



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

UNIDAD IZTAPALAPA

DIVISIÓN CIENCIAS SOCIALES Y HUMANIDADES

COORDINACIÓN DE SOCIOLOGIA

EL FÚTBOL: ESTUDIO SOBRE LA BARRA REBEL DEL EQUIPO DE LOS
PUMAS

TESINA

QUE PARA OBTENER EL GRADO DE LICENCIATURA EN

SOCIOLOGIA

PRESENTA

RICARDO VICTOR LOPEZ MERA

MATRICULA 97221468

ASESOR: DR. JUAN JOSE SANTIBÁÑEZ SANTIAGO

MÉXICO, D.F.

SEPTIEMBRE 2003

Agradecimientos

La elaboración de este documento, es el resultado de múltiples interacciones personales. Agradezco primeramente a padres y a mis hermanos por enseñarme que el deporte es una parte fundamental en la constitución del ser.

A mis amigos, que sería imposible nombrarlos por ser bastantes.

A mis profesores, que aportaron sus consejos, conocimientos, pero sobretodo brindarme su amistad. Agradezco a mi asesor, el Dr. Juan José Santibañez excelente profesor y extraordinaria persona; Así mismo Al Dr. José Luz Órnelas, excelente persona, profesor y amigo, con quien empezó este proyecto.

Por último agradezco a todas las personas que la vida nos ha brindado la oportunidad de conocer, algunas nos acompañan hasta el día de hoy, otras desgraciadamente salen de nuestro camino. Algunas de ellas han causado más impacto que otras, pero no por eso van a dejar de ser importantes, con ellas aprendimos a reír, a compartir y a vivir momentos afortunados y desagradables. Por todo ello, gracias totales.



INTRODUCCIÓN

Muchas veces es difícil abordar un tema que refleje parte de la realidad, de nuestra cotidianidad y lo más importante, que sea un elemento de discusión y aprendizaje teórico y metodológico. El estudio del fútbol hasta la fecha ha sido en función de su carácter económico, en la administración del tiempo libre, como una actividad recreativa y desestresante de la vida rutinaria del trabajo. Este artículo aborda el carácter subjetivo en la creación de identidades de los jóvenes que integran una barra de fútbol; las dimensiones y categorías que influyan en la formación cultural y simbólica de sus integrantes, así como el significado de los emblemas y las actitudes dignas de un ritual.

Debemos reflexionar sobre el deporte como objeto de estudio de la sociología como fenómeno social con gran importancia en el mundo moderno y brindarle la atención necesaria; ya que en el deporte se reflejan los mecanismos básicos de la sociabilidad (las interacciones, las redes y lazos afectivos), comportamiento individual y colectivo. Simplemente hay que observar cada fin de semana el número de personas que lo practican o lo miran en forma directa o televisada, la cantidad de publicidad, promociones y atención que se le dedica al deporte, y los problemas generados en relación a este, como la violencia entre barras, así como la disputa entre raza y género.

Desde que el hombre existe, la lucha por la supervivencia determinó su forma de vida, con el paso del tiempo se convirtió en una competencia por ser el más fuerte, por ser el mejor y sobretodo para tener poder y dominar a los demás. Para lograrlo tuvo que asociarse y concentrarse en pequeñas comunidades dándose cuenta que podía desarrollarse de manera individual y grupal para su bienestar.

Con el nacimiento de las tribus, nació una nueva forma de asociación y de organización que se caracterizó por crear todo un sistema de símbolos que los identificaban como parte de ella; desde delimitar su territorio, crear sus propias reglas, normas de conducta, rituales e ídolos; sobresaliendo un líder fuerte e inteligente capaz de garantizar la supervivencia del grupo, originando la segregación humana.

Con el desarrollo de las complejas relaciones entre los individuos, el ser humano se empieza a manifestar de acuerdo a la realidad que enfrenta su expresión dependerá de cómo esta influye en él, Mead hace una interpretación de esta realidad a través del interaccionismo simbólico:

- q Los seres humanos actúan en relación a los objetos de la realidad sobre la base del significado que estos objetos tienen para ellos.
- q Estos significados son el resultado de la interacción social dentro de la sociedad humana.
- q Los significados son manejados y modificados en un proceso interpretativo que cada individuo lleva a cabo con los signos a los que se enfrenta.

Uno de los ejemplos más claros que existen en la actualidad es el fútbol, que pertenece a ese mundo, por su fuerte carga simbólica ya que se muestra como una de las grandes manifestaciones tribales de nuestros tiempos. En las tribunas se escuchan frases exaltadas que exigen la eliminación del enemigo de la tribu rival, así como actitudes que defienden el prestigio, los colores y los emblemas del equipo. Este comportamiento forma parte de nuestra vida cotidiana, sábados y domingos son los días propicios de la actividad masculina, debido a que la mayoría de los hombres se preparan para disfrutar de su deporte favorito o para practicarlo. En este marco el deporte ha contribuido a la actualización de las mentalidades guerreras masculinas, cuya combinación de la preparación y capacitación física o intelectual deportivas exaltan los valores nacionales, patriarcales de aquellos hombres dispuestos a defender su derecho, su patria y su honor en los campos de batalla. En pocas palabras por la tribu se mata o se muere.

Las tribus urbanas constituyen una posibilidad de recrear una nueva sociabilidad, de reeditar un nuevo orden simbólico a partir del tejido social cotidiano¹¹

A uno de tantas tribus urbanas actualmente se le llama *barra brava*ⁱⁱ, grupo de animación compuesto por jóvenes que visten de forma similar y llamativa, que poseen hábitos comunes y lugares fijos de reunión donde se pueden encontrar modos de sentir y de pensar similares y un soporte afectivo fuerte que ofrece a los miembros de estos grupos seguridad frente al mundo adulto.

¹¹ Barra se refiere a un grupo afectivo, con intensa participación emocional y por brava se entiende que son personas de acción y por lo general predispuestas a la violencia. Su origen proviene de Argentina.

El deporte, en especial el fútbol se ha manifestado como el espectáculo masivo que atrae millones de personas en el mundo, en ligas locales y torneos internacionales como el mundial de fútbol, que es el evento más importante incluso que los juegos olímpicos. Es el vehículo de las prácticas colectivas y los sentimientos constituyen el motor de los actos masivos donde van implícitos símbolos, prestigio y estilos de vida que identifican a cada país o región. Hablar de este deporte es encontrar una herramienta en la búsqueda de la identidad individual y colectiva donde millones de personas son atraídas por el, por una gran variedad de intereses y motivos que abraza a todas las clases y a todas las edades.

¿Pero donde se puede gestar el gusto sobre el fútbol? Es la primer interrogante a responder, encontramos que su origen es generacional y en grupos de interacción como la escuela, el trabajo y por supuesto los medios de comunicación. En este sentido habrá que hacer una distinción en el peso que tienen estas categorías en el individuo que pertenece a la barra.

Un ejemplo claro de este caso radica en que desde la infancia el niño recibe entre los primeros regalos un balón que generalmente tiene el escudo de un equipo, pero sobretodo se enfrenta a una pregunta clásica ya sea en la calle o en la escuela *¿a qué equipo le vas?* El niño responde automáticamente o es inducido por el adulto a responder. Esta respuesta evidencia una fuerte influencia familiar, principalmente por el padre; de esta forma es como el niño se empieza a relacionar con el fútbol, como lo explican algunos aficionados *“heredamos hasta el equipo”*

Siguiendo con las interrogantes, nos preguntamos *¿Cómo es que el deporte, pero en especial el fútbol arrastra a millones de aficionados en el mundo?*

Parte de la respuesta se encuentra en el análisis de Norbert Elías y Eric Dunning donde especifican tres puntos básicos que han llevado al deporte a tener cada vez mayor importancia social:

- 1. El hecho de que ha cobrado fuerza como una de las principales fuentes de emoción agradable.*
- 2. El hecho de que se ha convertido en uno de los principales medios de identificación colectiva.*
- 3. El hecho de que ha llegado a constituirse en una de las claves que dan sentido a las vidas de mucha gente”²*

Una de las razones principales para estudiar el fenómeno del fútbol, es por el hecho que este deporte ha demostrado ser muy importante para la gente, ya que encontramos que genera y moviliza sentimientos muy profundos y de ello se originan nuevos estilos de vida y para que la gente vea que no solo es ver correr a veintidós jugadores detrás de un balón.

Entender este fenómeno es encontrar lo que significa para la gente el fútbol, cómo se relaciona con otras categorías en la vida cotidiana como la educación, la familia, el trabajo, el sexo; por eso es fundamental encontrar cómo funcionan esas relaciones sociales de los espectadores, cómo llegan al estadio, cómo funcionan las diferencias sociales, cómo se organiza y se agrupa la identidad de las personas en los estadios.

Si el fútbol debe ser estudiado y analizado es para desmitificar su uso por parte del Estado, así como dejarle de llamar el opio de los pueblos, en el proceso de adoctrinar a las masas masculinas y la juventud con el objetivo

² http://www.geocities.com./blackfor/la_tribu1.htm

explícito de despolitizarlas y adecuarlas al trabajo mecanizado, a la competencia, al fanatismo, al nacionalismo, al sexismo, a la sumisión de las jerarquías sociales existentes, al culto desmedido de los ídolos y a la aceptación sin crítica de los valores capitalistas dominantes.

La intención de este trabajo es estudiar uno de los componentes esenciales del fútbol, al que se le denomina el jugador número doce y más en específico *las barras*, sus integrantes y la forma en que conciben el fútbol desde su vida cotidiana hasta el presenciar un partido de fútbol. Esta es una denominación y un modelo que tuvo sus orígenes en Inglaterra con Edward Hooligan a lo que se le denominó Hooliganismo, que posteriormente este fenómeno apareció en Sudamérica especialmente en Argentina; y que en los últimos seis años hizo su aparición en México con el equipo de Los Tuzos del Pachuca.

Estas barras son integradas principalmente por jóvenes donde manejan todo un “ritual” dentro del estadio por sus actitudes, sus canciones, el amor que le profesan al equipo que le hacen llamar *el equipo de mis amores*, además de explicar cómo es que defienden ese espacio en la tribuna que lo sienten y lo hacen suyo, similar a una tribu que defiende su territorio.

Todo esto nos conduce a plantear una serie de preguntas como:

1. ¿Por qué en especial los jóvenes se integran a una barra brava?
2. ¿Qué hay de fondo en el individuo que pertenece a una barra?,
3. ¿Cómo se manifiesta socialmente formando parte del grupo?,
4. ¿Qué personalidad adopta y qué características en común tiene con los integrantes pertenecientes a estos grupos?

Para responder a estas preguntas el estudio se centrará en la *barra Rebel* del equipo de los PUMAS de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Tomando en cuenta algunos elementos que pueden ser esenciales para la comprensión del fenómeno y como construcción de la identidad juvenil, con el equipo y con la institución.

1. La universidad Nacional Autónoma de México, es una institución pública que absorbe a la mayoría de los estudiantes del Distrito Federal, ya que abarca desde la educación medio superior (preparatorias, CCH y escuelas incorporadas), licenciatura y posgrados.
2. La mayoría de los integrantes de las porras están vinculados con la UNAM.
3. Sienten una gran identificación con su institución, sus colores, además de que ahí estudió y jugó Hugo Sánchez, hasta ahora el mejor jugador de México en el extranjero.
4. El equipo de los Pumas tiene una estructura diseñada en la formación de jugadores desde temprana edad, con gran prestigio, y que comienza con la organización infantil "pumitas".

Tomando en cuenta estos referentes, no debemos omitir el papel que juegan los medios de comunicación, en especial la televisión, es cada vez más importante para la difusión de estos grupos, el valor que le dan es muy significativo para que el público aficionado y no aficionado sienta una pasión que les dote de un estado de ánimo, sin mencionar la cantidad de horas y programas que se le dedica al tema durante la semana, transmitiendo las

imágenes que tan solo duran unos segundos pero que se repiten constantemente.

Siguiendo con los objetivos de la investigación sobre los integrantes de la barra Rebel es saber como conciben la violencia en el fútbol y los detonadores de esta. En esta nueva era la información y el entretenimiento que se han convertido en las dos grandes industrias contemporáneas en expansión y se han convertido en la materia prima de la economía actual y han sido capaces de regular la vida de la sociedad. Por lo que el ritmo de vida hace que la gente tenga la necesidad de buscar alternativas y prácticas ajenas a las actividades de la rutina diaria, encontrando en ello un desahogo en su vida. En la industria del entretenimiento, que se caracteriza por presentar espectáculos masivos, los medios de comunicación influyen en la sociedad ya que toman de ella los elementos donde las emociones y sentimientos juegan un papel trascendental para la gente.

Parece ser que los medios tienden a convertirse en el fin esencial de la actividad humana³

En este apartado trataremos de enlazar lo que es la construcción simbólica del fútbol como la identidad y de los medios en como puede generar en estos grupos una respuesta negativa en el exceso de pasión que puede generar por consecuencia la violencia en los estadios de fútbol que incide directamente en personas que son miembros de *barras*, autoridades y de personas ajenas, como los aficionados pasivos que no pertenecen a ningún grupo de apoyo.

³ Revista *intermedios*, agosto-octubre. 1993 Pág. 23

Resumiendo, el objetivo central es encontrar los mecanismos a los que están expuestos los jóvenes que integran la barra, así como explicar el proceso de socialización y de identificación. por eso hay que descubrir:

1. Qué factores socioculturales identifican a los integrantes de la barra *Rebel* de los Pumas.
2. Cómo se expresa la gente del equipo de los PUMAS
3. A que oferta cultural está expuesta esta gente:
 - 3.1. Los medios de comunicación
 - 3.2. La asistencia al estadio
 - 3.3. Los objetos (camiseta, bandera y sus colores)
4. La violencia en el fútbol

El hecho de que el fútbol poco a poco se está convirtiendo en una necesidad social y la continua creación de estos grupos de apoyo, la comunicación y el intercambio verbal es el vínculo para formar cualquier asociación. Jürgen Habermas con su Teoría de la Acción comunicativa: se orienta al entendimiento con otros, por la interacción y la comunicación; donde busca un acuerdo que termine en la comprensión mutua del saber compartido, de la confianza recíproca y de la concordancia de unos con otros. La acción comunicativa, como parte de la acción social, colabora en los tres procesos que conforman la socialización: recepción y reproducción cultural, integración social y desarrollo de la personalidad y de la identidad personal, por ende la socialización es condición de la identidad.

Dando como origen las barras donde estos grupos son los dueños de la voz oficial, disponen del mayor capital simbólico, e imponen de esta manera el discurso legítimo a través de los cantos, y que el resto de los simpatizantes

entonan. Son ellos los que se presentan como dueños de la pasión, los que pueden colocar las banderas en cualquier lugar y los que fuman y toman cualquier cosa porque ese es su territorio.

Es esa misma zona liminal en que los sectores populares afirman su pertenencia social y hasta cuestionan, aunque sea en el plano simbólico, a los sectores altos frente a una estructura social mucho más rígida en que no parece haber lugares para este tipo de procesos. El espacio público en que se ha convertido el estadio de fútbol hace que las manifestaciones se han el foco de atención primero por los aficionados, y segundo por los medios de comunicación ya que es observado el juego por miles de personas.

Para Bourdieu la idea de espacio social es la que da cuenta del carácter estructural de este todo. Este espacio social se extiende como una red constituida por las relaciones entre las diferentes posiciones que los agentes ocupan en la distribución o posesión diferencial de ciertos bienes que dan poder en el mundo social de los agentes.

Alrededor de estos bienes se generan espacios de juego "históricamente constituidos con sus instituciones específicas y sus leyes de funcionamiento propias". Por lo que, el espacio social se nos presenta como un conjunto abierto de "campos" relativamente autónomos y más o menos subordinados en su funcionamiento y en sus transformaciones, al campo de la producción económica.

Este espacio social, la comunicación, la reproducción cultural y la integración social se relaciona con la construcción de la realidad a través de la vida cotidiana que se presenta para Berger y Luckman como una realidad

interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente. Es un mundo que nace en sus pensamientos y acciones, y que está sustentado como real por éstos.

La realidad de la vida cotidiana se capta como ordenada por una rutina, la gente considera la realidad cotidiana como 'su' mundo, importando menos el resto de las realidades.

Otras realidades que no son cotidianas son los juegos, las experiencias religiosas o estéticas, etc., y ellas desvían la atención de la realidad de la vida cotidiana, aunque esta siempre retiene su preeminencia: nuestro lenguaje, aún usado en otras realidades, sigue tomando como referencia la vida cotidiana, puede 'traducir' lo no cotidiano a lo cotidiano.

El mundo cotidiano se estructura en el espacio y en el tiempo. La realidad de la vida cotidiana impone sus tiempos, que pueden ser indistintos a los tiempos interiores de cada uno: por ejemplo, hay que esperar para conseguir algo.

El tiempo de la vida cotidiana es percibido como limitado y continuo, y a él deben adecuarse los proyectos de vida; así la Interacción social en la vida cotidiana es una de las que más se asemeja a las barras bravas, y es la interacción cara a cara. Esta interacción es el prototipo de las demás, es aquella donde el otro se me aparece como real y tangible, y donde comparto con él un aquí y ahora que se impone.

Haciendo referencia a esto concepto del tiempo y la realidad que se percibe Juan Nuño lo relaciona con el estadio, y “la masa en anillo” concepto de Elias Canetti.

“Hay un tercer tiempo, ni el real ni compensado, que separa al espectador de su otra vida. En el estadio, lejos de la oficina, el perro enfermo, el anillo devuelto por la novia, las manchitas en la radiografía, el examen de

química, los segundos transcurren como un “robo”, una suspensión de la costumbre. Las ligas son formas de garantizar estos hurtos temporales”ⁱⁱⁱ

Marco metodológico

Para lograr los objetivos y la obtención de datos, E. Goffman y el interaccionismo simbólico que se refiere a través de marco de trabajo metodológico que conllevan ciertas características especiales:

Confiere primacía a una vía de observación y de descripción que se apoya en diferentes formas de registro (fotografía, video, grabadoras), así como la entrevista enfocada.

Privilegia el trabajo de campo, que se esfuerza en aprender y analizar las situaciones de la vida cotidiana, las interacciones entre los individuos en el estadio. Se centra en el proceso de comunicación considerado como un fenómeno global que integra muchos modos de comportamiento (la palabra, los gestos y la distancia interpersonal)

Con la observación, la documentación y la socialización en este contexto, se detectan algunas condiciones que caracterizan a los integrantes de la *barra Rebel* del equipo de los Pumas de la UNAM. Se afinan las preguntas a priori y se plantean otras. Se describe la asistencia y el comportamiento de los aficionados en los juegos de los PUMAS en el estadio de Ciudad Universitaria.

Para ello se tienen que cubrir ciertos requisitos como:

- Ø Declararse público aficionado al fútbol y de los Pumas de la Universidad.
- Ø Ser miembro activo de las barras universitarias.
- Ø Asistir al estadio por lo menos 2 veces al mes.
- Ø Que las edades sean entre los 18 y los 30 años.
- Ø Que estudien preferentemente en la Universidad Nacional Autónoma de México.

CAPITULO I

FUTBOL Y CULTURA

1.1 FORMACIÓN DE GRUPOS

Todo hombre pertenece a una gran variedad de grupos y redes sociales en el transcurso de su vida, dentro de ellas se encuentran diferentes actividades recreativas, laborales y deportivas como los clubes. La atracción hacia el grupo puede basarse en dos aspectos, ya sea por el prestigio que confiere pertenecer a él y por otra, los beneficios que se obtienen de dicha agrupación; así como el vínculo de simpatía y la proximidad física que aumenta la frecuencia de la interacción, y esto se concreta a través de la formación de grupos sociales.

El punto de partida para explicar la formación de grupos es el hecho de que los une un objetivo común que los integra; tomando como referencia la “teoría de grupo” de Mancur Olson, que la explica a través de dos dimensiones: una informal y otra formal.

La dimensión *informal* se refiere a que los humanos tienden a formar asociaciones y unirse a ellas; ese instinto, es la causa de la formación de todas las divisiones y subdivisiones que surgen dentro de una sociedad y ocasionan conflictos morales y a veces físicos⁴

La dimensión *formal* por su parte, no toma en cuenta a la dimensión informal en la formación grupal, sino que parte de una explicación a partir de la evolución de

⁴ Olson, Mancur. La lógica de la acción colectiva. Limusa-Noriega. México 1992. Pág. 27

las sociedades modernas industriales para explicar las formaciones y las afiliaciones a grupos en la actualidad, teniendo como base a los *grupos primarios* como la familia y las redes de parentesco que eran el núcleo y que además dominaban la estructura social que predominaba en las sociedades primitivas.

Pero a medida que las sociedades se iban desarrollando surgen nuevas asociaciones externas a la familia desempeñando algunas tareas similares y diferentes a la familia; a estos grupos se les denominan *grupos secundarios*, que pueden ser los sindicatos, universidades, clubes deportivos, etc. Estos grupos en la actualidad han ganado mayor espacio para construir nuevas redes e interacciones sociales producto de relaciones laborales y económicas.

La similitud entre ambas sociedades se caracteriza por la “función” que realizan, tanto en las sociedades primitivas como en las sociedades modernas porque a partir de la familia y en las asociaciones secundarias de la sociedad moderna realizan funciones que son útiles para la sobrevivencia de la gente y de la sociedad, satisfaciendo las demandas, intereses o necesidades.

El segundo punto a destacar de esta teoría, apunta a la distinción del análisis de grupos grandes y grupos pequeños en la dimensión *formal* y no en la *informal*. Pero comparten una característica, ya sea grande o pequeño el grupo tienden a atraer a miembros por las mismas razones y a lograr un beneficio colectivo.

El tercer punto de esta teoría, hace una distinción entre un grupo abierto y uno cerrado. En otras palabras un grupo abierto hay que entenderlo como una asociación que no está regulada o institucionalizada, y por el contrario, el grupo cerrado que se refiere a toda asociación institucionalizada.

En las dos clases de asociaciones la unión es voluntaria, en la primera los

individuos entran y salen o son grupos temporales y situacionales; en cambio el segundo mantiene una regularidad y una constancia pero sobretodo resalta el hecho de la credencialización o mejor dicho la membresía, que lo hace beneficiario de algunos derechos por encima de quienes no son miembros institucionalizados. Por ejemplo la apropiación de un espacio, algunos bienes son colectivos para los miembros de un grupo y al mismo tiempo son privados para los de otro, porque algunas personas se les puede impedir que los consuman y otros no.⁵

Este referente es lo que nos dará la base para explicar el fenómeno de los grupos de animación: las *barras*. Esta teoría, aporta una primera hipótesis acerca de la formación de la *barra*: se constituye como un grupo cerrado, al que solo tienen acceso estudiantes y personas vinculadas a la UNAM, debido a que ocupan un lugar específico en el estadio C.U.

La lealtad que el integrante de la *barra* tenga para el equipo, sus compañeros y para el grupo será a través de reforzar los símbolos sociales y colectivos⁶, resultado de dos lógicas principales:

- q La lógica instrumental.
- q La lógica expresiva.

⁵ Olson, Mancur. La lógica de la acción colectiva. Limusa-Noriega. México 1992. Pág. 24

⁶ El símbolo social se refiere a objetos, ideas, instituciones y otros fenómenos, todos ellos práctica y socialmente reconocidos e incluso muchos socialmente ignorados; símbolo colectivo representa concetamente la historia y los valores del grupo como un todo.

1.1.1 Incentivos y comportamiento individual

En una segunda aproximación debemos partir que para que nazca un comportamiento colectivo debe existir un interés particular que se generaliza y que siente el origen de la movilización basada principalmente en la subjetividad de la vida cotidiana y por lo tanto redefine la acción social.

Según el pensamiento de Weber la acción social se presenta como cualquier actitud o conducta, tomando en cuenta la medida en que el agente o agentes asocien un sentido subjetivo de la misma y por consiguiente referirnos al término sentido que incluye la relación social y señala la probabilidad de que se acentuará socialmente en una forma indicable. Según el punto de vista weberiano que se está presente en un mundo racional que se mueve en forma de acciones sociales.

La acción social esta orientada además por hechos pasados, presentes o puede predecirse una conducta futura.

En síntesis debemos preguntarnos *¿cuál es el criterio que permite distinguir entre acción intencional y otros tipos de actividad?*

- q La calculabilidad: predicción sobre posibles cursos de acción.
- q El empleo de recursos: desde el acto verbal.
- q La ganancia: la obtención del satisfactor.

Bajo estas ideas, las personas y principalmente los jóvenes llevan a cabo buena parte de sus actividades diarias, en acciones dirigidas al entendimiento con otros y sobre esta base esperar que la capacidad para mantener el apoyo aparezca en las situaciones sociales difíciles. Todas estas situaciones de acción, que se

realizan en torno al fenómeno del fútbol son escenario de actividades masculinas más que de las femeninas; debido a que en nuestra cultura latinoamericana la acción parece pertenecer al culto de la masculinidad, a pesar de la importancia que va tomando el papel de la mujer en nuestra sociedad. Por lo tanto el fútbol se ha caracterizado por ser una lucha donde se expone la reputación, donde la virilidad se refuerza o se pierde frente a los demás.

Las barras a diferencia de otros grupos, se preocupan más por imponer un ritmo continuo por parte de sus integrantes, estos actúan en un plano socio-emocional: que se refiere a los lazos entre los integrantes del grupo, así como la interacción del sistema interno.

En el sistema interno del grupo así como de las barras se encuentran varias pautas para que este sobreviva.

- q El sentimiento del grupo se manifiesta mediante la conducta expresiva.
- q Solidaridad.
- q Liberación de tensión.
- q Comprensión y aceptación.

El estudio de las *barras* responde a situaciones claramente definidas en ellas encontramos estados temporales, espaciales y sociales, en ellas las conductas de los individuos se moldean en el contexto interactivo de la situación formando una “unidad funcional”.

El punto de partida para el análisis es la importancia de la satisfacción individual por parte del *hincha*⁷, al encontrarse rodeado con personas que comparten su sentir respecto del equipo. La carga simbólica que despliega en su actitud es la que motiva a otros para actuar de la misma manera; debemos considerar que el

⁷ Definición que se utiliza en Sudamérica para nombrar al aficionado de fútbol y miembro de barra o porra

beneficio personal es dependiente de la situación de la barra; por un lado encuentra satisfactores materiales y simbólicos, donde los segundos tienen más peso, debido a que se pone en juego la identidad, la pertenencia y el prestigio de su persona, de la *barra* y del equipo.

En el caso de la *barra* universitaria la historia de estos grupos la construyen los miembros del grupo, a partir de las fuerzas que mantienen la dinámica del sistema grupal empleando emblemas representativos de la universidad como el escudo puma, el himno universitario y el Goya, siendo los cantos el vehículo de apoyo al equipo y a la institución. Por lo tanto en la historia de cualquier grupo tiende a reforzar la identificación de sus miembros con los valores y los objetivos del grupo y a establecer unos lazos impersonales que favorezcan la creación de una cultura.

A través de estos factores se da la identificación de los miembros de la *barra* con el equipo de los Pumas y con la institución.

- q Cohesión institucional.
- q Infraestructura deportiva.
- q Deporte profesional.
- q Proceso generacional.

Esto nos da pie para plantear una segunda hipótesis acerca de los individuos que ingresan en un grupo social como las *barras* tienen ciertas características como:

- q Quiere satisfacer las necesidades básicas que lo llevan a incorporarse al grupo.
- q Acata las normas del grupo.

- q Se preocupa por la pauta de interacción grupal y por la búsqueda de las metas del grupo.

Debemos entender que no todos los casos para pertenecer a un grupo como la *barra* sean iguales; Como hemos visto los incentivos pueden ser materiales o inmateriales que buscan obtener prestigio, respeto y amistad. En segundo lugar tomemos en cuenta el lazo de la amistad para pertenecer al mismo club social por presión de los amigos para animarlos para participar en las metas del grupo, ya que las personas valoran la compañía de sus amigos y asociados lo mismo que la posición social, el prestigio personal y la autoestimación (...)estos incentivos sociales orientan la acción(...) reforzándola, porque la posición social y la aceptación social son bienes individuales y no sociales⁸

La vida cotidiana exige resultados inmediatos, en cualquier asociación que pretenda vivir largo tiempo; ese espacio y tiempo que el sujeto tiene como referencia combina factores subjetivos y objetivos, racionales y culturales.

En la construcción del grupo y los incentivos del individuo en la sociedad contemporánea hemos visto que la actitud de los jóvenes que integran la sociedad no es la misma esto hace preguntarnos *¿quienes son capaces de agruparse a una barra, los marginados o quienes están mejor integrados en la sociedad?*

A continuación se exponen algunas características que predominan en los jóvenes en la actualidad, para ir conformando un esquema del fenómeno que nos ayuden a comprender mejor lo que es una *barra*:

- q En los jóvenes se observa un distanciamiento de las formas tradicionales de participación social. No es que los jóvenes no quieran participar, sino que los

⁸ Olson, Mancur. La lógica de la acción colectiva. Limusa-Noriega. México 1992. Pág. 70

canales tradicionales de participación los encuentran desvinculados con los intereses de lo que ellos esperan y quieren.

- q Nos enfrentamos a un fenómeno donde los jóvenes viven su cotidianidad de manera individual y al reunirse recrean en alguna forma su cotidianidad individual.
- q Los jóvenes requieren de agruparse y organizarse para expresar en el espacio público contenidos privados.
- q La nueva forma de entender su relación con lo público, parte por reconocer su identidad desde lo privado, desde sus propios intereses e inquietudes, en la materialización grupal de su cotidianidad se explica su mundo privado compartido con otros jóvenes con los cuales construye su identidad y sentido. Su interés por la participación social se expresa de manera distinta, en donde la adhesión a grandes discursos y acciones que vienen dados desde lo público, ya no encuentran respuesta. Esto significa reconocer una nueva forma de establecer relación con lo público y como los jóvenes construyen su identidad y se comprometen en acciones colectivas.
- q La actitud actual de los jóvenes vinculados a lo público, en el aquí y ahora. El proyecto social juvenil, es esencialmente subjetivo, en la medida que expresa la propia identidad juvenil, entendida como la capacidad que se tiene para desarrollar sus propios medios para alcanzar sus propios fines. Es el logro de los pequeños proyectos que son definidos por los propios jóvenes.
- q Los espacios de los ritos, producen una dinámica distinta a los espacios de cotidianidad, en la medida que, los primeros son espacios sociales definidos para interacciones abiertas o semi-abiertas. Estos espacios son

tomados como foros de expresión y de autoafirmación en los cuales los grupos irrumpen para sentirlos como espacios propios.

En el análisis de lo que representa un fenómeno colectivo continuo integrado por jóvenes debemos abordar a la *barra* desde el punto de vista del *grupo de Leicester*.

1. *Los orígenes socio-históricos del fenómeno.*
2. *Las características sociodemográficas de socialización y ocupacionales de estos jóvenes.*
3. *El papel de los medios de comunicación y su influencia en el origen y consolidación del fenómeno.*
4. *Las iniciativas políticas y deportivas adoptadas frente al problema y sus consecuencias.*

1.2 CONSTRUCCIÓN SOCIAL DE LA IDENTIDAD EN EL FÚTBOL

El imaginario social actúa como un mecanismo de control de esa vida colectiva y del ejercicio del poder, posicionándose como un lugar en el que se desenvuelven los conflictos sociales (Baczko,1991). Para que el imaginario pueda reproducirse es necesario que cuente con medios que aseguren su reproducción e impacten así sobre las conductas y actividades individuales y colectivas. El tema de las identidades socioculturales que éstas, más que ser estáticas y tender a la homogeneización, tienen una tendencia hacia su reestructuración y recomposición permanentes. Implica préstamos o reappropriación de elementos de organización social y cultural que tienen con frecuencia un origen externo. Los procesos de identidad sociocultural que son expresiones de las dimensiones subjetivas de la conciencia social, nos remiten a todos aquellos procesos y situaciones en las que se pone en juego la construcción de un “ser” colectivo. Cualquier cultura que se define a partir de una supuesta “autenticidad”, se sitúa en oposición radical a cualquier otra, y sus miembros verán interrumpido u obstaculizado el intercambio con aquellos individuos portadores de otras identidades “contaminantes”. Los contactos son entonces vistos como amenazadores y los procesos sociocomunitarios resultantes llevarán a la separación entre los grupos y los individuos que los integran, es decir, los procesos de exclusión, marginación y segregación.

Ciertamente, los elementos sobre los que descansan las identidades se dan a partir de una selección que es formulada de manera subjetiva que dan forma a la realidad. No hay que olvidar que las identidades son espacios de lucha de

carácter social y cultural, ya que –de acuerdo con su carácter relacional– la capacidad y la forma de identificación van a depender de la posición de los actores sociales y los miembros de cualquier grupo en cuestión dentro de sistemas más amplios históricamente constituidos. Las formas y elementos culturales que intervienen en los procesos de corte identitario no son núcleos rígidos, por el contrario, tienen una enorme flexibilidad hasta cierto punto, mientras no transgreda su interés vital del grupo o comunidad.

Estas formas simbólicas son permanentemente reformuladas en el tiempo, lo que permite dar nuevas respuestas a diversos cambios producto de la vida cotidiana y social, de los hechos históricos e individuales, posibilitando en cada uno de los tramos de los procesos históricos, la construcción de un nuevo imaginario social. Sin embargo los modelos ideológicos presentes en la vida cotidiana de las personas, en la estructuración de las instituciones, en el imaginario social, dificultan hablar de prácticas igualitarias en la realidad.

En las sociedades primitivas la identidad colectiva se funda y se constituye en torno al lugar de nacimiento, al lenguaje, al modo de vida marcando límites territoriales, morales y organizativos, con ello creando un vínculo y un sentimiento solidario de unidad, excluyendo a individuos que no comparten tales ataduras básicas.

El objetivo central de la tribu es conservarse, reproducirse en el mismo modo de existencia de los individuos, así como de sus comportamientos entre sí.

Cada comunidad esta constituida culturalmente así como su identidad y esta se constituye a partir de su propia autoconcepción del grupo, por sus condiciones socio-históricas, territoriales y de intercambio.

Para conformar y asegurar al grupo y a su identidad es necesario que tenga dos

elementos que definen a todo grupo:

- q El Emblema: El Tótem.
- q El ritual.

El tótem

El tótem es un emblema que representa a una tribu, nación o sociedad como símbolo de fraternidad y de carácter mágico. Por ejemplo, en la edad medieval los nobles mandaban esculpir, grababan en los castillos, los escudos y armas el símbolo de su pertenencia, así como el nombre del clan es el nombre de su tótem que se llega a considerar un ser inmortal y hasta eterno.

Durkheim explica:

El tótem es ante todo un símbolo que expresa y simboliza dos tipos de cosas diferentes: por un lado constituye la forma exterior y sensible de lo que hemos llamado el principio o Dios totémico. Por el otro lado constituye también el símbolo de esa sociedad determinada llamada clan. Es su bandera, es el signo por medio del cual cada clan se distingue de los otros, la marca visible de su personalidad, marca que llevan sobre sí todos aquellos que forman parte del clan en base a cualquier título, hombre, animal y cosas(...)el Dios del clan, el principio totémico, no puede ser más que el clan mismo, concebido por las formas de las especies sensibles del animal o vegetal utilizados como tótem.⁹

Con este emblema de representatividad, los individuos toman conciencia de unidad moral, al lanzar el mismo grito, pronunciar una misma palabra, un himno

⁹ Josetxo Beriain/Lanceros, Patxi, Identidades culturales. Pág. 16

o por ejecutar un mismo gesto relativo a un mismo objeto, son atributos que se caracterizan por la homogeneidad de estos movimientos, el grupo recibe el sentimiento de sí y recibe su existencia y asegura su continuidad.

El Ritual

*Los ritos son reglas de conducta que prescriben cómo el hombre debe comportarse con las cosas sagradas.*¹⁰

El ritual se considera de particular importancia en ciertas actividades religiosas, políticas, asociativas o de simple convivencia. Es una práctica social que se distingue por su carácter expresivo, regular y repetitivo que se consagra en un lugar específico que produce una identidad y un orden grupal.



Por lo tanto estos dos conceptos son básicos para la construcción de la identidad individual que en este contexto se socializa. Esto nos conduce a la

¹⁰ Ferraro, Joseph. Durkheim y el totemismo en la religión contemporánea. Pág. 17

definición de la identidad que se deriva de dos procesos.

- q La internalización y la delimitación externa de un colectivo se consiguen a través de la denominación poniendo nombre al colectivo para configurar su identidad.
- q La identidad colectiva diferencia y define colectivos diversos como la tribu, la nación, el partido o en este caso una *barra*.

Al igual que Durkheim, Max Weber expone su punto de vista sobre la identidad:

La identidad puede sobrevivir a alteraciones substanciales y al lenguaje, a la religión, al status económico, al territorio o, a cualquier otra manifestación tangible de su cultura.¹¹

Al descubrir todos los mecanismos que componen a un grupo, el rasgo de identidad va íntimamente ligado al concepto de religión y la trascendencia que esta tiene para sus miembros.

La religión es una cosa eminentemente social, colectivas que expresan ciertas representaciones colectivas que expresan realidades colectivas; los ritos son maneras de actuar que no surgen más que en el seno de grupos reunidos y que están destinados a suscitar, a mantener o a rehacer ciertos estados mentales de esos grupos, es decir, los que implican la unidad y la solidaridad del grupo.

Durkheim nos dice que una de las características de la religión es que sus fenómenos se ubican naturalmente en dos categorías fundamentales: las

¹¹ Josetxo Beriain/Lanceros, Patxi, Identidades culturales. Pág. 25

creencias y los ritos. Las primeras expresan un estado de opinión; los segundos son modos de acción determinadas, los que dependen de las creencias.

Citaremos un ejemplo del trabajo de campo en el estadio: una característica de todo grupo de apoyo es llevar mantas exponiendo todo tipo de leyendas, una de tantas mantas se relaciona con este tipo de referencias religiosas una de ellas decía “si jugaras en el cielo moriría para verte”

Las creencias propiamente religiosas son siempre comunes a una colectividad determinada que practica ritos que le son solidarios, admitidos por todos los miembros que constituyen su unidad. En algunos casos creen que hasta las plegarias y los sacrificios pueden influir sobre el resultado de un partido.

Los individuos que componen el grupo se sienten ligados unos a otros por el solo hecho de tener una fe en común. Una sociedad cuyos miembros están unidos porque representan de la misma manera el mundo sagrado y porque traducen esta presentación común con practicas idénticas, es lo que llaman iglesia.



1.3 CONSTRUCCIÓN CULTURAL DEL FUTBOL

No olvidemos que el imaginario social es una expresión subjetiva de la conciencia social producto de procesos y situaciones en las que se constituye el “ser colectivo” con alto grado de emotividad. En segundo lugar la creación de identidad es proclive a generar conflictos sociales puesto que cada parte de una supuesta autenticidad y que busca la legitimación aún careciendo de veracidad, provocando que haya una exclusión, marginación y segregación. En tercer lugar las identidades ocupan un espacio que defienden, en el que reproducen su lengua, su religión, su historia en pocas palabras su “ser colectivo” frente a otros colectivos. En último lugar son identidades flexibles mientras no ponga en riesgo su carácter vital de grupo; es aquí donde se relaciona lo tradicional con lo moderno.

En la sociedad actual las identidades se crean a partir de procesos de invención selectiva de la tradición, estableciendo de esta manera una conexión entre el pasado y el futuro. Parte esencial de esta conexión es la cultura que debe entenderse como la transmisión mediante procesos de enseñanza y aprendizaje formales e informales, con pautas incorporadas a las tradiciones sociales del grupo, es decir, en los conocimientos, ideas, creencias, valores, normas y sentimientos que prevalecen en el grupo. Por lo tanto la parte esencial de la cultura, consiste al parecer, en determinados juicios de valor en relación con las condiciones de vida que contiene aspectos subjetivos y objetivos.

Es aquí donde la representatividad del deporte como elemento que integra a cualquier sociedad, como una subcultura dentro de la cultura general que es

aprendida en la sociedad. Ya hacíamos referencia al significado que tiene para su vida puesto que queda marcado desde la niñez hasta su edad adulta.

El deporte puede conectar a un hombre con su propio padre. El deporte arraiga a la gente no sólo en un lugar, sino también en el pasado(...)El deporte es una de las cosas que nos ayudan a conservar nuestro sentido del tiempo histórico. Por lo menos, ofrece continuidad en la vida personal del aficionado que ha sido partidario de un equipo desde su niñez hasta la edad madura¹²

El deporte-espectáculo como el fútbol forma parte de nuestra vida cotidiana ya sea directa o indirectamente por lo que se presenta como parte integral de la cultura que establece conexiones en diferentes grados de comunicación al grado de crear nexos temporales entre desconocidos, y sobretodo porque se ha convertido en el mecanismo de que intensifica la conciencia popular de unidad. Parte de esta transformación del deporte, los medios han hecho del aficionado un protagonista puesto que el aficionado ha dejado de ser un espectador para ahora convertirse en parte vital del espectáculo masivo que los medios se han encargado de publicitar, sin olvidar su carácter comercial.

En el análisis de la cultura debemos relacionarlo con categorías estructurales e institucionales. por ejemplo la relación entre cultura y sociedad moderna refleja algunas contradicciones que se manifiestan en la dificultad de individuos y colectivos para tener claras sus señas de identidad. No saben exactamente quienes son; han perdido sus referentes de sentido, o, a lo menos, no lo tienen claro como antes.

Uno de los efectos de todo esto se encuentra en los medios, en la economía, de la internalización bajo la concepción de tiempo y espacio con la que tenemos que elegir entre un mundo de opciones. Por lo tanto no nos viene dada ya la

¹² lever, Janet. La locura por el fútbol.pp. 43 FCE. 1ª Edición en español México 1985.

elección por mera tradición.

El fútbol funcionó como uno de esos referentes desde el cual se obtienen señas de identidad, se remitía a una tradición, comunidad, grupo, estilo de vida con determinados valores, comportamientos y fobias, donde amigos y enemigos quedarán definidos desde la pertenencia a un grupo determinado.

En definitiva el fútbol es uno de los lugares sociales importantes para la definición de la identidad de personas y grupos.

La cultura y la identidad no tendrían permanencia si la realidad no tuviera significados en su vida. A partir del significado que tiene para el sujeto la construcción de la realidad. Mead a través del Interaccionismo simbólico, expresa que el espacio de interacción está provisto de símbolos y de significados. De esta forma caracteriza la interacción a través de quien se comunica y su capacidad autoreferencial de comunicarse consigo mismo, y con la posibilidad de a través de esta comunicación crear la realidad.

Un símbolo se define como un estímulo que tiene un significado aprendido y un valor para la gente, y la respuesta del hombre al símbolo se hace en términos de significado. A este significado aprendido llama símbolos significativos, que implica la capacidad de ponerse en el lugar del otro singular y generalizado, en el cual evoca en sí mismo simultáneamente las diversas conductas de un conjunto de personas actuando de acuerdo en un equipo, un grupo o una sociedad. Por lo tanto en la adquisición del conocimiento y de la cultura, existe una integración de los valores y significados nuevos, existentes y la conducta es dependiente de la integración y de su experiencia individual y colectiva.

La realidad de la vida cotidiana es una construcción intersubjetiva de lo arriba mencionado, un mundo compartido que se construye y reconstruye no sólo con

los semejantes, con quienes se establece interacciones directas, sino también con antecesores y los sucesores. El principal signo para la transmisión del conocimiento es el lenguaje que se transmite de generación en generación.

Berger y Luckman estudian la construcción de la realidad de la vida cotidiana argumentando que “la sociedad es producto humano, la sociedad es una realidad objetiva, el hombre es un producto social”.(Berger y Luckman, 1991:165).

En síntesis, el estudio de estos autores nos permite ver como las representaciones sociales se construyen y se reconstruyen y se transmiten de generación en generación; en común encontramos en ellos, aunque no lo hagan explícito, que estas representaciones son las que, por una parte permiten la comunicación al interior de los grupos y por otra, determinan su identidad.

Estas prácticas sociales se desarrollan a través de la socialización primaria y secundaria. Por socialización primaria debe entenderse la internalización que constituye la base, para la comprensión de los propios semejantes y segundo, para la aprehensión del mundo en cuanto a realidad significativa y social. Esta socialización empieza en la niñez y por medio de ella se convierte en medio de la sociedad. La sociabilidad secundaria, es cualquier proceso posterior que induce al individuo ya socializado a nuevos sectores del mundo objetivo de su sociedad como las instituciones, su alcance están determinadas por el trabajo, la escuela, etc.

Cabe mencionar la similitud de Berger y Luckman en los dos tipos de socialización con respecto a Olson, con los grupos primarios y secundarios en la formación de grupos en su teoría de grupos haciendo referencia a las tribus y su comparación con las sociedades contemporáneas para el desarrollo de estas, en

principio por lazos familiares y por consiguiente reforzándose y reestructurándose tanto los lazos primarios como secundarios.

En fin, la realidad es la vida cotidiana, la de todos los días, según la opinión de Berger y Luckman y en las ciencias sociales, actualmente, ha sido incorporada como fuente de conocimiento y de comprensión de la realidad social. Mafessoli comenta *“el fenómeno culinario, el juego de las apariencias, los pequeños momentos festivos, los paseos diarios, el ocio, ya no pueden considerarse como elementos frívolos o carentes de importancia en la vida social”* y le faltó mencionar el fútbol.

Bourdieu explica que la realidad esta inmersa por dos variables que constituyen y refuerzan la unidad de grupo, y se refiere a la existencia del capital social y el capital simbólico: producto de la identidad, las creencias y los comportamientos basados en los intereses comunes.

q **Capital social**

Se compone de la "suma de recursos, actuales o potenciales, correspondientes a un individuo o grupo en virtud de que estos poseen una red duradera de relaciones, de conocimientos y reconocimientos mutuos, más o menos institucionalizados. Se trata de las redes sociales de conocimiento pero, ante todo, de reconocimiento que permiten a las personas movilizar en su favor y en determinados momentos una serie de apoyos, de garantías, de influencias, que le proporcionan algún tipo de bien material o simbólico.

Las relaciones de parentesco, los clubs secretos, la pertenencia partidaria, las amistadas cultivadas, las cofradías, la vecindad, etc., son aspectos de estas

redes de relaciones resultantes de "estrategias de inversión social" como los dones, la participación en reuniones, las visitas en ocasiones regulares, que ponen en movimiento un tipo de intercambio simbólico de palabras, regalos, mujeres, sentimientos, desplazamientos y escenificaciones corporales, capaces de crear un efecto de reconocimiento mutuo, que luego puede traducirse en una multiplicación del capital económico o cultural poseído.

q **Capital simbólico**

Es el capital más complejamente definido por Bourdieu y el que permite, luego, articular la conformación del campo simbólico como un nivel expresivo y actuante de toda la trama de las clases sociales.

"El capital simbólico es una propiedad cualquiera, fuerza física, belleza, riqueza, valor guerrero que percibido por los agentes sociales dotados de las categorías de percepción que les permite percibir y reconocerla deviene simbólicamente".

En términos generales es el honor y el prestigio. El fin de este aporte de Bourdieu es el de articularlo en una estructura patrimonial de bienes eficientes diferencialmente distribuidos entre todos los miembros de la sociedad; y además, el precisar su capacidad de construcción de realidades simbólicas de consecuencias prácticas. *"Es cualquier tipo de capital cuando es conocido y reconocido"* ante la sola presencia corporal de su propietario, del representante o del sello de la institución que posee algún tipo de capital; es un "crédito, una especie de anticipo que la creencia del grupo sólo puede conceder a quienes más garantías materiales y simbólicas le ofrece.

García Ferrando se sitúa en una perspectiva proclama que a partir de un paradigma conflictualista, propone que

"El deporte se ha convertido en uno de los fenómenos más visibles de la sociedad de masas (...), resulta pueril pretender que se convierta en un área del comportamiento humano para el que no sean aplicables las leyes del funcionamiento de la sociedad (...) Si las relaciones de poder y dominación determina el funcionamiento de la sociedad, así lo harán también el funcionamiento del mundo del deporte"

En estos términos, el fútbol se habría convertido en el principal escenario donde tales normas cobran expresión.

"En parte a que las normas de masculinidad son consustanciales a él. Es decir, también el fútbol es básicamente una lucha fingida en la que la reputación de virilidad se refuerza o se pierde (...) En la medida en que algunos aficionados proceden de comunidades caracterizadas por variantes de solidaridad segmentaria, la afición violenta y desmesurada al fútbol en forma de lucha entre bandas rivales es un resultado altamente probable". (ELIAS&DUNNING, 1992:293).

1.4.2 La oferta cultural

*"Todo buen aficionado sabe que el domingo la misa de las 12 es obligatoria"*¹³

El deporte cumple con una función social además de poseer valor cultural, su comercialización y su calidad de producto de consumo de primer orden, lo acopla al esquema de la cultura de masas. (Vásquez 1991:105)

Una instancia del poder, el poder económico, nos introduce a la consideración de la cultura de masas. Esta se contrapone a todas las formas diferenciales y diferenciadoras de la cultura. La cultura de masas constituye un esbozo de la cultura planetaria "esta llamada a superar las culturas firmemente arraigadas, las regiones sólidamente atrincheradas y las identidades nacionales demasiado distintas. La transformación del acto cultural en valor económico cancela su poder crítico y disuelve todo rasgo de experiencia auténtica" (Canclini, 1987).

La idea que se deriva es que la transformación del acto cultural de masas en valor económico reproduce el paradigma urbano en la vida cotidiana de los grupos sociales en las ciudades. Los alcances de este enfoque se abarcan no sólo a los medios de comunicación sino también aquellos ámbitos referidos a la escolarización masiva, la participación política, las organizaciones religiosas, los procesos de identidad, las formas de moldeamiento y uso del espacio físico y territorial, la industria cultural; en consecuencia, los modelos de comportamiento como es el caso del consumo cultural urbano.

El deporte masificado entra en el gusto popular, en su facilidad de la práctica, el apoyo constante de las instituciones, y en un círculo vicioso producto de la lógica mercantil de las industrias culturales; cuyo producto puede ser consumido

¹³ spot publicitario de la revista "Soccermanía: La Biblia del fútbol"

rápidamente. A decir de Horkheimer y Adorno, *“la industria cultural es la industria de la diversión; elemento implícito en el deporte profesional como entretenimiento para la audiencia(...)la participación en la industria cultural de millones de personas, impone métodos de reproducción que a su vez conducen inevitablemente a que innumerables lugares, necesidades iguales tengan que ser satisfechas por productos estándar”*

De lo cual se deriva que el fútbol se convierta en deporte profesional al percibir alguna remuneración.

1.4.3 Deporte profesional

Según la categorización del deporte contemporáneo de Nuria Puig y Klaus Heinemann, dividen esta actividad en los modelos tradicionales, expresivos, instrumentales y profesionales.

Es el modelo del deporte profesional el que representa un espectáculo, en el cual los exponentes reproducen sus virtudes de compresión corporal ante aficionados, este campo necesita para su financiamiento del vínculo con los patrocinadores, la mercadotecnia y los medios de comunicación.

“El modelo espectáculo en su dimensión deportiva cuenta con una reglamentación estricta y un cuerpo de profesionales que se ocupan de su cumplimiento. Es un modelo orientado al entretenimiento. Su fomento se justifica por un afán lucrativo, impulsar el desarrollo de una ciudad o un país, reconstruir identidades en zonas periféricas de grandes áreas metropolitanas, ensalzar las virtudes de un Estado o por la combinación de dos o más de estos argumentos”.⁴

El apoyo para mantener equipos de cualidades profesionales se consigue con el patrocinio de empresas, particulares interesados y el público, porque mientras exista afición sobrevivirá el consecuente mantenimiento del equipo deportivo dentro de su liga. Esta actividad es fuente de empleo, generadora de recursos en la oferta del entretenimiento, donde el cúmulo de pasiones de los *hinchas* se desborda al apoyar a sus equipos y jugadores. La manifestación física que ocurre sobre la cancha se refleja en la tribuna, que en ciertas fechas del año celebra la tradición de los torneos de liga.

La globalización, la transnacionalización de los sistemas económicos e informáticos, la amplitud de los desplazamientos migratorios, la terciarización, los procesos de expansión de las industrias culturales, los procesos de modernización, las crisis sociales y de las identidades, frente a los veloces y profundos procesos de cambio son parte de las ciudades globales y de las que están en vías de serlo. Este proceso afecta a individuos, instituciones y Naciones debido a la forma en que se reconstruye la cultura.

- q Relación entre cultura y economía: transforma y crea nuevos valores transformando la vida cotidiana. Al aludir a "*la presentación del mundo como espectáculo*" en otras palabras como cultura de masas y en relación directa al impacto de los medios masivos, los movimientos y grupos sociales tratan de superar esto y "representan" al ciudadano-consumidor una nueva versión de la realidad."
- q La segunda, concierne a la nueva relación que parece establecerse entre cultura y geopolítica debido a las relaciones locales, regionales e internacionales.

- q La tercera tendencia está ligada a la relación entre cultura y política; la emergencia de una cultura global que transgrede las fronteras culturales tradicionales se opone a la afirmación del Estado-nación y reduce visiblemente el control del Estado en la formación de los ciudadanos.

La generalización y la popularización a escala mundial de los valores de la sociedad de consumo, iniciada hace varios decenios, provocan un verdadero cambio de mentalidades, de costumbres y de ética, tanto en las elites sociales como en las clases más desfavorecidas. Los verdaderos valores que circulan en la cultura globalizada son el abandono del compromiso social, político y moral a favor de la búsqueda del triunfo personal y de estrategias más competitivas. Tener éxito, superarse, ser eficaz y dinámico, constituyen ahora el núcleo central. Se rechazan los valores, las tradiciones y los conocimientos aparentemente difíciles de convertir en éxito, por carecer de interés y sentido.

Retomando el ejemplo de la deportivización del cuerpo como construcción social, también nos ayuda para comprender el impacto de la globalización. Este proceso coloca al cuerpo masculino como el objeto e instrumento de modernización y actualización de actividades genéricas, valores, normas, creencias e instituciones ligadas a la estructura, organización y funcionamiento del deporte. La deportivización de la sociedad, genérica y de los cuerpos, tiene en el cuerpo de los hombres a los únicos productores de plusvalía, en tanto actores principales del proceso de producción deportiva; es el cuerpo el que trasciende y transita, de manera real, virtual y simbólica, por los mercados financieros del mundo, en tanto sujeto de consumo¹⁴. Siendo él último caso el del

¹⁴ Revista el Cotidiano 113 "masculinidad" mayo-junio año 18 UAM- Azcapotzalco artículo "la deportivización del cuerpo masculino" pp. 57

futbolista inglés David Beckham y su contratación con el Real Madrid y su implicación mundial “el Madrid, ha entendido que el deporte confirma el neoliberalismo económico[...]Beckham es, por mucho, la mercancía más valiosa del fútbol mundial, una industria que genera al año 225 mil millones de dólares. El astro inglés es el principal vendedor de camisetas en América Latina, Europa y, sobre todo, Asia lejana. Ahora será la herramienta que permita entrar al Madrid al enorme jardín comercial que significan China, Japón, Corea y Singapur, los nuevos países evangelizados por la religión de la pelota[...]el Madrid esta dando una lección de expansión industrial y sus vínculos con *Adidas* esperan que uno por ciento de los chinos usen sus playeras en menos de cinco años, lo que quiere decir una venta de más de 12 millones de camisetas. Una fortuna considerando que cada una cuesta entre 90 y 100 dólares[...]Florentino Pérez (presidente del Real Madrid) y Jorge Valdano (director deportivo) no contrataron a un futbolista, firmaron la marca registrada de un futbolista que le servirá para conquistar el mercado mundial de un deporte que todos los días confirma a Hayek y a John Stuart Mill: el liberalismo es el mercado de propiedades privadas. En resumen, no se produjo una contratación de un patrón a un empleado, sino una sociedad de dos empresas, Beckham y el Madrid”.¹⁵ Sin olvidar que en la presentación oficial se dieron cita más de 500 reporteros entre prensa rosa y deportiva para cubrir el evento.

Sin olvidar que recientemente publicó su autobiografía que se traducirá a varios idiomas.

¹⁵ Periódico el Independiente, sección deportes pagina 3 artículo El Madrid, el libre mercado y la posmodernidad. jueves 3 de julio de 2003

1.4.4 Los medios

Hablar de los medios, nos llevaría largo tiempo, pero en este trabajo solo hacemos referencia de ellos como parte sistema sociocultural como factor influencia para aficionar personas al fútbol y como posible detonador de la violencia en el fútbol.

Dentro de toda esta mercadotecnia los medios de comunicación, en especial la televisión tiene una gran penetración en toda clase personas, puesto que ocupa un lugar singular en nuestra vida cotidiana, ya que es capaz de producir guías de comportamiento, lenguajes, patrones de belleza, estereotipos, ideología e información mundial. Pero sobretodo, toma de la sociedad los elementos de gran significado para ellos. Por lo que la televisión ha influido en la configuración del estilo de vida actual.

El siglo pasado fue el que inventó a las celebridades, es decir, a las personas famosas por ser famosas¹⁶. Como lo mencionó Andy Warhol “en el futuro todo mundo podrá ser famoso durante cinco minutos”

La influencia de la televisión sobre los individuos en los espacios deportivos, debe tomarse en cuenta los siguientes puntos:

- q La temporalidad, es decir la influencia a corto o largo plazo (efectos de acumulación).
- q La distinción entre aquellos efectos derivados de la influencia por medio de la imitación de actos televisados.
- q La diferenciación entre efectos esperados y efectos inesperados.

¹⁶ Villoro, 1992:25.

La televisión se convirtió en creadora mitos, a través de ella se cimientan las bases para crear en el imaginario colectivo una visión y un recuerdo permanente.

Por eso habrá que preguntarse *¿qué efecto tienen los medios en torno al fútbol?*

Como productor de significados y detonadores de la violencia.

CAPITULO II

COMPONENTES DEL FÚTBOL

2.1 BARRAS BRAVAS

El fútbol es un escenario que refleja al ser masivo

Nace un nuevo proceso de socialización entre las personas que asisten al estadio de fútbol. Tomando como base la explicación de la formación de grupos del capítulo primero; Analizaremos lo que es una *barra*, que características tiene, pero sobre todo el comportamiento de quienes pertenecen a este tipo de agrupaciones.

Actualmente en los estadios de México se está dando un fenómeno que en los últimos años ha cobrado bastante fuerza y que es la imitación de las *barras bravas* sudamericanas. Hasta el momento todavía no han propiciado un problema tan fuerte, pero cada día cobra más fuerza y existe la posibilidad potencial de provocar actos de violentos.

Estos grupos de personas fueron apareciendo y constituidos principalmente por jóvenes que denotaban inmediatamente su deseo de imitar la forma de

comportarse de los integrantes de las *barras* sudamericanas. Para ellos, el partido pasa a segundo plano.

De igual forma, los medios de comunicación han sido cómplices de esta situación porque hasta en programas de televisión se colocan promocionales de la manera en que se conducen las mal llamadas *barras mexicanas*.

Los narradores comentaristas y reporteros en repetidas ocasiones han felicitado con sus comentarios a esta clase de grupos de animación por la pasión inmesurada que muestran.

Para comenzar debemos definir lo que significa "*barra brava*": *barra* quiere decir grupo afectivo, con intensa participación emocional y por *brava* se entiende que son personas de acción y por lo general predispuestas a ser violentas.

Generalmente en los estudios sobre género e identidad juvenil, los resultados que obtienen se refieren a que los móviles que inspiran la búsqueda del grupo son casi siempre la aspiración de la seguridad emocional por una ausencia de esta que no proporciona la familia, la búsqueda de su propio espacio y sobre todo la necesidad de afirmarse como individuo, por eso buscan en el grupo una compensación, una evasión, identificación y una afirmación del yo, y procurando una seguridad tanto afectiva como física.

A lo largo del texto, estas afirmaciones se tratarán de desechar como las motivadoras de los jóvenes para unirse a alguna asociación; no quiere decir que estas afirmaciones no sean válidas, pero no toman en cuenta otras categorías con las que se desarrolla en su vida cotidiana.

La hinchada como se le nombra en Sudamérica a la gente que apoya a un club de fútbol sacrifica casi cualquier cosa con tal de asistir al estadio a ver a su equipo cada semana:

"Las hinchadas se perciben a sí mismas como el único custodio de la identidad. La continuidad de los repertorios que garantizan la identidad de un equipo aparece depositada en los hinchas, los únicos fieles "a los colores", frente a jugadores "traidores", a dirigentes guiados por el interés económico personal, a empresarios televisivos ocupados en maximizar la ganancia, a periodistas corruptos involucrados en negocios de transferencias. Las hinchadas desarrollan, en consecuencia, una autopercepción desmesurada, que agiganta sus obligaciones militantes: la asistencia al estadio no es únicamente el cumplimiento de un rito semanal, sino un doble juego, pragmático y simbólico. Por un lado, por la persistencia del mandato mítico: la asistencia al estadio implica una participación mágica que incide en el resultado. Por el otro: la continuidad de una identidad depende, exclusivamente, de ese incesante concurrir al templo donde se renueva el contrato simbólico" (Alabarces, 1998)

Los vínculos primarios y secundarios a los que hacíamos referencia crean los lazos y los imaginarios a través de las subjetividades dando al fútbol un carácter religioso y tribal donde descansa su estructura como grupo.

La creación de las tribus, comunidades o clanes se conformaron a través del tiempo como grupos que se conformaban por fuertes lazos sociales, económicos, religiosos y parentescos, donde el defender su territorio, conseguir el alimento, fueron su prioridad. Estos vínculos fueron dando forma para definir su lugar en la sociedad y su rol para concretar una identidad grupal.

En pocas palabras, las tribus urbanas constituyen una posibilidad de recrear una nueva sociabilidad, a partir de los vínculos primarios y secundarios para reeditar un nuevo orden simbólico a partir del tejido social cotidiano.¹⁷

2.1.1 Antecedentes de las barras bravas

En 1890, The Times aparece acuñando el término "hooliganism" como un fenómeno de tipo social. No tenía nada que ver directamente con el fútbol, sino que tenía que ver con la aparición bastante masiva en Londres de entonces de una cantidad de vagos, borrachos, pendencieros.

Edward Hooligan, que sus mayores características sociales para llegar a ser un fenómeno era que no le gustaba trabajar, le gustaba tomar grandes cantidades de alcohol, se agarraba a puños donde fuera como para ser un peleador agresivo, pero donde se agarraba particularmente era los sábados en la tarde en algo que había empezado a ser una absorbente atracción de masas: los primeros partidos de fútbol.

Y ahí empezó a generalizarse, a acuñarse como expresión popular ser un "hooligan", sinónimo de holgazán, borracho y pendenciero.

Cuando en 1966, durante el Mundial de Inglaterra se presentan oficialmente en sociedad los grupos ultra organizados ya como *barras*, la sociedad inglesa, ni lenta ni perezosa, les vuelve a colgar el mote de hooligan. Edward Hooligan es más o menos de 1877. El fútbol aparece a principios de esa década, y en 1890 ya aparece el término acuñado. Eso indica que hubo un proceso social de tipo

¹⁷ http://www.cinterfor.org.uy/jovenes/doc/pub_per/ult_dec/libro26/ii.htm

previo, donde en los bares de Londres era bastante habitual hablar de los hooligans, o hablar del hooliganismo, pero como sinónimo de bravucón, borracho, vago.

También hay constancia documental que en los primeros años de los '60 ya aparecen las primeras *barras bravas* organizadas y pagadas, que ya no son mas *barras* fuertes, sino que la denominación es la actual, naciendo la *Religión del Resultado* y que todo medio será valido para lograrlo.

En Argentina aparece en 1958 una casi formada *barra brava*, a partir de 1960/61 surge ya la *barra* con todas las características actuales.

Un ejemplo muy claro sucede en la década de 1980. El hooligan del Arsenal, Colin Ward, en su día, en pleno boom del hooliganismo, se hizo famoso por el libro que escribió en ingles. En este libro resume muy bien como se muestra una de las formas de violencia futbolística, la violencia hooligan, en el cual dice Ward:

“Hay ciertos eventos y experiencias que te hacen más llevadera la mundana existencia. Para cientos de hinchas de fútbol, incluido yo mismo, estos acontecimientos se producen en las gradas. Las gradas llegan a ser nuestra vida, para algunos la única razón de vivir; moviéndonos siempre entre los sábados y los días de partido. No necesitamos los héroes de la televisión, ni la mala pornografía. Tenemos algo mucho mejor, mas real, único e increíblemente excitante. Yo me corro de gusto al comprobar que la cultura de las gradas en la que he tomado parte se ha hecho famosa y ha sido imitada en todo el mundo.

Nunca antes se había hablado tanto de un fenómeno social y legislado en su contra. Esto es un verdadero enigma. No encuentro respuestas fáciles para saber como detener la guerra de las gradas, del fútbol. Las palabras nunca

pueden expresar las emociones que sentimos en esta violenta atmósfera, pero estoy completamente seguro de que esto es lo que más me gusta. Mucha gente tiene necesidad de evadirse y desea ser famoso. Las gradas del fútbol le dan a cada participante la posibilidad de ser alguien, y, como dijo, Andy Warhol, de ser famoso durante cinco minutos.

Para nosotros, ingleses de abajo, la violencia se convierte en un modo de redimirse y resarcirse, desquitarse. Una forma como otras muchas de desprenderse de la adrenalina. Pasas miedo y, al mismo tiempo, eres feliz. Para muchos es la sensación más bella, más placentera que han experimentado. No importa cuantas veces lo hagas siempre es como la primera vez. Cuando ves la cara de un hooligan entiendes por qué el estadio, los aficionados, la violencia, el partido es como una droga ¡Mejor que una droga!. Si tu equipo gana, la vida es maravillosa. Si pierdes, estas tendido en el suelo y debes hacer cualquier cosa para arruinar la fiesta de los que te han vencido. El dolor de una derrota solo lo puedes borrar rompiéndole la cara a tu adversario o con otra victoria”.

2.1.2 Diferencia entre porra y barra

No debemos confundir los términos *porra* y *barra*. A continuación se señalan las características que las diferencian

LAS PORRAS

La integración de las porras tiene una historia de décadas, integran a personas adultas y de mayor edad, especialmente sus líderes; y los jóvenes integrantes son familiares de segunda y tercera generación de los fundadores y sus amistades utilizan los gritos tradicionales como el “siquitibum”. La mayoría surgieron espontáneamente y recibieron el apoyo y reconocimiento oficial de sus clubes.

Los factores detectados que diferencian a una *porra* de una *barra* son:

- q Edad
- q Procedencia
- q Historia
- q Estilo de animación

LAS BARRAS

Las *barras bravas* son de reciente creación y en su mayoría creadas con fines generados por el club, no son grupos que se crean espontáneamente para el apoyo del equipo sino que fueron implementados por patrocinios del club o de personas cercanas al mismo, con el propósito de “montar algo parecido a las barras de Sudamérica”. Sus integrantes comienzan a integrarse desde los 13 años aproximadamente.

La mayoría son jóvenes, con aparente conflicto generacional, son los que saltan permanentemente, lo que pone en riesgo las estructuras de los estadios.



¹⁸ En estas laminas vemos la gran similitud entre una barra Argentina (equipo Boca Juniors) y una de las barras de los Pumas (la Rebel) pero la violencia radical de la barra Argentina no se compara con la mexicana. Fotos extraídas de la página de Internet de la rebel.

2.1.2 Integrantes de la barra

La posible identificación que siente el individuo al estar en una colectividad como las *barras*, siente un respaldo para sus acciones; pero al estar en este movimiento, para el común de la gente que asiste al estadio los actos que realizan los individuos son anónimos; y para el interior de la *barra* el hecho de sobresalir entre ellos es un acto de respeto y de valentía. Hacen cosas que los demás no se atreverían a hacer. Durkheim hace una reflexión respecto a lo que genera encontrarse en un grupo:

“Los grandes movimientos de entusiasmo que se producen no tienen por origen ninguna conciencia particular. Vienen a cada uno de nosotros desde el exterior y son susceptibles de arrastrarnos a pesar de nosotros mismos”

Una vez que la asamblea se ha separado, que han cesado de obrar sus influencias sociales sobre nosotros y una vez que nos encontramos de nuevo solos, los sentimientos que hemos tenido nos hacen el efecto de algo extraño, donde no nos reconocemos. Nos damos cuenta entonces de que lo que habíamos sufrido a una proporción mayor de aquella en que lo habíamos hecho. Ocurre que incluso nos producen horror, contrarios a nuestra naturaleza. Es así, como individuos perfectamente inofensivos en su mayoría pueden, reunidos en una muchedumbre, dejarse arrastrar a la realización de atrocidades. (Explosiones pasajeras)”.

Esto nos dará pie para comprobar otro hecho. Demostrar que el comportamiento de una persona cambia radicalmente al encontrarse en una *barra* que el andar en su vida cotidiana.

Resulta atractiva la idea de comprender más en profundidad las características sociabilizadoras del *hinja* de fútbol que se puede aplicar a otros deportes también.

El componente sublimatorio del deporte, como drama sin palabras, es un claro ejemplo de cómo el protagonista (el jugador en campo), provoca en el espectador un efecto de satisfacción análoga. Pero no se trata aquí de cualquier espectador, sino del "hinja".

Se constata que los jóvenes desarrollan profundos lazos afectivos que vienen desde su infancia, lo cual los lleva a considerar al grupo como su familia, y a la calle como su casa, lo que implica la vinculación a un territorio y la constitución de una tradición cultural distintiva como eje de agrupación.

2.1.3 Hinja de Fútbol

Hinja de fútbol es aquel que tiene depositada una carga mental muy importante en el fenómeno deportivo llamado " fútbol espectáculo", es decir, deporte en el cual este se ubica en las tribunas, "del otro lado" de los que definen efectivamente un partido.

Semblanza de un Sísifo:

Es importante, a mi entender, diferenciar la vertiente de "fútbol espectáculo" del deporte- praxis (Cagigal). En el segundo se ve una práctica concreta del sujeto en

cualquier disciplina, se va a jugar, el deportista puede-debe hacerse responsable por lo que produce o no. Por tanto, el barrista no juega en el sentido neto del término, no es verdadero actor determinante del fenómeno en el cual tanta energía deposita, a diferencia de jugar él mismo al fútbol, se ubica claramente en una posición pasiva frente a lo esencial: el juego en sí. Pero para obturar esto, que considero esencial, se crea la ficción de que se es verdadero actor protagonista "ganamos por el aliento de la hinchada", "somos la 12" (el jugador N°12 del equipo). No es casual, por tanto, que este efecto imaginario se multiplique en estos tiempos en que la imagen se impone de un modo casi opresivo. No es ocioso tampoco que existan programas deportivos que muestren las escenas una y otra vez para reforzar ese sentimiento y hábitos del barrista.

Y como toda historia de amor empieza en enamoramiento (idealización) y continúa en ilusión, vemos como el integrante de la barra se hace oír, pero en realidad escucha poco. O escucha lo que se atenga a su estructura, conformando la puesta en acto de una escena apasionada que lo ubica entre el goce y el placer.

La pasión del hincha, como soporte del deseo o condensador de goce se expresa una y otra vez en frases incuestionables que sostienen la construcción identitaria e ideológica de su sentido de ser y la ilusión de llegar a *tener* aquello que lo complete. Ser en cuanto se es parte de un grupo que acolchona y morigera la angustia. Tener o repetir un título, un logro que, en definitiva, no se logra a modo personal y responsable.

De este modo se confirma, por parte del hincha, la condición de incompreensión y cierta marginalidad respecto al mundo de los que producen: así la pulsión se muestra siempre activa, aunque su fin sea pasivo. Como *hincha*, carga su peso una

y otra vez, dándose poco margen para vivir de un modo menos sufriente. Es que, digámoslo claramente, este es el estatuto de la pasión.

Las influencias que recibe el individuo a temprana serán muchas veces determinantes para que este las incorpore a su vida cotidiana y forme su propia personalidad. Partiendo así de la familia, que es la primera institución de enseñanza que parte de la interacción entre el niño y sus padres, las reglas y las conductas que debe acatar como miembro de la familia.

La forma en que enfrente la vida el individuo dependerá en gran medida del funcionamiento de la familia, los grados de violencia, frustración o agresividad física y psicológica, así como de afectividad o la unidad entre todos los integrantes de la familia (vínculos primarios)

Para esto partimos de cuatro puntos que sintetizan lo anterior.

1. - La relación emocional entre el niño y sus padres; moldeando su conceptualización de la naturaleza de las interacciones humanas.

2. - Los métodos paterno-maternos de disciplina y control del niño, afectarán la propensión de éste a inhibir cualquier deseo agresivo que sienta.

3. - El ejemplo de los padres afectará al hijo ofreciéndole un modelo inmediato e íntimo.

4. - El grado en que los padres se refuerzan uno al otro en sus valores, afectará la “intensidad” con que el hijo interiorice las demandas de aquellos.

Es posible confirmar mediante una experiencia característica esta definición del hecho social; basta con observar la forma en que se educa a los niños. Cuando se contemplan los hechos sociales, salta a la vista que desde los primeros años de su

vida le obligamos a comer, beber y dormir a horas regulares, le obligamos a ser limpio, a la obediencia, al silencio; más tarde le coaccionamos para que aprenda a tener en cuenta a los demás, a respetar las costumbres y convivencias, le obligamos a trabajar. La educación tiene por objeto hacer al ser social. Esta presión de todos los instantes que sufre el niño, es la presión misma del medio social que tiende a formarle a su imagen y semejanza, siendo los padres y los maestros nada más que sus representantes intermediarios.

Estos jóvenes ven en esas pandillas unas "familias alternativas" donde encuentran la protección, atención, reconocimiento e incluso amor del que han carecido en su infancia. El entorno familiar en el que el niño nace y crece es extraordinariamente importante para el ser humano ya que es en la familia donde aprendemos a relacionarnos con nosotros mismos y con los demás

Estrategias del hincha. Estimulación sensorial visual (banderas, bufandas, pancartas, serpentinas, bengalas, etc.), ruidos de instrumentos sonoros (trompetas, tambores, matracas, silbatos) y ambiente general de fiesta (cantos, palmadas rítmicas, atavío llamativo).

Estrategias del hooligan. Ward señala la escolta policial, indumentaria que le distingue, arremeter contra los hooligans contrarios, evitar a la policía y/o provocarla.

Los actores reproducen en la práctica de este deporte las concepciones de género culturalmente dominantes por lo que la hipótesis en este apartado será comprobar estas categorías:

- q La predisposición generada por el contexto histórico-social del país, hacia una mentalidad intolerante.

- q La historia de la vida individual del espectador que ha podido reproducir a nivel micro en ambientes de socialización y realización conflictivos, frustrantes y de anonimato.

- q El nivel de compromiso emocional que cada espectador ha logrado construir.

- q El alcohol y las drogas, la actitud policíaca y los medios como detonantes de manera predominante de la violencia.

- q El fútbol como afianzamiento de la identidad masculina y de discriminación sobre la mujer.

Con estos puntos no se hace referencia a que los integrantes de las barras sean seres marginados y excluidos socialmente; si no al contrario son parte activa del funcionamiento de la sociedad que estudian y que trabajan en algunos casos.

2.1.3 Cantos de las barras

"El fútbol aparece como una arena simbólica donde se producen discursos y se articulan narrativas sobre el carácter limitado e imaginado de lo nacional"¹⁹.

Eduardo Archetti

Las voces del estadio

El fútbol, tiene un particular significado en nuestro país, cuyo peso social se puede apreciar en la importancia del rito de los partidos del domingo. A través de la adhesión al "canto" se produce algún grado de "incorporación" de los sujetos a esquemas que definen, a nivel simbólico, una forma específica de habitar el mundo. Lo que importa para los integrantes en los juegos lingüísticos reside en la función expresiva.

El canto en la tribuna es un género discursivo asociado a una esfera de la práctica; a una acción comunicativa expresiva vocal y corporal. Esta se produce por una acción serial, es decir, la *barra* local o visitante inicia las porras y los cantos y automáticamente el "adversario" responde de igual manera y estimulan a su predecesor produciendo un intercambio verbal e incluso físico.

Habermas destaca que a través del lenguaje los individuos pueden realizar distintos tipos de acciones, las que pueden clasificarse en tres tipos de funciones generales:

q La función expresiva, cuando el emisor busca manifestar un estado subjetivo.

¹⁹ Vila, Pablo: "las disputas de sentido común en al frontera norte. El otro en las narrativas de juarences y paceños". Mimeo, ponencia presentada en el XIII congreso internacional de ciencias antropológicas y etnológicas, México, julio 1993

q La función apelativa, cuando el emisor busca coordinar sus acciones con el receptor.

q La función descriptiva, cuando el emisor habla sobre objetos y estados de cosas. Evidentemente se trata de una distinción analítica, ya que en la mayoría de los procesos comunicativos de estas funciones se encuentran entrelazadas.

Entenderse es la obtención de un acuerdo entre sujetos lingüística e interactivamente competentes (...) Los procesos de entendimiento tienen como meta un acuerdo que satisfaga las condiciones de un asentamiento motivado, al contenido de una emisión. Un acuerdo alcanzado comunicativamente tiene que tener una base racional; es decir, no puede venir impuesto por ninguna de las partes, ya sea instrumentalmente, merced a una intervención directa en la situación de acción, ya sea estratégicamente, por medio de un influjo calculado sobre las decisiones de un oponente (...) Pero sólo podemos explicar el concepto de entendimiento si somos capaces de precisar qué significa emplear acciones con intención comunicativa. *Los conceptos de hablar y entenderse se interpretan el uno al otro.*

La acción comunicativa se distingue, pues, de la acción estratégica en el respecto de que el buen suceso en la coordinación de la acción no se basa en la racionalidad con respecto a fines de los distintos planes de acción individuales, sino en la fuerza racionalmente motivadora que tienen las operaciones de entendimiento, en una racionalidad, por tanto, que se manifiesta en las condiciones a que está sujeto un acuerdo comunicativamente alcanzado.

Una de las características más importantes de los cantos de las *barras* son los símbolos, el significado y los mensajes ya que se refieren a la interpretación de los

símbolos verbales, materiales o corporales y sus posibles mensajes empleados por los actores.

Elías Canneti en su libro *Masa y poder* alude a este comportamiento en el estadio en el subtítulo *masa rítmica*:

Reside en el movimiento, estímulos corporales que se producen están determinados y se transmiten a través de bailes y saltos y aplausos que se reproducen por todos los miembros[...]el ritmo lo crea el individuo sobre su movimiento corporal, el movimiento se origina con los pasos en la masa. Simulan un número mayor de hombres de los que en realidad son; es la masa en anillo, sus pasos no se apagan, no se mueven de su lugar, se repiten con la misma intensidad. Esto crea una fuerza de atención temporal mientras dure la actividad.

En los estadios de fútbol los partidarios de cada equipo corean cantos para apoyar a su bando o intimidar al contrario. Estos cantos tienen la particularidad de ser muy elaborados, no sólo desde el punto de vista formal -complejidad y variedad de la música y la rima-, sino también desde el punto de vista del contenido; y sobretodo la particularidad de ser una modalidad de discurso colectivo.

El uso discursivo del canto se distingue por el tipo de canto y hacia qué hace referencia:

Los cantos en primera persona en singular están asociados con la expresión del sentimiento y de la fidelidad al equipo. Esta es una estrategia discursiva que compromete al enunciador individual a nivel de la identidad y la pertenencia resaltando el carácter incondicional.

Ejemplo: *Irle a pumas es un sentimiento,
No se explica se lleva bien adentro,
A los pumas los sigo donde sea,
Yo soy puma hasta que me muera.*

De tal modo que desde el plano discursivo se pueden estudiar las escenas sociales que subyacen y el imaginario que las sustenta. El análisis del discurso permite, de esta manera, restituir la escenografía de una formación discursiva.

La formación discursiva confiere una "corporalidad" simbólica a la figura del enunciador y correlativamente a la del co-enunciador. Les da cuerpo textualmente.

Los varios tipos de mensajes los podemos clasificar:

El uso de la primera y segunda persona en relación con el objeto de la devoción. El uso de la primera persona es el más frecuente en los cantos, La frecuencia del uso de la primera persona del singular toma en cuenta que se trata de una situación de enunciación colectiva.

Ejemplo: *Señores yo soy de PUMAS
 y llevo la camiseta,
 al alarido de GOYA,*

Siguiendo esta idea, en este subtema analizamos cómo se construye en los cantos de estadio la imagen respectiva del propio equipo y del equipo contrario.

En el caso de los destinados al bando contrario hay un interlocutor privilegiado, que es el enemigo histórico que tiene cada equipo, al que siempre se le dedica algún canto, independientemente de que esté presente o no en ese momento en la cancha.

Ejemplo: *Los aguiluchos,
 los aguiluchos,
 otra vez,
 van a llorar,
 porque aunque quieren
 ellos no pueden,
 ganarle a los PUMAS*

El uso de la primera persona del plural está asociado al aliento al propio equipo y la amenaza al contrario. Refuerza el aspecto numérico frente al otro, factor que coadyuva a la intimidación.

Cuando el enunciatario correspondiente a la 2º persona pertenece al mismo equipo, el tipo de acto de habla tiene que ver con el afecto (algunos cantos son verdaderas declaraciones de amor)

Ejemplo: *Todos los momentos que viví,
Todas las canchas donde te seguí,
Aprendí a llevarte en el alma,
Azul y oro de mi vida hoy me hiciste muy feliz.
Pumas tú eres mi vida,
Tú eres la pasión,
Solo te pido una cosa,
Que salgas otra vez,
CAMPEON.*

La UNAM como institución por sí misma es una identidad que representa a la comunidad estudiantil, en México. Su himno es interpretado por todos los seguidores de este equipo cuando juega de local:



HIMNO UNIVERSITARIO

¡Oh, Universidad! Escucha con qué ardor
Entonan hoy tus hijos, este himno en tu honor.
Al darte la victoria honramos tus laureles,
Conservando tu historia que es toda tradición.
Unidos venceremos y el triunfo alcanzaremos,
Luchando con tesón, por ti, Universidad.
Universitarios, icemos siempre airoso
El pendón victorioso de la Universidad.
Por su azul y oro, luchemos sin cesar,
cubriendo así de gloria tu nombre inmortal
¡México, Pumas, Universidad!

Canto Universitario

Armados de gran valor y con todo el corazón,
aquí están los Pumas
Dominando con su fulgor (*fútbol*).
Y todos juntos sabrán siempre
Luchar con valor por defender su color.
¡Qué vivan las Pumas!
¡Que por siempre será el campeón!
¡México, Pumas, Universidad!

Los de contenido narrativo y los de contenido descriptivo. Los primeros son relatos "épicos", sobre sucesos ocurridos en partidos anteriores. Los segundos, los descriptivos, tienen por objeto poner en relieve al propio equipo y rebajar al contrario.

Predominan los insultos de índole sexual: la feminización o prostitución del adversario, la atribución de un rol sexual pasivo, la homosexualidad como insulto.

Ejemplo: *Yo soy de una barra loca,
muy conocida en el mundo entero,
te sigo a todas partes,
Me chupo un huevo, tu vas primero.
Este año estamos re-locos,
Vamos a copar toda la tribuna,
con barras y con bengalas,
Tomando chela, gritando PUMAS.
Es tradición de la REBEL,
no ser un crema, no ser putó,*

a PUMAS se lo dedico, no a la derrota

Soy un cabrón.

Se viene PUMAS campeón

Que lo vengan a ver,

¿Y dónde están?,

Que lo vengan a ver,

¿y dónde están?,

Eso no es un portero,

los albañiles que nos iban a ganar.

*es una **puta** de cabaret*

El autoelogio se basa en la profundidad del sentimiento, el compromiso y la fidelidad:

El domingo lo dejo todo,

Muchas veces fui preso,

me voy a ver a PUMAS,

y muchas veces rompí la voz,

porque sus jugadores,

yo a PUMAS lo quiero,

me van a demostrar,

lo llevo dentro del corazón.

que salen a ganar,

que quieren salir campeón,

El "aguante" (la constancia y el sostén al equipo aún en las malas), seguir al equipo a todas partes.

En el artículo "*Las marcas de la pasión*", Battilana analiza la expresión de los sentimientos en el fútbol como "*un cierto estado de ingenuidad, incluso de indefensión social*". Dice que:

"Resulta paradójico, por los elementos negativos con que es considerado desde cierta intelectualidad, pero el fútbol, en tanto espacio de costumbres y saberes ritualizados, resulta una práctica pública donde se despliegan y verbalizan abiertamente los "sentimientos", y que se objetivan en el equipo, el cuadro, los colores; a su vez, en la devoción colectiva se declaran las marcas de la pasión."

Si bien, no queda demasiado claro por qué Battilana asocia la expresión de los sentimientos con la ingenuidad o la indefensión, lo cierto es que hay todo un trabajo simbólico en los cantos de cancha, en torno a lo pasional.

La expresión de la afectividad es muy intensa en los cantos de estadio, debido a que se ponen en juego los valores asociados a un alto contenido afectivo son la camiseta, los colores del equipo, la gente, el estadio.

Estos rituales deportivos aparecen como espacios en los que se crean zonas liminales (Leach, 1984) en las cuales los valores de la vida cotidiana no tienen el mismo sentido.

Como hemos visto, la comunicación durante el ritual en cualquiera de sus manifestaciones partiendo del interior del grupo, para posteriormente exteriorizarla. El ritual aparece marcado, como si hubiera un intento por parte de los integrantes del ritual de imponer otro orden frente al dictaminado por la vida cotidiana, una comunidad en donde la rigidez de las relaciones sociales parecen dejar lugar a la búsqueda de un orden democrático, perfecto entre los participantes del ritual.

Ritual consecuencia de la identidad que tiene que ver con una referencia geográfica, social o moral, en relación con la cual se define esa identidad que trasciende ciertas categorías (sexo, raza, clase social) pero a su vez es trascendida por otras que el propio ritual crea; Por ejemplo, la adhesión a un equipo de fútbol en particular frente al sentimiento similar de los otros participantes del ritual.

En el ritual deportivo, la primera característica está marcada por quienes pertenecen a ese ámbito ritual: los iniciados; Como segunda característica, el nosotros-ellos está marcado por la rivalidad en la contienda deportiva; La tercera, radica en las divisiones dentro del estadio, dándose con frecuencia lo que grita el grupo de animación, quienes no pertenecen lo gritan también, escenificando una representación casi teatral. Estos grupos de fanáticos constituyen el cuerpo, el soporte a través del cual los participantes del ritual pueden demostrar sus virtudes, uno junto a otro: Saltar, cantar, gritar, insultar, chocarse. En su espacio, el contacto

físico llega a niveles tales que en la sociedad serían considerados como agresiones directas, saltan y cantan empujándose con violencia unos a otros, sin que ello provoque el menor conflicto disponiendo de la legitimidad grupal.

2.1.4 ¿Y las mujeres?

El género es una construcción social que define las diferencias entre lo masculino y lo femenino. Así como las identidades sus comportamientos están mediados por los valores culturales, situaciones históricas y económicas. La problemática de género debe entenderse por la perspectiva masculina y femenina sobre la base del poder, entre lo público y lo privado.

Por ejemplo se observa con atención las prácticas culturales cotidianas en nuestra sociedad, es común que grupos de muchachos se reúnen para practicar deporte en comparación con las mujeres.

Autores como Dunning y Elias ubican al fútbol como correspondiente a la estructura patriarcal de las sociedades, donde los géneros tiene roles y características bien diferentes: gritar, mandar, golpear, soportar con valor el castigo físico son notas masculinas, mientras que callar, obedecer, modales finos y debilidad ante el castigo físico, son notas femeninas que no corresponden para nada al fútbol.

Se puede agregar que el esquema cultural asigna al hombre la posibilidad de frecuentar la calle y no a la mujer; así desde temprana edad el niño tiene la posibilidad de jugar fútbol, la niña no recordemos que los primeros juguetes del niño incluyen un balón, objeto extraño como obsequio para niñas.

En opinión de sexólogos como Gomensoro y Lutz:

“En efecto, la educación informal, es decir, la natural, ambiental, nos impregna profundamente, desde que nacemos, con las nociones y las valoraciones sexuales propias del mundo familiar, del mundo social y del mundo cultural en los que se forman o deforman todos los individuos.

Aunque no es raro ver mujeres en las tribunas, no negamos que hay verdaderas aficionadas que incluso pertenecen a las barras, algunas relacionadas directamente y otras de manera indirecta que incursionan como espectadoras por nexos afectivos con su pareja”.

La exaltación de la virilidad en el deporte, toma al cuerpo masculino como símbolo de superioridad, como poseedor de la razón, captando el reconocimiento público y privado, así como la representación universal del género humano. Con esto justificando la institucionalización en la diferencia genérica, las relaciones sociales y estilos de vida, de igual forma asignando los deportes de acuerdo al género: masculino o femenino.

Esta construcción social que es el género define el conjunto de actitudes, lenguajes, vestimentas con referencia a la realidad social y subjetiva. Contenida y sustentada en primera instancia por la familia y las redes de parentesco, transmitiendo hábitos, costumbres y tradiciones; con ello construyendo el proceso de deportivización de la sociedad.

2.2 EL ESTADIO DE FÚTBOL: ESCENARIO EN VIVO

El espacio público como escenario de identidades:

El periodo de transformaciones que están sufriendo las ciudades con respecto a los problemas de la vida pública y sus espacios, provoca una serie de actividades que concentra gran cantidad de personas de diferentes lugares; En la sociedad actual, el espacio público reúne formas diferentes de vida expresando la manera como los ciudadanos se relacionan entre sí, usan y se apropian de los lugares comunes de sociabilidad.

Con los procesos de transformación global y local, las políticas y la relación entre Estado-sociedad han provocado que las formas y las prácticas sociales tengan un impacto relevante en la forma, la función y el significado de los lugares donde se desarrolla la historia individual y colectiva. El problema del espacio social y público ha determinado las condiciones de acceso a los diferentes recursos urbanos, así como en la calidad de vida de sus habitantes.

Estos espacios se construyen con elementos que se relacionan como la comunicación y la experiencia donde se conjugan acciones colectivas que los marcan históricamente como lugares de encuentro donde el intercambio y la reproducción de ideas, actividades y ritos es permanente.

Tomando un ejemplo, en la Ciudad de México el *Ángel de la Independencia* es el

símbolo de manifestación de preferencia, este sitio ha sido testigo de innumerables festejos deportivos nacionales, así como de marchas, producto de la inconformidad social frente al gobierno.

Los usos del espacio público manifiestan la pluralidad socio-cultural así como la heterogeneidad y la conflictividad social implícita en las formas de apropiación colectiva de la ciudad. Al reunir a miembros distintos de la sociedad que con derechos y obligaciones diferenciadas en el entorno urbano, usan los lugares por motivos distintos, los espacios públicos son lugares de encuentro así como de hostilidad y disputas entre actores que plantean demandas y se manifiestan en defensa de intereses particulares o colectivos; pero también tiene que ver con el hecho de que los lugares comunes unen y separan a la gente.

Así también el deporte como efecto de esta experiencia individual y colectiva se maneja a un nivel simbólico:

Para Bourdieu la idea de espacio social es la que da cuenta del carácter estructural de este todo

Este espacio social se extiende como una red constituida por las relaciones entre las diferentes posiciones que los agentes ocupan en la distribución o posesión diferencial de ciertos bienes que dan poder en el mundo social de los agentes.

Por ejemplo, el estadio de fútbol es uno de los espacios locales más representativos de las relaciones y prácticas sociales que se desarrollan en el espacio público de la ciudad, es expresión y resultado de los profundos cambios socio-territoriales y económicos.

Su accesibilidad lo hace un factor de centralidad, así como se podrá evaluar sobre todo por la intensidad y la calidad de las relaciones sociales que facilita, por su fuerza mezcladora de grupos y comportamientos; por su capacidad de estimular la identificación simbólica, la expresión y la integración cultural.

Por lo tanto el espacio social tiende a funcionar como un espacio simbólico, un espacio de estilos de vida y de grupos de status, caracterizados por diferentes estilos de vida.

2.4.1 EL ESTADIO UN ESPACIO PUBLICO

*No podría detallar ni describir tal multitud
aunque gozara de diez lenguas, diez bocas,
una voz infatigable y pulmones de bronce*

La Ilíada



20

²⁰ Estadio Olímpico México 68. imagen revista Clío historia del fútbol profesional de la UNAM.

El estadio se ha convertido en uno de los escenarios urbanos donde se articulan los lugares centrales para ciertos grupos en la construcción de las identidades sociales juveniles. Lo que hoy en día se le llama *tribus urbanas*.

La tribu funciona como mecanismo de identificación de semejantes y de segregación de diferentes. La tribu no representa la negación de la individualidad, al contrario es la fusión de las habilidades de unos individuos y otros para la supervivencia.

El espacio convertido en territorio por unos, convierte a las tribunas del estadio en escenario de manifestaciones que son el foco de atención primero por los aficionados, y segundo por los medios de comunicación ya que es observado el juego por miles de personas.

Estos rituales deportivos aparecen como espacios en los que se crean zonas liminales (Leach, 1984) en las cuales los valores de la vida cotidiana no tienen el mismo sentido. El ritual aparece marcado, como si hubiera un intento por parte de los integrantes del ritual de imponer otro orden frente al dictaminado por la vida cotidiana, una comunidad en donde la rigidez de las relaciones sociales parecen dejar lugar a la búsqueda de un orden democrático, perfecto entre los participantes del ritual.

El espacio como parte de la identidad tiene que ver con una referencia geográfica, social o moral, en relación con la cual se define esa identidad. La identidad, por lo tanto, trasciende ciertas alteridades (sexo, raza, clase social) pero a su vez es trascendida por otras que el propio ritual crea; Por ejemplo, la adhesión a un equipo de fútbol en particular frente al sentimiento similar de los otros participantes del ritual.

“La expresión de la afectividad es muy intensa en los cantos del estadio. Los valores asociados a un alto contenido afectivo son la camiseta, los colores del

equipo, la gente, el estadio. Hay una gran cantidad de referencias al corazón, la vida (nacer, morir, dar la vida), la sangre. El sentimiento que se experimenta por el equipo se califica de inexplicable, imparable, descontrolado”²¹

Como Bourdieu expone“ el espacio social se nos presenta como un conjunto abierto de "campos" relativamente autónomos y más o menos subordinados en su funcionamiento y en sus transformaciones, al campo de la producción económica. Este espacio social, la comunicación, la reproducción cultural y la integración social se relacionan con la construcción de la realidad a través de la vida cotidiana” y que Berger y Luckman lo interpretan como *“una realidad interpretada por los hombres y que para ellos tiene el significado subjetivo de un mundo coherente. Es un mundo que nace en sus pensamientos y acciones, se sustentan como real por éstos y por ende el mundo cotidiano se reestructura en función del espacio y del tiempo”*”aquí habría que añadir la querella entre lo real y lo simbólico.

Podemos resolver entonces que el espacio se vuelve un recurso donde se recrean formas y prácticas identitarias producto de las interacciones sociales y que este espacio concebido como un bien se convierte en un signo distintivo que es percibido relacionalmente mediante prácticas que forman parte integral de su realidad social²². Lo que nos lleva definir lo que para Bourdieu es el *Hábitus* que permite establecer una relación inteligible y necesaria entre unas prácticas y una situación de las que el propio *hábitus* produce el sentido de arreglo a categorías de percepción y apreciación producidas a su vez por una condición objetivamente perceptible (Bourdieu:2002:172) qué quiere decir esto, que el *hábitus* en conjunto con las prácticas de percepción crean una realidad temporalmente definida por la

²¹ <http://www.efdeportes.com/edf17/eliag.htm>

²² Bourdieu, Pierre, la distinción: criterio y bases sociales del gusto. México. 2002 pp. 172.

subjetividad de las creencias y de las percepciones que se crean a través del espacio. Pero debemos dejar claro que aunque el acto se desarrolla en un espacio y tiempo delimitado y limitado este se reproduce en la cotidianidad por los mismos actores (las heterotopías)²³

Podríamos pensar que el pensamiento generalizado del aquí y el ahora chocaría con la “otra realidad”, pero cabe destacar que se complementan, en ese lugar y ese instante que el sujeto tiene como su referencia, por lo que el “sujeto” para Touraine se define en términos de la combinación de una actitud racional y una identidad cultural y personal.

De esta forma el intercambio cultural se vuelve más flexible sin perder su particularidad. En este sentido, *“el multiculturalismo no es ni una fragmentación sin límites de espacio cultural ni un meeting pot cultural mundial: procura combinar la diversidad de las experiencias culturales con la producción y la difusión masiva de los bienes culturales”* (Touraine: 1999: 174).

De esta manera el intercambio cultural a partir del uso del espacio no podemos separarlo de su carácter ideológico, político y estratégico. Henri Lefebvre reflexiona sobre el espacio: *“Si el espacio tiene apariencia de neutralidad e indiferencia frente a sus contenidos, y por eso parece ser puramente formal y el epítome de abstracción racional, es precisamente porque ya ha sido ocupado y usado, y ya ha sido el foco de procesos pasados cuyas huellas no son siempre evidentes en el paisaje. El espacio ha sido formado y modelado por elementos históricos y naturales; pero esto ha sido un proceso político. El espacio es político e ideológico. Es un producto literariamente lleno de ideologías”*. (Lefebvre 1976:31).

²³ La heterotopías se refiere a la remembranza y recreación en distintos lugares de ciertos actos agradables vividos colectivamente.

Por lo tanto el espacio y la identidad son elementales para entender un movimiento social – porque así debemos concebir a las barras de fútbol, por su comportamiento, su ideología su expansión en desde Sudamérica hasta México- sobre la base de una identidad colectiva; los “lugares” donde se manifiesta la acción social del movimiento, donde se reproducen las creencias y se articulan las identidades. Entonces habría que preguntarse ¿Hasta qué punto influyen la experiencia de vivir en un lugar determinado y los sentimientos subjetivos generados por ella la decisión de un actor social de involucrarse en una barra?

Lefebvre identifica tres momentos claves en la producción del espacio:

- *Prácticas espaciales*: se refieren a las formas en que nosotros generamos, utilizamos y percibimos el espacio, además están asociadas con las experiencias de la vida cotidiana y las memorias colectivas de formas de vida diferentes, más personales e íntimas. Por eso llevan también un potencial para resistir la colonización de los espacios concretos.
- *Representaciones del espacio*. Se refieren a los espacios concebidos y derivados de una lógica particular y de conocimientos técnicos y racionales. Estos saberes están vinculados con las instituciones del poder dominante y con las representaciones normalizadas generadas por una lógica de visualización hegemónica.
- *Espacios de representación*. Son los espacios vividos que representan formas de conocimientos locales y menos formales; son dinámicos, simbólicos, y saturados con significados, contruidos y modificados en el transcurso del tiempo por los actores sociales. Estas construcciones están arraigadas en experiencia y constituyen un repertorio de articulaciones caracterizadas por su flexibilidad y su capacidad de adaptación sin ser arbitrarias: Los espacios de

representación no necesitan obedecer a reglas de consistencia o cohesión. Llenos de elementos imaginarios y simbólicos, tienen su origen en la historia; en la historia del pueblo y en la historia de cada individuo que pertenece a este pueblo. (Lefebvre 1991:41) El espacio de representación es entonces también el espacio dominado lo cual la imaginación busca apropiar.

La práctica social y la organización política requiere organización de lugar; Pero este espacio hay que desglosarlo aún más en tres componentes:

- q *Localidad*: se refiere a los marcos formales e informales dentro de cuales están constituidas las interacciones sociales cotidianas
- q *Ubicación*: se puede definir como el espacio geográfico concreto que incluye la *localidad* que está afectada por procesos económicos y políticos que operan a escalas más amplias en lo regional, lo nacional y lo global
- q *Sentido de lugar*: Trata de expresar la orientación subjetiva que se deriva del vivir en un lugar particular, al que individuos y comunidades desarrollan profundos sentimientos de apego a través de sus experiencias y memorias.

El objetivo central en este concepto de “lugar” es el énfasis sobre las subjetividades y formas individuales y colectivas de percepciones de la vida social. Dentro de la investigación de movimientos sociales juveniles, el interés por las subjetividades ha sido expresado sobre todo en la perspectiva de identidad colectiva, que pone énfasis en la reproducción cultural y el control de historicidad (Touraine 1988). Los movimientos sociales deben entenderse en conjunción con las redes culturales sumergidas de la vida cotidiana de la cual emergen (Melucci 1989); precisamente porque las identidades son específicas de un lugar, debemos entenderlas como constituidas por los tres elementos de localidad, ubicación y sentido de lugar; aquí es donde la comunicación juega su papel integrador. Jurgen Habermas con su

teoría de la acción comunicativa pretende que la noción de la racionalidad comunicativa está contenida en el habla humana como tal y que significa el patrón básico de la racionalidad que comparten los hablantes competentes al menos en las sociedades *modernas*; Pero, la comunicación no modifica el mundo, pero es un potencial detonador de la acción colectiva, es decir, precisamente aquel *“tipo de acción que sí tiene la capacidad para transformar la realidad”*.

La acción comunicativa: 'es orientada al consenso', donde dos sujetos 'capaces de lenguaje y acción' entablan una relación interpersonal. No solo el lenguaje sino también las imágenes que se presentan dan forma a la opinión que se crea sobre un hecho que se presenta.

En este contexto dominado por los medios, los escenarios juveniles permiten expresar las distintas formas de vivir la cotidianeidad que se desarrolla con otros jóvenes, compartiendo el espacio del barrio, el trabajo, la barra de fútbol. Los “espacios de cotidianeidad” son aquellos espacios de fácil acceso, que incluso aparecen como territorios naturales donde transcurre gran parte del tiempo de los jóvenes. Los “*espacios de los ritos*”, producen una dinámica distinta a los “espacios de cotidianeidad” en la medida que, los primeros son espacios sociales definidos para interacciones abiertas o semi-abiertas y que son tomados por los distintos grupos de jóvenes. Estos son los espacios de expresión y de autoafirmación en los cuales los grupos irrumpen para sentirlos como espacios propios.

Por ejemplo, en la fenomenología del relajo, Jorge Portilla buscó las claves para esta algarabía sin control ni causa aparente, la singular “*suspensión de la seriedad*” que solo logramos en forma colectiva: “*Siguiendo el hilo conductor de la expresión echar relajo puede decirse que en soledad no hay donde echarlo.*” El

relajamiento busca a sus almas gemelas y, una vez en compañía borra el motivo de la fiesta: se convierte en su propia razón y su propio espectáculo.

2.3 LA VIOLENCIA DENTRO Y FUERA DEL ESTADIO

La interacción, el movimiento y la variedad son inseparables de la vida social, en el seno de las culturas y e incluso en los grupos más conservadores puede hallarse interacción social. La gente actúa entre sí en las diversas formas principales de interacción, tales como la coerción, la conformidad, la competencia, el intercambio y el conflicto.

En efecto, cada hincha se identifica con su club o con su equipo porque le atribuye características definidas y únicas. Es obvio que existen diferencias entre clubes, ya que, aunque formamos parte de una sociedad interrelacionada y en equilibrio, estas pequeñas diferencias entre unas y otras entidades son lo que decide el carácter de los aficionados.

¿De que depende que se genere la violencia dentro y fuera de los estadios?, ¿Acaso esta violencia en el fútbol, surge por generación espontánea o, por el contrario, se debe a la creación de una cultura de la violencia que se ha venido generando en la sociedad por vía de los medios, la familia, la educación, cultura, la política, la económica, el trabajo o lo deportivo?

Empecemos por definir la violencia: Por violencia se entiende toda acción verbal, gestual o física, dirigida por una persona hacia otra, con la intención de ofenderla y/o lastimarla. Esta acción se puede generar en el campo de juego, en las tribunas, y en el momento anterior y posterior al partido del fútbol. Esta se da por consecuencia de la interpretación que hacen los actores sobre cada situación o hecho que suscita la violencia en el campo de juego o entre espectadores.

Debemos entender que el fútbol es el medio y el pretexto que conduce a ella y no el principal detonador, debido a que se ponen en juego las categorías antes señaladas, ¿cómo es esto? Hasta la persona más tranquila se puede convertir en la más radical cuando esta ve amenaza su tranquilidad y por cualquier medio defenderá su identidad llegando incluso a un fundamentalismo deportivo como en Argentina, que cada semana hay heridos y muertos a causa de la rivalidad histórica entre clubes, pero sobre todo producto de la crisis económica que genera conflictos sociales e institucionales. Resulta irónico que un partido en el que se enfrentaban dos equipos en Argentina con los nombres de *Armonía* y *Pacífico* estuvieran escenificando una pelea campal entre aficionados, jugadores y policías dentro del terreno de juego y en las tribunas. Esta violencia no solo es producto de la pasión, si no la carga que estos actos tienen, una patada, una palabra lo que representan para el agresor y para el agredido, producto generalmente de presiones sociales de las categorías tradicionales de cada sociedad.

Entre los principales componentes que generan la violencia encontramos tres escenarios principales:

- q La cancha
- q La tribuna.
- q Los alrededores del estadio.

Vayamos desglosando un poco más las posibles formas de entender la violencia, al encontrarse un individuo no solo en una *barra*, *porra* o al estar simplemente en una multitud con simpatizantes o desconocidos el estado mental de los involucrados cambia radicalmente de acuerdo a la interpretación de los actos ajenos y propios en los que involucran más que una pasión pasajera.

Como Gustavo Le Bon dice: El más singular de los fenómenos presentados por una masa es el siguiente: *cualesquiera que sean los individuos que la componen y por diversos o semejantes que puedan ser su género de vida, sus ocupaciones, su carácter o su inteligencia, el solo hecho de hallarse transformado en una multitud les dota de una especie de alma colectiva.*

Con la teoría del contagio de Le Bon explica el comportamiento a partir de variantes una expresiva y otra agresiva. Lo sintetiza de esta manera:

- q Contagio mental: el conjunto de creencias, tradiciones y sentimientos, que influyen en la conducta, presentándole sentido dentro de una situación, lugar, tiempo o grupo determinado.
- q Sugestión
- q Anonimato: acciones que se escudan en la multitud para no ser localizado como autor del acto.

Eric Dunning deja clara su postura, es contrario a la idea de que la sociedad y el deporte cada vez sean más violentos, para justificar esta afirmación establece tres tipos de parámetros que permitan diferenciar los tipos de violencia:

- q los medios empleados
- q los motivos de los actores
- q parámetros sociales que permitan distinguir los tipos de violencia

A continuación y siguiendo la tipología de la acción de Weber establece ocho distinciones sobre la violencia:

- q Violencia real o simbólica.
- q Violencia como juego o burla versus seria y real (violencia ritual y no ritual)
- q Violencia con o sin armas.
- q Violencia con armas pero con o sin contacto con la víctima.

- q Violencia accidental o intencional.
- q Violencia sin provocación o como resultado de una venganza.
- q Violencia legítima o ilegítima.
- q Violencia racional o afectiva versus violencia como un fin en si misma.

Afirma que algunos deportes son espacios para la expresión ritualizada y socialmente aceptada de la violencia física, donde los deportes más combativos forman un espacio donde la violencia está socialmente permitida. Mediante estos actos buscan una legitimación, una imposición frente contrarios.

No es de sorprenderse que este es un deporte de contacto y ha estado marcado por los incidentes, aunque en los últimos tiempos están aumentando de forma alarmante. Afirma que existen cuatro aspectos de la afición violenta del fútbol que hacen pensar que tengan su origen en lazos segmentarios:

- q *Les resulta tan interesante el enfrentamiento como presenciar el partido de fútbol.*
- q *Los grupos rivales pertenecen al mismo estrato social*
- q *El enfrentamiento entre grupos rivales adopta una forma de vendetta.*
- q *Alto grado de conformidad y uniformidad en la acción (canciones y lemas)*

Señalan que los aficionados violentos son unos pocos y que el resto se ven arrastrados a la violencia.

Peter Marsch (1978), cuyo concepto clave es el "*aggro*" (o comportamiento agresivo ritualizado) se refiere al afirmar la pertenencia significativa a culturas y cree que es una función universal, ya que es una forma ritualizada y de sublimar conflictos sociales. Para éste la violencia es una expresión simbólica más que real (Marsch, 1982). El individuo que no ha conseguido obtener estatus e identidad en el mundo cotidiano acude al fútbol para crearse un prestigio social y valía personal.

El marco entre espacio, tiempo y entretenimiento no es un simple entorno, al contrario tiene un efecto estructurador sobre las relaciones sociales entre los jóvenes que pertenecen a las barras de los PUMAS. El espacio adoptado como su territorio y el tiempo libre, acarrear relaciones estrechas porque los acontecimientos que se desenvuelven en el tiempo sociohistórico son siempre localizados, no únicamente en el plano físico sino también en el plano social, simbólico donde la identificación y la reafirmación de los individuos se hace evidente y la proyecta como parte del rol que juega.

Para resolver que Hipótesis: la violencia en el estadio es ajena al fútbol, no solo se debe a conflictos situacionales, históricos, si no que recae en el peso de la vida cotidiana donde forma su identidad a través de los vínculos primarios y secundarios del hincha de la barra.

Producto de esa violencia se la debemos a la actitud que toma el hincha de la barra por un lado al encontrarse con sus similares y por el otro el enfrentamiento de la realidad de la vida cotidiana, como mencionamos en la introducción al encontrarse en el estadio se entra en otro tiempo fuera de toda lógica reflexiva.

Por otro lado existe la tendencia a buscar emociones, sensaciones e impresiones en conglomerados con extraños que nos ayuden a construir o reforzar el “yo” con lenguajes figurados y subjetivos.

Por conflictos históricos de los cuales no fueron partícipes, donde juega un papel preponderante la brecha generacional.

La violencia en el estadio son situaciones concretas, de la situación de un entorno plagado de gritos y modales violentos. Hasta se puede decir que el lenguaje de las

barras es un factor por su contenido agresivo que animan e insultan tanto al equipo contrario como al de su propio equipo.

Los comentaristas y la comercialización han hecho del deporte un circo incitando al consumo masivo.

Debemos manejar otro aspecto importante dentro de este tema: el estadio se ha convertido en un centro de reunión, donde se presta para beber, estar en compañía, disfrutar del ambiente que se genera: los gritos, los aplausos, las ofensas, etc.

"Todas las culturas conocen estos periodos de descanso. Y con frecuencia, el deporte suministra el pretexto para un tiempo de descanso, y desgraciadamente el relajamiento inicial de la situación puede acabar en conflicto abierto"(GARCÍA FERRANDO, 1990:226).

el sonido del estadio (que muchas veces provoca al público entonando himnos y canciones)

Dentro de la estructura que compone el fútbol para que se genere la violencia encontramos detonadores como los directivos, árbitros, jugadores y técnicos (violencia pasiva), la rivalidad histórica de los clubes, el sonido local de los estadios como fuente de provocación, público y grupos de animación y los medios de comunicación (violencia activa).

CAPITULO III

3.1 HISTORIA DE LOS PUMAS



La historia de la UNAM ha ido de la mano con la historia de México, ha estado presente en todos los cambios más relevantes de este país, ya que la UNAM es la segunda casa de estudios más antigua de América. Sus antecedentes datan de 1539 Cuando el ayuntamiento solicitó al rey Carlos I de España la fundación de una universidad. La real cedula de fundación es de 1551, y el 25 de enero de 1553 el Virrey don Luis de Velasco inauguró los primeros cursos de medicina y teología.

3.1 Origen de los emblemas universitarios

La importancia que ha adquirido desde el siglo pasado para el desarrollo del país ha sido fundamental para lograr desarrollar las capacidades físicas e intelectuales de sus estudiantes. En la historia de esta institución no podía faltar su participación en actividades deportivas. En la búsqueda de conformar una representación universitaria empezó a destacar en primera instancia en el fútbol americano que tiene sus orígenes por los años de 1927-1932. Durante esos años, algunos estudiantes universitarios que habían tenido contacto con el Fútbol Americano en Estados Unidos, integraron el equipo de la Universidad de México, aún sin la

participación formal de la institución, que a partir de 1929 se convirtió en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Para el año de 1932 la Universidad participó ya en el campeonato de Primera Fuerza, y para 1936 nació el Instituto Politécnico Nacional (IPN) y su equipo representativo los burros blancos, que con el tiempo se convertiría en su rival deportivo y estudiantil más que cualquier otro deporte. La inesperada derrota azul y oro en el primer enfrentamiento contra el IPN contribuiría mucho a esta rivalidad. Fue la única derrota del equipo en contra de adversarios mexicanos, en tres años. Otro factor que ha contribuido a la rivalidad de las escuadras es que son representativas de las dos mayores instituciones educativas públicas del país dando origen al clásico.

Esto contribuye que a mediados de la década de los '40 tuviera gran afición por este deporte, incluso hasta en películas hacían referencia a esta rivalidad.

Esta representatividad universitaria tenía que distinguirse; gracias a Roberto "tapatío" Méndez Head Coach del equipo de americano adoptó el nombre de "Pumas" que con el paso del tiempo se extendería al resto de los deportistas de la UNAM. Se dice que los jugadores, previo a un encuentro con un equipo norteamericano que son de mucho mayor talla, aceptaron la propuesta del Coach del mote ya que no es grande en tamaño, pero es fuerte y rápido.

Para 1952 se inaugura la Ciudad Universitaria y el estadio C.U. un escenario de 75,000 plazas y fue sede de la temporada y para presenciar el clásico.

El logotipo del deporte universitario constituye un ejemplo de solución sencilla y funcional a un problema complejo de representación gráfica. El Puma reúne en una sola expresión dos elementos contradictorios, como la U, que es una forma geométrica abstracta -un signo- y la cara del puma, que es una forma figurativa,

aunque estilizada. Manuel Andrade Rodríguez, apodado "El Pajarito" Andrade fue el creador del Puma.

Así, el símbolo del deporte de la UNAM es una forma que pudo ser retenida por la gente, moderna y que se puede reproducir con facilidad. El Puma tiene los elementos aleatorios que son los colores azul y oro, representativos del deporte universitario y el puma mismo, el cual era conveniente estilizar e integrar en una síntesis donde en la que también estuvo representada la Universidad Nacional Autónoma de México.

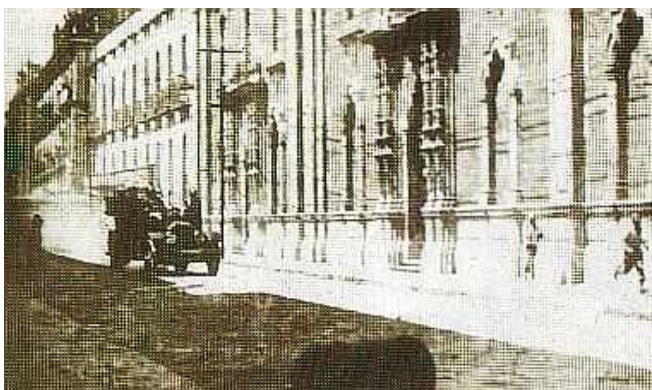
¡GOYA!



Hacia mediados de los años cuarenta, Luis Rodríguez, quien se convertiría en el más dinámico porrista del fútbol americano y por cuya extrema delgadez fue apodado "Palillo", se las ingeniaba para negociar con los encargados de los cines aledaños a la Preparatoria que dejaran pasar a algunos estudiantes que preferían el entretenimiento a las cátedras. Esos cines eran el Río, el Venus y el Goya, que estaba en las calles del Carmen, casi enfrente de la Hemeroteca Nacional. Cuando los alumnos buscaban "matar el día" e "irse de pinta" al cine, gritaban ¡Goya!, ¡Goya! Tiempo después se le añadieron las palabras ¡Cachún, cachún, ra, ra!, Que hacían alusión a que alguna chica había accedido a ir al cine. Entonces, la palabra cachún equivalía a cachondez.

Himno Deportivo Universitario

El himno de la UNAM fue compuesto por un grupo de soñadores universitarios, enamorados de los históricos patios de la Preparatoria de San Ildefonso. El principal motivador de este grupo fue Ernesto Agapito Navas quien, además de haber sido capitán del equipo de fútbol americano, llegó a ser entrenador en jefe. El



himno fue creado en 1940 por Luis Pérez Rubio, Alfonso de Garay, Gloria Vicens y Ángel Vidal, quienes, unidos al talento del pianista Ismael "Tío" Valdez, lograron la música y la letra. El himno de la UNAM se cantó por primera vez en los patios de la Preparatoria. Aunque parecía ser exclusivo del fútbol americano, desde los años setenta se adoptó para todo el deporte universitario.

Este canto era entonado por los jugadores de fútbol americano, en los cincuentas y sesentas, como una manera de librarse del nerviosismo y motivarse.

Casi a la par de la historia del fútbol americano, el fútbol universitario poco a poco fue ganando terreno en el gusto de los universitarios así como en la práctica. El equipo de la UNAM fue el primer equipo universitario de fútbol profesional.

Sus inicios datan desde 1937 se hacen los primeros intentos por ingresar un equipo en la primera división. La Universidad Nacional Autónoma de México Debuta en la segunda división el 12 de septiembre de 1954 en la Ciudad de Monterrey, Nuevo

León. Y en el año de 1962 logra el ascenso a la primera división. Su debut se da en ese mismo año enfrentando al América ganando este último.

Esta información es una síntesis para entender mejor el arraigo deportivo de la UNAM, para entender el comportamiento actual de quienes estudian y son aficionados al equipo de los pumas y como empezaron a surgir las diferentes porras de la UNAM que apoyan a estos dos deportes.

Al hablar de las porras universitarias sobresalen la porra “plus” que fue fundada a mediados de los años setentas contando con 150 integrantes registrados; la porra “ultra” surge al separarse unos integrantes de la porra plus y surge a mediados de los ochenta, siendo esta una de las porras oficiales de la selección mexicana.²⁴ Para formar parte de la “ultra” se necesita ser estudiante, egresado o empleado de la UNAM. ambas se definen como “porras democráticas, tradicionales, familiares y tranquilas”, pero sobretodo estas son apoyadas por el club.

Por último a finales de los noventa surge la “Barra Rebel” contraria a las porras esta integrada en su mayoría por jóvenes y adolescentes que van desde los 13 años; producto de la separación de algunos integrantes de la porra “plus” tomando las características de la barra sudamericana y su función es estar alentando al equipo todo el partido sin parar.

HIMNO UNIVERSITARIO

¡Oh, Universidad! Escucha con qué ardor
Entonan hoy tus hijos, este himno en tu honor.
Al darte la victoria honramos tus laureles,
Conservando tu historia que es toda tradición.
Unidos venceremos y el triunfo alcanzaremos,

²⁴ Datos obtenidos de la Revista ¡Goool! Mayo 2003 pp.23-24.

Luchando con tesón, por ti, Universidad.

Universitarios, icemos siempre airoso

El pendón victorioso de la Universidad.

Por su azul y oro, luchemos sin cesar,
cubriendo así de gloria tu nombre inmortal

¡México, Pumas, Universidad!



3.2 Integrantes



En este apartado analizaremos las respuestas obtenidas de la entrevista realizada a los miembros de la “*Barra Rebel*” en que forma conciben el fútbol y que significado tiene para sus vidas; así como los factores socioculturales en la creación de la identidad. La interpretación de los entrevistados no escapa a la subjetividad de las circunstancias vividas en el estadio y la relación con los miembros de la *Rebel*.

Un aficionado es toda persona que ha consolidado un valor afectivo y emocional en torno al fútbol, bien sea como practicantes, observadores, patrocinadores, técnicos, etc. generalmente son personas que han desempeñado o desempeñan más de un rol, por ejemplo practicante-espectador.

Para ellos el asistir al estadio posee un significado valioso para cada uno de ellos, van porque sienten el deseo de ir. Ser “hincha” implica fidelidad al equipo, no exenta, desde luego, de momentos de desamores y conflictos. Ser hincha implica vivir al tanto de lo que rodea al equipo y al club, jugadores y directivos.

Todo inicio en cualquier asociación parte del interés común y en el principio del gusto, que cada persona aporta para el reforzamiento mutuo, es un comportamiento consciente e inconsciente al estar repitiendo las prácticas ritualizadas que caracterizan a dicha asociación. El beneficio que proporciona la apropiación material o simbólica es la esencia del grupo y la atracción de otros como una representación casi teatral que se lleva adquiriendo un valor distintivo durante el partido de fútbol. La ritualidad que implica la repetición de ciertas prácticas. Estas rutinas establecen buena parte de la producción del sentido

Este potencial socializador puede tener consecuencias negativas o positivas, según el modo en que se produzca la interacción entre la persona que se socializa, los agentes socializadores y las situaciones sociales. La formación de un alma colectiva que provoca en el individuo la desaparición de su personalidad consciente y el predominio de su parte inconsciente.

Lo que se nos trata de mostrar es que el individuo muestra en su vida corriente una máscara o fachada que sirve para una puesta en escena de acuerdo con una situación dada y con una personalidad que se forma a partir de pautas culturales propiamente locales y cerradas en torno sus vivencias. . Así, el actor se mostrará ante los demás como él considera que los demás le ven en relación con su rol y estatus, es decir que trata de actuar de acuerdo con lo que cree que esperan de él.

La puesta en escena se puede realizar individualmente o en equipo; los miembros del equipo se apoyarán mutuamente tanto mediante expresiones verbales como no

verbales, pueden ser intercambiables según las necesidades, e incluso si algún miembro no guarda las relativas normas de "complicidad" puede ser eliminado, teniendo como alternativa el posible acceso a otro equipo rival. Un equipo lo pueden formar desde dos personas en adelante, así, un matrimonio formaría un equipo, otro lo podría integrar un grupo de ejecutivos de una empresa frente a otro de clientes etc.

3.3 Cantos de la barra Rebel

En el trabajo de campo, al relacionarnos con la barra Rebel, los cantos son parte vital en la forma de animar. A continuación se presenta la letra de las canciones que entonan los miembros de la barra universitaria.

COMO NO TE VOY A QUERER

Como no te voy a querer
como no te voy a querer
si mi corazón azul es,
y mi piel dorada
siempre te querré

SEÑORES YO SOY DE PUMAS

Señores yo soy de PUMAS
y llevo la camiseta,
al alarido de GOYA,
espero yo su respuesta.
Para salir campeones,
hay que meter los goles,
oooooooooooooooooles,
Cantemos con mas fuerza,
seremos los mejores

HAY QUE PONER

Hay que poner PUMAS,
hay que poner PUMAS,
hay que poner,
un poco más de huevos,
la REBEL va apoyar,
la REBEL va apoyar,
y vamos a salir primeros

SENTIMIENTO

Olé, olé, olé
olé, olé, olé, olá,
yo soy de PUMAS,
es un sentimiento,
que no puedo parar
(se repite...)

DALE

Dale, dale, dale PUMAS
vamos a ganar
que la REBEL
no te deja de apoyar,
yo te sigo a todas partes,
a donde vas
cada día te quiero más.

DALE AL GOL

Y dale al gol,
y dale al gol,
y dale PUMAS,
dale al gol

PUMAS MI VIDA (gracias al sebas)

PUMAS mi vida,
PUMAS mi pasión,
es el orgullo,
de mi corazón,
es la alegría,
de rectoría,
no corra potro,
no corra tuzo,
no corra crema,
que eres un cagón.
esta es la REBEL,
ya la conocen...1
VAMOS PUMAS
O vamos PUMAS vamos,
O vamos PUMAS vamos,
te queremos,
te alentamos,

OTRO SENTIMIENTO

Irle a Pumas es un sentimiento,

no se explica se lleva bien adentro,
a los Pumas los sigo a donde sea,
yo soy Puma hasta que me muera,
Dale Dale Pu...
Dale Dale Pumas
Dale Dale Pu
Dale Dale Pumas

QUE LO VENGAN A VER.

Que lo vengan a ver,
que lo vengan a ver,
eso no es un portero,
es una puta de cabaret
¿Y DONDE ESTAN?
¿Y dónde están?,
¿y dónde están?,
los albañiles que nos iban a ganar.

A SALTAR

Hay que saltar,
hay que saltar,
que a la liguilla,
vamos a llegar
SI, SI SEÑORES
Si, si señores,
yo soy de PUMAS,
si, si señores,
de corazón.
Si, si señores,
quiero que sea,
que sea PUMAS,
Por dios nuevo campeón.

CAPITULO IV

4.1 RESULTADO DEL ESTUDIO

¿Quiénes son los integrantes de la *barra rebel*? No cabe duda que una de las actividades más comunes es presenciar un partido de fútbol, porque une a los hombres fuera de casa y que de una u otra forma significa un complemento para su vida; Uno de los pocos intereses no relacionados con el trabajo y la familia supuestamente.

En esta *barra* no se sabe con exactitud cuantas personas la integran, algunas opiniones recogidas señalan que en cada partido los “miembros” son aproximadamente entre 5 mil a 7 mil integrantes, incluso calculan que hasta 10 mil, más la gente que no pertenece que se integran en el partido.

En cada partido como local se entona el himno universitario por miembros de las *porras* y del equipo universitario. No cuentan con apoyo por parte del club, para realizar los viajes a provincia para asistir a los partidos. Sobre los requisitos para pertenecer a la *barra*, son simples, tener “aguante”²⁵ e irle a los pumas.

En la entrevista realizada a miembros de la *rebel* con las características señaladas en el marco metodológico, se elaboro un cuestionario para conocer su afición por este deporte, así como su militancia en la *barra*. El cuestionario se dividió en cuatro

²⁵ Tener “aguante se refiere a alentar al equipo en todo momento a través de cantos y saltos.

secciones:

- q Nacimiento de la afición al fútbol.
- q Afición a los pumas.
- q Integrante de la barra.
- q Violencia.

A continuación mencionamos las características principales de los entrevistados.

Estudian en preparatoria y universidad, algunos trabajan y otros practican deporte. Esto nos da la referencia respecto de las siguientes preguntas del cuestionario. La mayoría respondió que desde niño era aficionado por influencia familiar principalmente.

Al preguntar que significado tiene para usted el fútbol, los preparatorianos a comparación de los que estudian en licenciatura fue diferente. Para los primeros tiene gran peso en su vida debido a que la mayoría juega fútbol cada fin de semana en ligas amateur, ¿qué quiere decir esto? Que quien practica el fútbol esta más relacionado con las reglas, la autoridad arbitral y entienden de alguna manera a los jugadores profesionales, estas personas muestran más euforia y altos índices de competitividad, no solo en el aspecto deportivo sino también en lo que se refiere a la vida cotidiana por lo que podemos encasillarlos como aficionados apasionados; mientras que los segundos no practican deporte y que trabajan ven al fútbol como un pasatiempo debido a que le dan más importancia a terminar su licenciatura. Esto no quiere decir que los universitarios no se sientan identificados y comprometidos con el equipo y con la institución.

Al preguntarles como conseguían su entrada al estadio resalta el hecho de muchos están emparentados con trabajadores de la UNAM y estos trabajadores son

acreedores a dos cupones gratis para asistir al estadio, cupones que regalan a sus familiares quienes son miembros de la barra. Otra forma es por medio del “talón”²⁶

Respecto a la afiliación a la religión, el 99% no la práctica, pero sin embargo algunos si compararon al fútbol con una religión debido a respuestas como “*es igual porque idolatras al equipo, a los jugadores, a los colores*”, “*si, porque es idolatrar a un equipo, es como el dios que todos idolatran, por el se emborrachan o se suicidan*” de igual forma, los que la compararon consideraron que las oraciones si influían sobre el resultado del fútbol “*si, porque dios oye las oraciones*”, “*si porque los alientos son como oraciones*” para reforzar esta idea de fútbol y religión citemos algunos puntos en comparación:

- q Ambos son instituciones que fomentan la identificación
- q Comparten una experiencia colectiva
- q Ambos tienen códigos, cantos de alabanza, un compromiso personal, donde todo tiene un carácter simbólico y no necesariamente materialista
- q A partir de ritos comunes se produce una conciencia colectiva
- q Tienen lugares fijos de reunión.

Para Lévi-Strauss, la similitud no le parece tan convincente en términos asociativos

“El ritual religioso asocia, mientras que el deportivo disocia. El ritual religioso postula una simetría entre profano y sagrado, entre los fieles y el oficiante, entre los vivos y los muertos, etc. Y la ceremonia produce una unión, mientras que en los juegos la asimetría esta pre-ordenada hasta el punto en que las reglas son las mismas para ambos bandos, y la competencia establece la desigualdad de vencedores y vencidos”

²⁶ El talón se refiere a estar pidiendo dinero a la gente a fuera del estadio para poder comprar su boleto

esta concepción de Leví-Strauss deja su definición en un plano más objetivo de acuerdo a los reglamentos que ejercen sobre los miembros de cualquiera de las dos agrupaciones, no toma el carácter subjetivo de los integrantes, su experiencia colectiva e individual que los interactuar cara a cara, actuando en términos del acuerdo mutuo.

En el fútbol existen reglas dentro del campo de fútbol que todos deben acatar, en la tribuna como en la religión se establecen códigos de comportamiento (no escritos) que son la pauta de la acción.

Por otro lado, para los entrevistados el asistir al estadio, no es factor el lugar de residencia, ni el dinero, ni la familia y el uso del tiempo libre.

En la forma de cómo eligieron al equipo de los pumas las respuestas más sobresalientes fueron por influencia familiar, por padres que trabajan en la UNAM, y por los amigos. Por ejemplo uno de los entrevistados empezó a asistir al estadio debido a que desde niño le inculcaron irle al equipo, ya que sus padres estudiaron ahí, *“antes iba con mi “jefe” (habla de su papá) a la porra ultra, pero por llevarle la contra me cambie a la rebel, ya no quería ir al estadio con él porque es una porra de viejos borrachos”*. Por lo que la tradición del fútbol está vinculada a las tradiciones familiares, incluso hasta en llevarle la contra al padre solo por molestar.

El otro factor es el tipo de rival. Debido a que los miembros de la barra también asisten a los partidos colegiales de fútbol americano. *¿Pero que tiene que ver el fútbol americano colegial con el fútbol soccer profesional?* Sin hacer preguntas al respecto mencionaron que sus dos acérrimos rivales son el Politécnico y el América. La rivalidad histórica del primero se ha trasladado al segundo, debido a que estos dos equipos tienen la misma mascota que los representa el “águila”; Los

dos equipo han jugado finales en su respectivos deportes en contra de los pumas. Una de las respuestas se refiere a esto: *las dos son instituciones publicas: el clásico Poli-UNAM*. Comenta un entrevistado: *“El apoyo que recibe el América y quienes integran las barras del América estudian en el Poli, ya que ellos no cuentan con equipo profesional, simplemente porque nuestro odiado rival le van al América para llevarnos la contra(...) no es lo mismo tener un rival politécnico que un americanista, la rivalidad entre las instituciones pesa más, no es lo mismo tener en la tribuna de enfrente un jersey guinda y blanco que una camiseta amarilla”* esta es una rivalidad que con el tiempo se ha reforzado. Por lo tanto las rivalidades tradicionales están arraigadas en el simbolismo social de los equipos y otras rivalidades se basan en las posiciones momentáneas de los equipos²⁷

Lo que respecta a la pregunta si algún familiar era o es partidario de los pumas, en un 80% de los entrevistados respondieron afirmativamente. Es donde la influencia generacional se pone en evidencia en la continuación de una identidad heredada y bajo la cual han vivido toda su vida. Durkheim a través de su definición de la educación plantea la transmisión del conocimiento de una generación adulta sobre las más jóvenes; además de lograr un cierto número de estados físicos y mentales constituyendo al ser individual y al social; en este último predominando los sentimientos, hábitos e ideas presentes en el grupo social como creencias religiosas, prácticas rituales, etc.

Los padres y la propia UNAM han sido el eje de la transmisión y comportamientos asociados que se presenta cuando se habla de la UNAM como institución, por su labor académica y apoyo social, así como del equipo de los pumas.

Al contrario de las generaciones que difieren en cuanto a la memoria, la historia que las atraviesa y las formas de percibir lo que las caracteriza. En cierto sentido

²⁷ la locura por el fútbol pp. 260.

pertenecer a otra generación supone, poseer códigos culturales diferentes que orientan las percepciones, los gustos, los valores, los modos de apreciar y desembocar en mundos simbólicos heterogéneos con distintas estructuras de sentido²⁸

En lo que respecta a la violencia mencionaron dos factores clave: los medios de comunicación y las autoridades que se encuentran en el estadio. Estos últimos se constituyen como el sujeto activo y agresor. *“Desde que estamos en las afueras del estadio el trato se vuelve agresivo desde que nos ven, a la hora de catearnos al entrar al estadio nos tratan mal”*. Comentó uno de los entrevistados. Los comentario no se hicieron esperar respecto de los medios donde resalta la televisión: *“Solo pasan lo que les da rating, ellos nos han creado mala fama, nosotros aguantamos pero cuando nos buscan nos encuentran”*

Podemos definirlos propiamente como una tribu que limita su espacio, utiliza emblemas representativos que los diferencia de los demás, no solo como una *barra*, sino por su grado de escolaridad que es diferente a otras *barras* y por ser estudiantes de la UNAM. Para entender esta clasificación anterior y el peso que tiene en su vida. Para empezar recordemos los conceptos de la teoría de grupos de Olson que se refería a dimensión formal e informal; en la que se refiere a los grupos primarios (parentesco) y secundarios (amigos, trabajo) que se relacionan con vínculos emocionales y afectivos en estas dos categorías. Por lo que la influencia para ser aficionado no se limita a una sola de estas categorías, sino por el contrario, mientras más está vinculado con las dos, mejor integrado estará en la

²⁸ Margulis. M. Viviendo a todo: jóvenes, territorios culturales y nuevas sociabilidades. ED. Siglo del hombre. Bogotá 1998.

sociedad, así de la misma manera abrazará más apasionadamente sus manifestaciones simbólicas, subjetivas y objetivas que se refuerzan unas a otras. Por lo tanto mientras más nexos con las categorías familiares, educativas, laboral y de amistad tenga, más arraigo tendrá la visión subjetiva de la UNAM como institución, pero además tomará en cuenta todo lo que lo rodea, que a su vez promueve una integración social.

De acuerdo al marco expresado y a la lógica instrumental y a la lógica expresiva. Los tipos de acción desarrollados por Max Weber encajan perfectamente para explicar el comportamiento de los hinchas:

q Racional con arreglo a fines

Esta determinada por expectativas en el comportamiento tanto de objetos del mundo exterior como de otros hombres y utilizando esas expectativas como condiciones o medios para el logro de fines propios racionalmente sopesados y perseguidos.

q Racional con arreglo a valores

Determinada por la creencia consciente en el valor –ético, estético, religioso o de cualquier otra forma como se le interprete- propio y, absoluto de una determinada conducta sin relación alguna con el resultado, o sea puramente en méritos de ese valor.

q Afectiva

Especialmente emotivas determinada por efectos y estados sentimentales actuales.

q Tradicional.

Determinada por una costumbre arraigada.

Los tipos de acción explicados por Weber se complementan a partir del uso del espacio, así como del capital social y simbólico de Bourdieu. Construyendo su

propia realidad y su interacción con el mundo. Con el apoyo de la teoría de la acción comunicativa de Habermas orientada a la comunicación y al entendimiento considerando a los actores como hablantes u oyentes que se refieren a algo en el mundo objetivo, en el mundo social y en el mundo subjetivo, y se entabla recíprocamente a este respecto pretensiones de validez que pueden ser aceptadas o ponerse en tela de juicio. (Teoría de la acción comunicativa: complementos a estudios previos, Madrid, Cátedra, 1089, Pág. 493).

Habermas pretende que la noción de la racionalidad comunicativa está contenida implícitamente en la estructura del habla humana como tal y que significa el estándar básico de la racionalidad que comparten los hablantes competentes al menos en las sociedades *modernas*.

Esto también implica que la racionalidad comunicativa es también una actitud racional específica que los individuos adoptan hacia otros y hacia sí mismos como una actitud de reconocimiento mutuo.

"Este concepto de racionalidad comunicativa encierra connotaciones que, en su esencia se fundan en la experiencia central del discurso argumentativo que produce la unión sin coacción y que crea el consenso, proceso en el cual los diversos participantes logran dejar atrás sus creencias, primeramente solo subjetivas y, gracias a la experiencia común del convencimiento motivado racionalmente adquieren la certeza, simultáneamente, de la unidad del mundo objetivo y de la intersubjetividad del contexto en que desarrollan sus vidas." (Habermas, Teoría de la Acción Comunicativa vol. I, pág.28.)

Habermas sostiene que la acción no nos *dice* cuales son los planes de acción del agente. En cambio, los actos de habla cumplen la condición de darnos a conocer la intención del agente. Por ejemplo los cantos. desde la teoría de la comunicación,

toma en consideración a la acción social en la perspectiva de dar lugar al orden social, por los mecanismos de coordinación que posibilitan la implementación del plan de acción que se realiza en una situación y de la que el actor social interpreta un fragmento de su entorno.

CONCLUSIONES

El conocimiento del deporte en cualquiera de sus manifestaciones debe servir para conocer mejor el funcionamiento social, pues en el deporte también se ve reflejado el desarrollo de las costumbres, los ideales y los valores.}

Lo que debemos advertir es que si el deporte es cultura, la cultura es interacción y comunicación, el deporte es además comunicación y no toda comunicación que se produce, es mediada por los medios.

El fútbol forma parte de la cotidianidad, más no como una realidad alterna a la vida diaria de los universitarios, de esta manera, el fútbol se constituye como un lugar simbólico en el que se establecen alianzas y conflictos, se convierte en una herramienta, una estrategia en los ámbitos públicos de reivindicación y actualización de lo imaginario. En el caso de los hinchas de la *rebel*, el sujeto socializado el cual hacia referencia Berger y Luckman nos habla de una persona integrada plenamente en la sociedad y no de un marginado como se podría suponer; ocupa un espacio donde comparte sus experiencias, las recrea y las manifiesta, siendo este el principio de todo acto de la realidad de la vida cotidiana; comprende al otro en su cultura, pero sobre todo liga su identidad con la lógica expresiva e instrumental.

Todo indica que el fútbol es más que la expresión violenta de unos cuantos, es un entramado de intereses que implican a varios sectores como hinchas, clubes, medios de comunicación y poderes públicos; pero también representa una forma

de cómo puede integrarse a la vida, como lo señala Albert Camus: *“todo lo que he aprendido en la vida sobre la ética y el deber del hombre se lo debo al fútbol”*

El fútbol tal como se conoce hoy es un producto de la sociedad industrial inglesa del siglo antepasado, surgido primero como alternativa para el uso del tiempo libre de los asalariados y, posteriormente, organizado como empresa capitalista.

Norbert Elías y Eric Dunning mencionaron que la deportivización de la sociedad forma parte del proceso complejo y contradictorio de consolidación del capitalismo, en tanto organización hegemónica productiva del mundo y en tanto organización social, que junto con el proceso de industrialización crearon diferentes formas y condiciones de vida en las que las personas y los grupos sociales han establecido y establecen diferentes tipos de relaciones y desempeñan distintos tipos de trabajo.

Se debe aceptar a la educación como ingrediente decisivo tanto para contribuir a reproducir como para modificar los contextos socioculturales y para contribuir a la estructuración de una personalidad de características más o menos moderna, refiere al cultivo de la racionalidad humana centrada en la libertad, la inteligencia, la solidaridad, la democracia y el dialogo, como vehículos primordiales para la convivencia y la comunicación el uso normal y cotidiano del lenguaje de cada uno de nosotros, el que se utiliza en cualquier conversación casual y aparentemente neutra, implica el ejercicio de un poder en cuanto influye en la experiencia de otro individuo.

La historia oficial ignora al fútbol escribió Goffman en el libro el ritual de la interacción. La historia del deporte es relativamente autónoma, y aunque esta marcada por los grandes acontecimientos de la historia económica y política, tiene

su propio ritmo, sus leyes de evolución y sus crisis, en pocas palabras, su cronología específica.

El fútbol es una de las instituciones sociales y prácticas culturales que moldeado, marcado y que han dado significado a la vida de mucha gente.

Una representación social se define como la elaboración de un objeto social por una comunidad, estas aparecen en grupos que abren espacios para las creencias; los atributos en si del objeto no le dan el carácter social, sino, la forma en que los actores sociales le dan un uso y un significado. Estas representaciones sociales crean un discurso y por ende una comunicación en los llamados grupos reflexivos. Estos grupos reflexivos se definen como un grupo que es definido por sus miembros, donde estos reconocen su afiliación y tienen criterios disponibles para decidir que otras personas también pertenecen al grupo. Estos grupos elaboran sus reglas, justificaciones, razones de las creencias y conductas que son pertinentes en los grupos. Estos procesos discursivos y comunicativos moldean el pensamiento de estos miembros y crean una colectividad.

Tomando todos los elementos antes mencionados dan origen a la identidad social que implica el conocimiento de los grupos a los que se pertenece, además permite dar verosimilitud a sus creencias cuando disponen de alguna evidencia que es el consenso social y la base de la creencia compartida.

La eficacia de las representaciones sociales radica en que tienen que ser públicas para todos los miembros, de lo contrario habría una fractura en la comunicación y sobretodo en la identidad social.

Podemos concluir que el conocimiento común implica una identidad social común, que es una precondition necesaria de los grupos reflexivos.

Por otro lado hay representaciones creadas por grupos, sociedades y culturas para

hacer frente a condiciones generales cambiantes.

Dentro del análisis de las representaciones sociales existen tres campos:

1. Las representaciones como conocimiento vulgar.
2. Los objetos culturalmente contruidos a través de una larga historia y sus equivalentes modernos.
3. Las condiciones y los acontecimientos sociales y políticos, donde las representaciones que prevalecen tienen un corto plazo de significación para la vida social.

El primer caso integra funciones declarativas, instrumentales y explicativas; el segundo la imaginación cultural proporciona realidad a los objetos que habitan el mundo social. Estos objetos se recrean y definen a los actores como partes complementarias de los objetos, permitiendo a los sujetos la pertenencia a culturas o comunidades específicas, representan un conocimiento declarativo, delimitan los objetos y entidades, estructuran sus características y fijan su significado en los contextos sociales.; por último concierne a objetos con mucho menos significación a largo término en las relaciones sociales.

Esquema simplificado del proceso genético de las representaciones sociales

Concluyendo sobre la rebel:

La rebel es una barra que puede considerarse un grupo abierto en transición a convertirse en un grupo cerrado, donde las normas no escritas, las pautas culturales y el lenguaje están en función de un interés común. La membresía esta en transición también, debido a que está sujeta a lazos familiares, amistades y laborales. Como mencionamos anteriormente no se puede medir con exactitud los miembros debido a que no es un organismo estable, la unión es voluntaria y como

mencionamos es por la lealtad.

Los equipos, para fijar su propia identidad necesitan de otros equipos que actúen como referencia. Esta referencia la puede indicar la diferente naturaleza del otro, referida a su diferente clase social o a pautas culturales distintas. De este modo, un equipo perteneciente a una clase social determinada puede menospreciar a una clase considerada inferior, pero por otra parte, la existencia de esta clase justifica los procederes de la clase superior para sí

El espacio que nos rodea es continente de la acción y , además, el lugar dónde se crea la acción. Espacio y acción son dos dimensiones en relación.

La mayoría de la experiencia de los sujetos a lo largo de su vida, está relacionada con un lugar. Las circunstancias, acontecimientos y situaciones ayudan a los sujetos a definir los contextos; pero el lugar donde ocurren, ayudan a definir el significado de las circunstancias.

El Lugar actúa como territorio emocional. Un lugar puede adquirir para un sujeto un valor distinto al que tuvo en otro momento, a sus características reales o al valor que otros pueden otorgarle.

El escenario es el lugar donde se elaboran los planes, pero también los restringe.

La expresividad del integrante de la barra involucra dos tipos. Por un lado la expresión que representa, la cual incluye símbolos verbales que utiliza con el propósito de transmitir y dar a conocer información específica acerca de los atributos de los símbolos. Comunicación que se da de manera tradicional. El segundo tipo se refiere a la expresividad que comprende una serie de movimientos y acciones dirigidas con referencia a los símbolos.

Segunda característica. Cada integrante aparece ante los demás y sus acciones llegan a influir en la situación que llegan a tener. En algunas ocasiones con el fin de impresionar provocando una respuesta inmediata.

Tercera característica: se expresan intencional y consciente de un modo particular, por que la tradición de su grupo requiere este tipo de expresión.

Cuarto: la interacción entre los integrantes (cara a cara) es una influencia binaria sobre las acciones de uno sobre otro cuando se encuentran en presencia física inmediata.

La barra como una escenificación teatral

Debemos considerar que el comportamiento colectivo de la barra representa una actuación, a la par del partido de fútbol, los dos se encuentran en un plano actoral. La actuación se define como la actividad total de un participante dado en una actuación dada que sirve para influir de algún modo sobre los otros participantes, Por lo que la acción representada por los actores se le denomina rutina.

La diferencia entre el actor de una obra y el integrante de una barra, radica en el hecho de que el primero utiliza una fachada algo ficticio; en cambio el barrista lo actúa por que lo siente y por que forma parte de su rito semanal que forma ya, como parte de su vida cotidiana. Por lo tanto esta actuación tendrá una fuerte carga de improvisación, esperando que tomen con seriedad la impresión promovida ante sus espectadores.

Esta escenificación debe comprender que la expresividad debe ir acompañado de la apariencia y de los modales de acuerdo al papel desempeñado. El primero se refiere a los estímulos que funcionan en el momento de informarnos acerca del

status social del actuante. Por los modales se refiere a aquellos estímulos que funcionan en el momento de advertirnos acerca del rol de interacción que el actuante esperará desempeñar en la situación que se avecina. De esta manera podemos conjugar espacio, apariencia y expresividad.

La frecuencia con que se realiza esta actuación tiende a institucionalizarse, y por lo tanto en una representación colectiva y en una realidad por derecho propio.

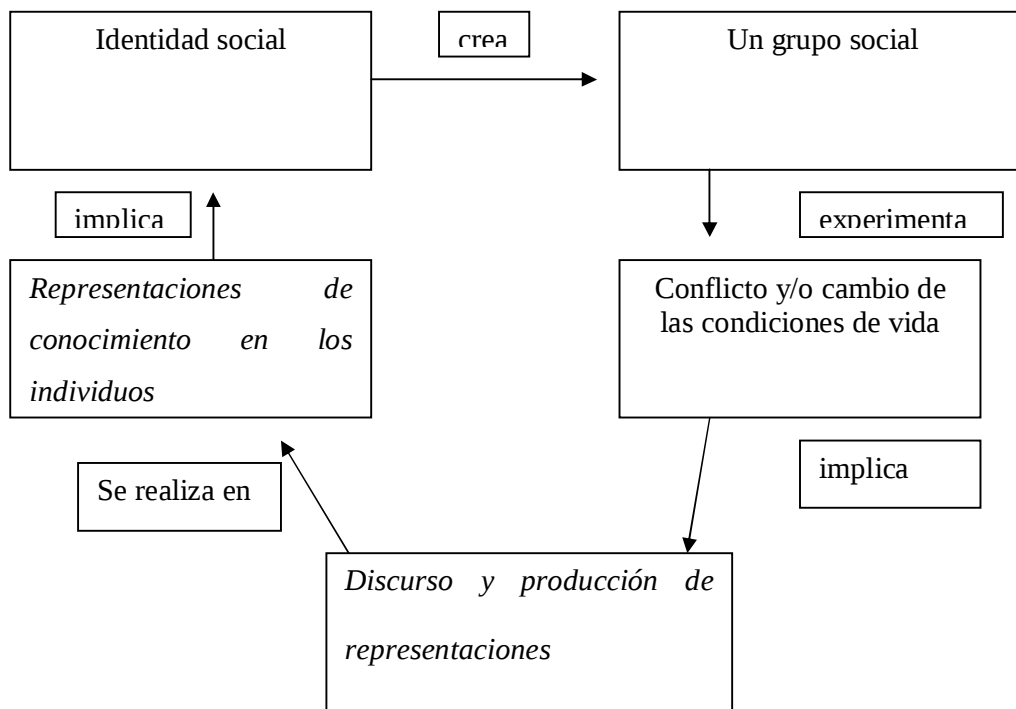
Los individuos dotan su actividad de signos como la jerga con que se comunican, Porque si la actividad del individuo ha de llegar a ser significativa para otros, debe movilizarla de manera que exprese durante la interacción lo que desea transmitir. Ocultando el carácter rutinario privilegiando los momentos espontáneos de la situación.

Su propio pasado les es accesible en una forma que les permite recapitularlo en cada escenificación.

Por lo tanto, basándose en lo anterior podemos definir al grupo o a la barra como al conjunto de individuos cuya cooperación íntima es indispensable para la sobrevivencia de este; así como mantener un conjunto de normas morales y reglas que los integrantes tienen que respetar para el buen funcionamiento del grupo. El grupo como tal tiene su esencia en la interacción cara a cara de sus integrantes, relaciones las cuales refuerzan y reproducen su status social frente a la sociedad. Adoptando lugares fijos de reunión con limitaciones temporales.

Una región puede ser definida como todo lugar limitado, hasta cierto punto, por barreras antepuestas a la percepción. en una sociedad actual, una actuación se produce, por lo general, en una región altamente limitada, a la cual se agregan con frecuencia limitaciones temporales.

Cuando los miembros del equipo no están en escena. Se plantean cuestiones acerca del carácter de los signos; los miembros reunidos sacan a la luz y esclarecen las actitudes, las líneas de conducta y posiciones; transmiten noticias acerca de los equipos de otros colegas; analizan las actuaciones anteriores conscientemente y con ello reforzar la moral para la próxima actuación; utilizando una jerga profesional en las conversaciones sobre la actuación.



ⁱⁱ Villoro, Juan. Los once de la tribu. Crónicas. Pág. 129. ED. Aguilar Nuevo Siglo. México 1995.
ⁱⁱⁱ <http://www.efdeportes.com/edf13/erivera.htm>

BIBLIOGRAFÍA

- q Argyle, Michael. Análisis de la interacción. Amorrortu Editores. Buenos Aires Argentina. 1983.
- q Ayestarán, Sabino. El grupo como construcción social. Plural ediciones 1996.
- q Berain, Josetxo/ Lanceros, Patxi, Identidades Culturales. Universidad de Deusto. Bilbao 1996.
- q Berger y Luckman. 1967/1979. La Construcción Social de la Realidad. Buenos Aires: Amorrortu.
- q Bourdieu, Pierre. La distinción. Criterio y bases sociales del gusto. 1ª. Edición en México 2002. ED. Taurus.
- q Canetti, Elias. Masa y poder. editorial Alianza
- q Durkheim, Emile, Las reglas del método sociológico.
- q Edmond, Marc. La interacción social, cultura y comunicación.
- q Elias, Norbert. Dunning, Eric. Deporte y ocio en el proceso de la civilización, México, FCE. 1992
- q Ferraro, Joseph. Durkheim y el totemismo en la religión contemporánea. Un estudio sociológico sobre el Vaticano II. Cuadernos Universitarios 28 División de Ciencias Sociales y Humanidades. Departamento de Sociología. UAMI 1985.
- q Galeano, Eduardo, El fútbol a sol y sombra.

-
- q García Ferrando, Manuel. Aspectos sociales del deporte. Madrid 1990.
ED. Alianza.
 - q Goffman, Erwing. La presentación de la persona en la vida cotidiana.
Buenos aires 1981 Ed. Amorrortu.
 - q Goffman, Erwing. Ritual de la interacción. Editorial tiempo
contemporáneo. Buenos aires Argentina 1970.
 - q Gutiérrez Sanmartín, Melchor. Valores sociales y deporte. Madrid 1995.
ED. Gymnos.
 - q Habermas, Jürgen. La teoría de la acción comunicativa
 - q Klein Josephine. Estudio de los grupos. Fondo de cultura económica.
México 1961.
 - q Le Bon, Gustave. Teoría del contagio.
 - q Lefebvre, Henri.
 - q Lever, Janet. La locura por el fútbol. 1º edición en español Fondo de
Cultura Económica. México 1985.
 - q Leví-Strauss, Claude.
 - q Lowdon, Wingo. Ciudades y espacio: el uso futuro del suelo urbano.
 - q Marc, Edmond y Picard Dominique. La interacción social. Cultura,
instituciones y comunicación. Ediciones Paidos Barcelona-buenos aires-
México.1992.
 - q Margulis, M. Viviendo a todo: jóvenes, territorios culturales y nuevas
sociabilidades. ED. Siglo del hombre. Bogota 1998.
 - q Mead. Interaccionismo simbólico.
 - q Megargee, Edwin. Dinámica de la agresión.

-
- q Michaux, León, Los jóvenes y la autoridad. Editorial Planeta. Barcelona 1972.
- q Olson, Mancur. La lógica de la acción colectiva. ED. Limusa-Noriega. México.
- q Parent, Juan. Para una ética del deporte.
- q Ritzer, George. Teoría sociológica clásica.
_____ Teoría sociológica contemporánea.
- q Sennet, Richard. El declive del hombre público.
- q Smelser, Neil J. teoría del comportamiento colectivo. Fondo de cultura económica. Primera reimpresión 1995.
- q Russell, Bertrand, Autoridad e individuo. Fondo de Cultura Económica 1995.
- q Touraine, Alan. El regreso del actor. ED. Universitaria de Buenos Aires.
- q Veyrat, Isabel. Espacios públicos en imágenes.
- q Villoro, Juan, Los once de la tribu, Crónicas. Editorial Nuevo Siglo. México 1998.
- q Vinnai, G. El fútbol como ideología. Editorial Siglo XXI México 198
- q Wallerstein. El juicio del sujeto. Porrúa.
- q Weber, Max. Tipos de acción
_____ Sociología de la acción

REVISTAS

- q Revista ¡Goooya! No.1 mayo 03
- q Revista Pumas, Historia del fútbol profesional ven la UNAM. Francisco Barón Torres. Editorial Clío, libros y videos. Primera edición, México, marzo del 2001.
- q Revista el cotidiano no. 113. "masculinidad". Mayo-junio 2002 año 18 UAM-Azcapotzalco.
- q Periódico el Independiente, sección deportes pagina 3 artículo El Madrid, el libre mercado y la posmodernidad. Jueves 3 de julio de 2003.
- q Nueva revista de política, cultura y arte. Artículo "el lenguaje deportivo: una fiesta social" de Castañon Rodríguez Jesús. Pp. 121-124. revista editada por difusora y promociones editoriales S.L. (Diproedisa, S.L.) Madrid 2001.G

INTERNET

- q <http://www.arcide.edu.ar/nautisur/marzo00/editorial.html>
- q <http://www.colombia.com/futbol/especiales/170201/conclusiones.asp>
- q <http://206.114.27.134/bolaetrapo/webs/editorial/default1.htm>
- q www.colombia.com/futbol/especiales/170201/violencia.asp
- q <http://danielmorea.tripoid.com/futbolviolencia.html>
- q www.efdeportes.com. Artículo “las marcas de la pasión” de Battilana, Carlos.
- q <http://www.geocities.com/Colosseum/sideline/6068/frame.html>