial que el fútbol asigna a ciertos espacios. El estado de Hidalgo se hace llamar a sí mismo “la cuna del fútbol”, en donde existe una disputa entre la ciudad de Pachuca y la provincia de Real el Monte por el título del lugar en donde el fútbol mexicano vio sus inicios. La disputa existe por la búsqueda de una identidad colectiva y “estas prácticas de reafirmación de identidades manifiestan que el deporte va más allá de su mera práctica, hasta convertirse en un condensador de colectividades, en un medio de difusión de emblemas unificadores de identidades colectivas.”⁹⁶

La familia introduce al nuevo individuo a todos estos símbolos para que éste los asimile haga una resignificación de ellos la cual pueda externar y así forme parte del campo de acción en el cual buscará ganar capital social a través de los rituales

⁹⁴ Cárdenas Meneses, J., El fútbol nos une: Socialización, ritual e identidad en torno al fútbol, Culturales, Vol. IV, núm. 8, julio-diciembre, p.107.

⁹⁵ *Ibíd.*, p.109.

⁹⁶ Brizuela, M., Gabriel Angelotti Pasteur, Chivas y Tuzos. Íconos de México: Identidades colectivas y capitalismo de compadres en el fútbol nacional, Revista de El Colegio de San Luis, Vol. III, núm.5, enero-junio, p.344.

aprendidos. Un ejemplo de los rituales aprendidos en el núcleo familiar son las apuestas en el fútbol, las cuales no deben entenderse únicamente como un juego por una ganancia económica, en una apuesta deportiva se juega el capital social en donde el vencedor aplica una sanción social a través de la burla, la exhibición y el despliegue de una identidad colectiva (el apoyo a un club) supuestamente superior a la del rival.

El juego, entonces, no puede ser visto como un simple espectáculo, sino como una contienda que tendrá un ganador material y simbólico, y por tanto, la tensión de ambos irá en aumento en cuanto se cierra el trato y en el propio desarrollo de juego. El honor está en juego.⁹⁷

Una de las primeras introducciones al grupo es a través del porte de la playera del equipo, esta acción será la pauta para uno de los rituales más importantes, el cual consiste en usar esta vestimenta los días de partido como demostración al exterior que se es parte de una colectividad y se porta con cierto orgullo el habitus que esto representa. El aficionado así no existe en el fútbol como un sujeto pasivo, sino que activamente muestra de qué lado está y de quién busca diferenciarse. Los integrantes de la familia abandonan el rol de padre, madre o hijo, pasan a ser seguidores de un equipo y miembros así de dicha colectividad.

Meneses escribe sobre estos rituales de internalización:

[...] se describe que el hermano de apenas tres años no sabe lo que es el fútbol, pero “se da cuenta de lo que envuelve esto”. Al igual que a un niño que es llevado a la iglesia lo persignan y lo hincan, aunque no sabe para qué y por qué, el niño que está presente en el partido, internaliza que ese día hay algo fuera de lo común, pues su familia está reunida. El acto de socialización se vuelve un elemento que después podrá objetivar cuando se diga aficionado a cierto equipo. Quizá el niño nunca sepa cómo le gustó el fútbol, pero sí podrá recordar o le recordarán que desde niño su abuelo lo sentaba a ver el clásico. Después él buscará verlo, si es su decisión, pero la familia como agente socializador del gusto por un equipo puede ser el

⁹⁷ Cárdenas Meneses, J., El fútbol nos une: Socialización, ritual e identidad en torno al fútbol, Culturales, Vol. IV, núm. 8, julio-diciembre, p.123.

motor de la identidad de un aficionado. Incluso si decide otros colores, esa internalización de saberes sobre un partido nació en el seno familiar. Los referentes que hacen percibir la realidad como un proceso de construcción se ubican mediante la relación estrecha entre el conocimiento, afectividad y emotividad. Esto se cumple con el niño que no sabe qué es un clásico, pero sí percibe, escucha y siente las reacciones familiares ante ese evento.⁹⁸

A partir de la interacción con otros aficionados, que en esta primera instancia es con la familia, el individuo es expuesto a los comportamientos ante la victoria como lo son cantos de apoyo al club, el consumo de alcohol, así como la derrota puede llevar a confrontaciones verbales o hasta físicas, claro está, todo lo anterior depende del habitus que esa familia en específico tenga.

Como ya hemos analizado anteriormente, el fútbol será un espacio para el relieve de otras identidades colectivas que existen en territorios determinados, uniendo con lo descrito en este último apartado, las identidades regionales y deportivas se mezclarán en el seno familiar, creando diferentes formas de entender el deporte incluso bajo una misma identidad nacional. El aficionado al fútbol en Monterrey y el aficionado al fútbol en la Ciudad de México entenderán de forma diferente el vivir el fútbol, así como entienden de forma diferente el vivir “la mexicanidad”.

Las identidades colectivas, nacionales y los agentes socializadores dan paso a que la impregnación del espectáculo del fútbol tenga una relevancia incomparable entre los mexicanos, haciendo que gobiernos, políticos, empresas y otros entes busquen capitalizar esto de forma económica y política.

⁹⁸ Cárdenas Meneses, J., El fútbol nos une: Socialización, ritual e identidad en torno al fútbol, Culturales, Vol. IV, núm. 8, julio-diciembre, p.125.

Conclusiones

A lo largo de este trabajo se han discutido los distintos ámbitos en los que el fútbol es importante en nuestras vidas y por qué su estudio es imperante dentro de nuestra disciplina sociológica.

Hoy en 2020, año en que escribo esta tesis, nuestro país y el mundo se ve enfrentado ante una de la crisis globales más grandes de nuestra historia moderna debido a la pandemia provocada por el virus SARS-CoV-2 el cual es una nueva cepa de coronavirus.

Esta crisis mundial ha afectado todos y cada uno de los ámbitos de nuestra vida cotidiana, nos ha obligado a parar nuestro ritmo acelerado de vida, encerrarnos en nuestros hogares y pausar todo aquello que conocemos como “normal”.

El deporte no ha sido excepción de ello. Ante la crisis sanitaria no sólo nos hemos visto imposibilitados para practicar deporte y socializar con nuestros círculos cercanos, sino que el deporte como espectáculo se ha detenido, aquello que nos complementaba y daba un balance a nuestras actividades laborales de un día para otro paro.

El parón que tuvo el deporte mundial por alrededor de 3 meses la considero una prueba y una demostración fehaciente de lo que busqué demostrar en este trabajo. Como población nos hemos dado cuenta a lo largo de este año que las actividades del ocio no sólo existen como un escape o una relajación del mundo del trabajo, sino que son constitutivas de nosotros como sujetos y son también un campo de acción para nuestra expresión identitaria.

El cine, el deporte, los conciertos, cualquier espectáculo que representa una actividad recreativa tiene una importancia para la sociedad y su estudio por parte de los actuales y los futuros investigadores es imperante si se quiere llegar a tener un entendimiento más profundo de cómo funcionan nuestras sociedades.

Sin el deporte como espacio para el desfogue de las tensiones creadas en el mundo del trabajo nos vemos como individuos imposibilitados de encontrar un

espacio que nos ofrezca las mismas ventajas que tiene éste como espacio regulador de la violencia.

En este trabajo se ha hablado del deporte como una institución social fundamental de nuestra sociedad y cómo ésta ha sido utilizada para transmitir narrativas a la sociedad, sin embargo, se vio que el número de políticas públicas relacionadas al deporte las cuales busquen la unión de la sociedad bajo un mismo esquema de valores es bajo y bien se puede reducir a la estrategia de José Vasconcelos al ver al fútbol como agente cohesionador de un proyecto nacional.

Si bien entiendo la poca escala que tiene este trabajo al ser una tesis de licenciatura, creo que esta sección del trabajo no podría estar completa sin hacer una propuesta, dado que a mi parecer una investigación sociológica no tiene una razón de ser si no busca el entendimiento de la sociedad para su posterior ajuste en busca de un cambio.

El mito mexicanidad y las características identitarias que compartimos en este territorio si bien conllevan una unidad, no muestran claro una cohesión social hacia un objetivo que se busca alcanzar como sociedad.

Como sociedad no hemos encontrado aquellos valores los cuales compartimos y perseguimos en busca del avance de nuestro país. Bien se podría argumentar en contra de lo que estoy planteando que es imposible tal cosa por la diversidad y la extensión que tiene nuestro territorio, sin embargo, creo que el ejemplo de Estados Unidos puede servir para ejemplificar lo que planteo.

Ben Shapiro escribe que “un propósito común podría ser entendido, de acuerdo a los padres fundadores, en valores comunes: En tradiciones judío-cristianas y la herencia de los valores occidentales. Cultura y filosofía vinieron juntas en un Estados Unidos joven para formar un país unido.”⁹⁹

Shapiro argumenta que Estados Unidos fue fundado bajo un conjunto de valores en común los cuales dieron paso a un Estado-Nación con el objetivo de

⁹⁹ Shapiro, B., *The right side of history: How Reason and Moral Purpose Made the West Great*, Ed. Broadside Books, Los Angeles, p. 76.

garantizar tres garantías fundamentales que cualquier sociedad occidental moderna debe de tener: Libertad, protección de la vida y protección de la propiedad privada.

Esto va más allá de ser un discurso ideológico y propagandístico por parte del país del norte y esto lo vemos en que la impregnación que tienen estos valores no sólo es en el discurso sino que se encuentran escritos en su constitución, en donde la presencia de los mencionados valores judío-cristianos son la base de ésta.

Lo anterior ha llevado a la discusión por años de la relación que tiene el Estado Estadounidense y la iglesia y si debería haber una separación entre ambos, si bien, eso es tema para otro trabajo, no se puede negar que lo mencionado por Shapiro representa una verdad, en donde los valores religiosos han llevado a un proyecto común de una gran parte de los ciudadanos.

De acuerdo con el INEGI, dentro de la población mexicana la cual se adcribe como perteneciente a alguna religión el 89.3% se consideran católicos¹⁰⁰, sin embargo, en nuestro país dada nuestra historia y sucesos importantes como las Leyes de Reforma, las que como principal logro consiguieron la separación de la iglesia, nuestro desarrollo como Estado Nación nunca se ha visto ligado (Al menos de forma estructural) a la iglesia.

No busco argumentar en estas conclusiones que México debería emular a Estados Unidos en la inclusión de la religión como eje central de nuestra constitución política o nuestras futuras políticas públicas puesto que como la mayoría de los lectores considero que esto sería un atraso en nuestro contexto social. Sin embargo, busco brindar una alternativa, una institución social la cual pueda tener ese mismo grado de impregnación que tiene la religión, una institución la cual sea de autoadcripción y tenga el poder para transmitir valores a sus adeptos, evidentemente estoy hablando del fútbol.

Como ya lo vimos en esta tesis de licenciatura, los aficionados al fútbol y a un club en específico no sólo apoyan a un equipo de fútbol, sino que internalizan

¹⁰⁰ Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (14 de septiembre de 2020). Estructura porcentual de la población que profesa alguna religión por tipo de religión. <https://www.inegi.org.mx/temas/religion/>

una serie de símbolos identitarios los cuales los convierten en parte de un grupo el cual se rige bajo ciertas normas las cuales los hacen agentes funcionales dentro de un campo de acción el cual es regido por un *habitus* en común.

De lo anterior brindamos algunos ejemplos relevantes en nuestro contexto mexicano, como el de los llamados popularmente como los 4 grandes (Pumas, Cruz Azul, América y Guadalajara), los cuales cada uno a su manera transmiten un tipo diferente de identificación a sus aficionados. Por un lado Pumas tiene una identidad joven y rebelde, América tiene una identificación de ser la élite del fútbol, Cruz Azul posee una identidad más arraigada con la clase obrera y por último el Club Guadalajara el cual se ve como el equipo nacional al alinear únicamente jugadores mexicanos.

Si bien, encontramos este tipo de identificaciones entre los equipos mexicanos y sus aficionados, cabe resaltar que el club explícitamente nunca le indica a sus aficionados como se deben de comportar al ser seguidores del club, sino que esto ocurre de una manera implícita en la cual el sector el cual es interpelado por la ideología de un club adopta el *habitus* que entre todos los aficionados han creado en ese campo de acción y el cual han heredado a través de la socialización a través de generaciones.

El caso más cercano a un club el cual indica cómo sus aficionados deben comportarse es el del equipo de Pumas, el cual más que por iniciativa propia del Club, emana una ideología por extensión de la Universidad, la cual exhorta a sus estudiantes el comportarse “como universitarios” puesto que están representando a “la máxima casa de estudios” en todo momento y deben comportarse a la altura de ésta. Si bien el Club al llamar a sus aficionados “Universitarios” sigue un poco esta estructura al pedir el buen comportamiento de sus aficionados principalmente dentro del estudio, ésta se queda corta y resulta anecdótica.

El ejemplo de los equipos mexicanos lo podemos contrastar con el club más importante de España y probablemente del mundo, el Real Madrid. El equipo blanco, como se le conoce al club, lleva desde sus cimientos una identificación con un conjunto de valores entre los que destacan “un compromiso firme con valores y

principios basados en la ética, la dignidad, la honorabilidad y la responsabilidad” además de que como club deportivo “se identifica plenamente con el espíritu de la competición bajo estrictas normas de juego limpio y con la lucha del deporte contra la violencia, el racismo, la xenofobia y la intolerancia”¹⁰¹ todo lo anterior especificado en el código de ética del club.

Si bien muchos clubes pueden tener un código de ética similar al de la escuadra española, el club del Real Madrid lo toma como un orgullo personal, en donde se ubica a sí mismo como un equipo de caballeros, en el cual el porte de la camiseta blanca ya sea para sus jugadores como para sus aficionados representa en todo momento una carga de responsabilidad, puesto que el individuo deja de representarse a sí mismo, sino que ahora es un sujeto el cual representa a una institución mayor a él y a la que su autoadscripción con ella lo lleva a firmar una especie de contrato social en donde él adquiere ciertas responsabilidades y un *habitus* provisto de regulaciones de conducta las cuales en este caso en específico se moldean con base en los valores aceptados por la sociedad española.

Otro ejemplo de lo anterior es el caso narrado por Nicky Shapiro, quien describe la carga de representación con la que lidian los estudiantes deportistas de la Universidad Estatal de Lousiana, en donde comenta que dadas sus actividades y el diferente estilo de vida que estos llevan en comparación con los demás alumnos ellos viven en un mundo social y simbólico completamente diferente.

La Universidad Estatal de Lousiana y la NCAA indican que los alumnos deportistas están ligados a las reglas y regulaciones de estas instituciones. En 2016 el ciudadano afroamericano Alton Sterling fue asesinado por dos policías, por lo que el conflicto racial en Estados Unidos, el cual ha escalado cada vez más en los últimos años, llevó a una serie de manifestaciones tanto fuera como dentro de los campus universitarios.

¹⁰¹ Real Madrid Club de Fútbol. (14 de septiembre de 2020). Código ético de RMTV. <https://www.realmadrid.com/rmtv/codigo-etico>

La Universidad de Louisiana ante esta problemática y previendo una situación que involucrara a sus deportistas envió un correo electrónico el cual decía lo siguiente:

Si decides expresar tu opinión sobre este problema, incluyendo en las redes sociales, te pedimos no utilizar ropa de la LSU (Louisiana State University) o cosas de la marca LSU.¹⁰²

Lo mismo se pudo ver con la Universidad de Maryland, la cual les indicaba a sus deportistas que “Estás representando a Maryland, así que estemos seguros de que estás destacando a Maryland de la mejor forma posible.”¹⁰³

El autor destaca que los alumnos deportistas tienen una carga de representación, en la cual pasan de hablar por sí mismos como individuos a hablar por una institución y representar sus valores con todo lo que ello conlleva.

El punto al que quiero llegar en estas conclusiones y la propuesta que quiero brindar al final de esta investigación es que se lleve a cabo un proyecto en conjunto entre entidades deportivas y gobierno para proyectar una forma de ser ciudadano y ser aficionado al deporte. Como hemos visto los aficionados al fútbol son propensos a adoptar ciertas prácticas y *habitus* dominantes dentro de la sociedad y adaptarlas a su ambiente deportivo, propongo entonces que al igual que lo hacen clubes como el Real Madrid en España, aquí en México se incorpore un código de ética el cual sea trasladado al *habitus* y a la identificación que sienten los aficionados con el club, a través de los distintos símbolos identitarios con los cuales cuentan a su disposición.

Si bien se necesita un estudio más extenso sobre el tema y un trabajo en conjunto con una institución deportiva para estudiar, analizar y entender cómo se pueden canalizar los recursos disponibles para esta modificación del *habitus* del

¹⁰² Shapiro, N., (14 de septiembre de 2020) The burden of representation, The Daily Californian. <https://www.dailycal.org/2017/11/05/the-burden-of-representation/>

¹⁰³ *Ibidem*.

aficionado a mi parecer la vía de acceso más viable para la modificación de conducta de los mexicanos es a través de la masculinidad.

Se mencionó repetidamente en este trabajo que el tipo de masculinidad que poseen los mexicanos es un rasgo arraigado en nuestra sociedad desde prácticamente su concepción como Estado Nación, por lo que a mi parecer los esfuerzos por eliminar esta característica de la sociedad mexicana resultan intrascendentes e incluso contraproducentes, al conducir a un rechazo y una reafirmación por parte de los sujetos hacia sus conductas.

La propuesta final de este trabajo es entonces la creación de un *habitus* en donde la masculinidad continúe siendo el eje principal en el cual gira el comportamiento de los aficionados al fútbol y su identidad, sin embargo, hablamos de una masculinidad modificada, en donde la agresión y la regulación del conflicto no sea el punto en donde convergen aficiones contrarias, sino en el autoreconocimiento y una competencia por un estatus social con diferentes bases a las existentes.

No se propone eliminar la competencia que existe entre los aficionados sobre quién de ellos es “el más hombre” se busca modificar los factores que definen la ganancia del capital simbólico que está en juego en dicho campo de acción. Es decir, que lo que define este estatus social esté basado en acciones que promuevan los valores que consideramos correctos en nuestra sociedad.

Entiendo perfectamente que esta propuesta representa un proyecto complicado y puede sonar hasta imposible, pero considero que lo mostrado a lo largo de esta investigación demuestra que existe la posibilidad de su realización bajo el trabajo en conjunto de instituciones deportivas y gobierno.

La investigación de la Sociología del deporte en nuestro país debe continuar para poder garantizar el avance de nuestra sociedad, si bien, la propuesta hecha en este trabajo puede no considerarse la mejor o la más factible, su principal objetivo es vislumbrar la gama de posibilidades que existen para desarrollar programas desde el deporte con repercusiones sociales en nuestro país.

Bibliografía

- Alabarces, P. (2006). Fútbol y patria: El fútbol y (la invención de) las narrativas nacionales en la Argentina del siglo XX. *Papeles del CEIC, núm.1, septiembre*, 1-18.
- Almada Flores, H. (2010). *El skateboarding en Tijuana y Monterrey. La lealtad, las reglas y los significados en la construcción de las identidades de los deportistas*. Tijuana: El Colegio de la Frontera Norte.
- Althusser, L. (1988). *Ideología y aparatos ideológicos de Estado*. Buenos Aires: Nueva Visión.
- Álvarez Ramírez, M. (2009). *La importancia social del fútbol mexicano contemporáneo y sus implicaciones psicológicas para la constitución de la identidad nacional*. Ciudad de México: UNAM.
- Angulo González, J., Cortes Ruiz, R., & Ravelo Ortega, M. (2006). *Política y Fútbol: Los jóvenes en el proceso de identificación sociocultural*. Ciudad de México: UAM.
- Bartra, R. (1987). *La Jaula de la melancolía, Identidad y metamorfosis del mexicano*. México: Grijalbo.
- Bauman, Z. (2010). El individuo asediado. En Z. Bauman, *Vida líquida*. Mexico.
- Bejar, R., & Rosales, H. (2005). *La identidad nacional mexicana como problemas político y cultural, Nuevas miradas*. Cuernavaca: UNAM.
- Bertoli, A. (27 de Agosto de 2013). *Nationalism and Interstate Conflict: A Regression Doscontinuity Analysis*. Obtenido de SSRN:
https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2301884
- Bourdieu, P. (2002). *La distinción: Criterio y bases sociales del gusto*. México: Tauro.
- Bourdieu, P. (2011). *Capital Cultural, Escuela y Espacio Social*. México: Siglo XXI.
- Branch, T. (Octubre de 2011). *The shame of College Sports*. Obtenido de The Atlantic:
<https://www.theatlantic.com/magazine/archive/2011/10/the-shame-of-college-sports/308643/>
- Bravo Vielma, A. (2017). *Fútbol, identidad, melodrama y el goce de la cultura neoliberal en la Ciudad de México*. Ciudad de México: UNAM.
- Cardenas Meneses, J. (2008). El fútbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al fútbol. *Culturales, vol. IV, núm. 8, julio-diciembre*, 101-140.
- Coates, D. (23 de Abril de 2008). *A closer Look at Stadium Subsidies*. Obtenido de AEI:
<http://www.aei.org/publication/a-closer-look-at-stadium-subsidies/>
- COPA90. (15 de Diciembre de 2018). *The Biggest Game of All Time / Derby Days Superclásico / Boca Juniors v River Plate*. Obtenido de Youtube: 2018

- Damatta, R. (9 de abril de 2020). *Sport in Society An Essay on Brazilian Football*. Obtenido de VIBRANT - Vibrant Virtual Brazilian Anthropology: <https://www.redalyc.org/pdf/4069/406941908006.pdf>
- Durkheim, É. (2004). *Las reglas del método sociológico*. México: Colofón.
- Eckstein, R., & Delaney, K. (2002). New Sports Stadiums, Community Self-Esteem, and Community Collective Conscience. *SAGE Journals*, 235-247.
- Eder, S., Sandomir, R., & James Andrew, M. (25 de Agosto de 2013). *At Louisville, Athletic Boom is Rooted in ESPN Partnership*. Obtenido de The New York Times: <https://www.nytimes.com/2013/08/26/sports/at-louisville-an-athletic-boom-made-for-and-by-tv.html>
- Elias, N., & Dunning, E. (1995). *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Espinosa Jiménez, G. (2014). *Hegemonía, identidad y fútbol. Un estudio desde la geografía cultural*. Ciudad de México: UNAM.
- Espinosa Rosas, M. (2010). *El manejo de mensajes de identidad nacional en la publicidad de Televisa y TV. Azteca, durante las transmisiones de las selecciones mexicanas de fútbol*. Ciudad de México: UNAM.
- Galindo Cáceres, J. (2008). Comunicología y fútbol. La vida social, el deporte y el espectáculo desde una perspectiva constructivista. *Educación física y Ciencia*, vol.10, 13-17.
- Giddens, A. (2014). *Sociología*. Madrid: Alianza.
- Giulianotti, R. (2002). Supporters, Followers, Fans, and Flaneurs: A taxonomy of Spectator Identities in Football. *Journal of Sport and Social Issues*, 25-46.
- Gladwell, M. (4 de Mayo de 2009). *How David Beats Goliath: When underdogs break the rules*. Obtenido de The New Yorker: <https://www.newyorker.com/magazine/2009/05/11/how-david-beats-goliath>
- González González, R. (2011). Los espectadores en el fútbol. Hacia un análisis semiótico. *Aposta. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 50, julio-septiembre, 1-22.
- Goulart Menezes, R., Reis da Silva Lima, L., & Pinheiro de Azevedo Banzatto, A. (2018). El fútbol más allá de las cuatro líneas: Política internacional y el soft power brasileño. En W. Soto Acosta, *Política global y fútbol* (págs. 73-96). Clacso.
- Grindstaff, L., & West, E. (2006). Cheerleading and the gendered politics of sport. *Society for the Study of Social Problems*, 500-518.
- Hernández, O. (6 de Febrero de 2019). *La Liga MX pierde seguidores en el Clausura 2019*. Obtenido de AS México: https://mexico.as.com/mexico/2019/02/07/futbol/1549515046_286641.html

- Hognestad, H. (2003). Long-Distance Football Support and Liminal Identities Among Norwegian Fans. En N. Dyck, & E. P. Archetti, *Sport, Dance and Embodied Identities* (págs. 97-113). Nueva York: Berg.
- Izeta Kelly, B. S. (2019). *Violencia y Fútbol: Construcción de identidad y territorio a partir de las disputas entre grupos culturales de la "Comunidad Universitaria" dentro del Estadio Olímpico Universitario*. Ciudad de México: UNAM.
- Kapuscinski, R. (2004). *La guerra del fútbol: y otros reportajes*. Barcelona: Anagrama.
- Krauss, W. (2003). Football, Nation and Identity: German Miracles in the Postwar Era. En N. Dyck, & E. P. Archetti, *Sport, Dance and Embodied Identities* (págs. 197-215). Nueva York: Berg.
- Lahud Guedes, S. (2009). Las naciones argentina y brasileña a través del fútbol. *Vibrant, Vibrant Virtual Brazilian Anthropology*, vol. 6, núm. 2, diciembre, 167-185.
- Magazine, R. (2008). *Azul y oro como mi corazón: Masculinidad, juventud y poder en una porra de los pumas de la UNAM*. Ciudad de México: Afinita Editorial México.
- Magazine, R., Martínez, S., & Ramírez, J. (2011). México y Ecuador: dos distintas formas de construir la nación desde el fútbol. *Convergencia, Revista de Ciencias Sociales*, vol. 18, núm. 56, mayo-agosto, 181-213.
- Markovits, A., & Rensmann, L. (2010). A Silent "Feminization" of global sports cultures?: Women as soccer players in Europe and America. En A. Markovits, & L. Rensmann, *Gaming the World: How sports are reshaping global politics and culture* (págs. 157-206). New Jersey: Princeton University Press.
- McGrath, B. (17 de Noviembre de 2014). *Good Game: The rise of the professional Cyber Athlete*. Obtenido de The New Yorker: <https://www.newyorker.com/magazine/2014/11/24/good-game>
- McGrath, B. (2015 de Abril de 2015). *Dream Teams: Professional sports bets on the changing nature of fandom*. Obtenido de The New Yorker: <https://www.newyorker.com/magazine/2015/04/13/dream-teams>
- Miller, J., Eder, S., & Sandomir, R. (24 de Agosto de 2013). *College Football's Most Dominant Player? It's ESPN*. Obtenido de The New York Times: <https://www.nytimes.com/2013/08/25/sports/ncaaf/college-football/college-footballs-most-dominant-player-its-espn.html>
- Ortiz Brizuela, M. (2013). Gabriel Angelotti Pasteur, Chivas y Tuzos. Íconos de México: Identidades colectivas y capitalismo de compadres en el fútbol nacional. *Revista de El Colegio de San Luis, Vol. III, núm. 5, Enero-Junio*, 340-347.
- Ramírez Paredes, J. (2011). Lineamientos para un análisis de las identidades sociodeportivas en el fútbol. *Sociológica*, vol.26, núm 73, mayo-agosto, 153-182.

- Rodríguez Aguilar, O. (2018). Fútbol ¿(De)sublimado? Notas sobre machismo y misoginia en Rusia 2018. En V. Moreira, D. Quitlán Roldán, & R. Soto Lagos, *Los días del mundial* (págs. 81-84). Clacso.
- Ronsbo, H. (2003). The Embodiment of Male Identities: Alliances and Cleavages in Salvadorean Football. En N. Dyck, & E. P. Archetti, *Sport, Dance and Embodied Identities* (págs. 157-175). Nueva York: Berg.
- Salazar Magaña, A. (2019). *Ecos (g) locales de gol: estudio de la identidad compartida en el fútbol llanero*. Estado de México: UNAM.
- Shapiro, B. (2019). *The right side of history: How Reason and Moral Purpose Made the West Great*. Los Angeles: Broadside Books.
- Shapiro, N. (5 de Noviembre de 2017). *The burden of representation*. Obtenido de The daily Californian: <http://www.dailycal.org/2017/11/05/the-burden-of-representation/>
- Video, A. P. (Dirección). (2019). *This is football: Redemption* [Película].
- Villanueva Bustos, A. (2018). Rusia 2018 en Colombia: ¿Un vehículo para el desarrollo del mercado o un ejercicio de consumo inconsciente? En V. Moreira, D. Quitlán Roldán, & R. Soto Lagos, *Los días del mundial* (págs. 65-67). Clacso.
- Washington, R., & Karen, D. (2001). Introduction: Sport as a Model of Meritocracy. *Annual Review of Sociology*, 13-20.
- Zeraoui, Z., Márquez Ferreiro, J., & Reyes Silva, C. (2018). Identidad nacional y nacionalismo: la problemática de los nacionalizados en la selección mexicana de fútbol. En W. Soto Acosta, *Política global y fútbol* (págs. 123-153). Clacso.