

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA
Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales



“BARRA PERRA BRAVA”:
¡YO LE VOY AL TOLUCA, AUNQUE GANE!
IDENTIDAD Y COMUNICACIÓN

APROXIMACIONES CUALITATIVAS A LAS PRÁCTICAS DE COMUNICACIÓN DE LOS
MIEMBROS DE LA “BARRA PERRA BRAVA” EN EL ESTADIO NEMESIO DIES
DURANTE LA TEMPORADA DE CLAUSURA 1998

TESIS QUE
PARA OBTENER EL GRADO DE:
MAESTRO EN CIENCIAS SOCIALES

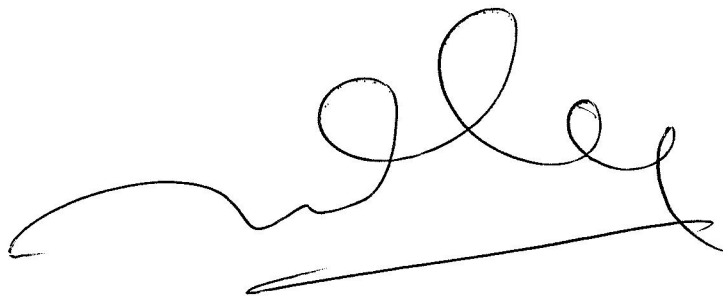
PRESENTA

NINA ALEJANDRA MARTÍNEZ ARELLANO

Ensenada, B.C.

Marzo 2009

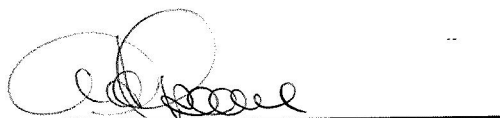
CONSTANCIA DE APROBACIÓN



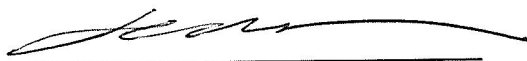
Directora de la Tesis:

Dra. Nelly Calderón de la Barca Guerrero

Aprobado por los integrantes del sínodo:



1. Dra. Andrea Spears Kirkland



2. Dra. Sheila Delhumeau Rivera

Para mis cuatro ángeles:
Esteban, Valeria, Andrea y Camila

Agradecimientos

A Esteban: por su apoyo incondicional y respeto
a Valeria y Andrea por su entusiasmo y amor
a Juanita, mi guía y ejemplo de vida
a mis padres Blanca y Alejandro por su confianza
a mis tíos Maye, Pepe y Arturo por todo su apoyo y motivación
a Nelly por su acompañamiento, asesoría e incondicional amistad
a Saúl Méndez por su apoyo y gestiones para que esto culminara
a Andrea Spears y Sheila Delhumea por su asesoría y gestión
a Carlos Maya por su tiempo y asesoría
a Samuel Martínez por su tiempo y asesoría
a mi amigo Sergio Cruz por su apoyo y tiempo invertido
a la Universidad Autónoma de Baja California por albergarme en sus aulas
al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, por su apoyo material

Resumen

El tema del deporte y en particular el fútbol ha sido considerado por muchos científicos sociales como un tema poco serio para ser abordado desde la academia, sin embargo hoy el escenario está cambiando y poco a poco el fenómeno de fútbol y las aficiones se ha ido legitimizando como veta a ser estudiada debido a las posibilidades que genera para comprender las distintas dinámicas sociales, principalmente urbanas.

El presente ejercicio investigativo se inserta en este esfuerzo y plantea como objetivo explicar desde un acercamiento cualitativo el proceso de construcción de la identidad de un grupo de aficionados al fútbol: “La Barra Perra Brava” a partir de sus prácticas y el uso de elementos comunicativos.

Entre los hallazgos más importantes se pueden mencionar: el protagonismo y visibilidad del grupo estudiado como consecuencia de la singularidad de sus prácticas comunicativas, la participación de la mujer, el rol que juega la familia en la formación de la afición y la incondicionalidad de sus miembros como resultado de los diferentes gratificantes que encuentran en la participación que van desde lo energizante que resulta la actividad, el desfogue y el reconocimiento al convertirse en actores y ser parte del espectáculo.

TABLA DE CONTENIDO

	Página
INTRODUCCION	1
CAPITULO I Breve historia del fútbol	8
1.1 Fútbol, un poco de historia	11
1.2 Los inicios del fútbol en Toluca	
CAPITULO II La base teórica de la que se parte	15
2.1 Antecedentes de estudios similares	15
2.1.1 Fútbol, identidad urbana y usos de la comunicación	20
2.1.2 Fútbol, entre la nación y los medios masivos	
2.2 Una Perra atrapada en la teoría. Desarrollo de conceptos	26
2.2.1 Consideraciones conceptuales para entender a la “Barra Perra Brava”	26
2.2.1.1 El deporte, un modo de comunicar	28
2.2.1.2 El festejo va a la ciudad	29
2.2.1.3 La construcción de la identidad colectiva	34
2.2.1.4 La configuración social del sentido	36
2.2.1.5 El contexto de legitimidad	37
2.2.1.6 La práctica comunicativa	39
2.2.1.7 La comunicación otra	
CAPITULO III Acercamiento metodológico a la “Barra Perra Brava”	40
3.1 Estrategia metodológica	40
3.1.1 Descripción general del proceso de investigación	41
3.1.2 Descripción de las técnicas utilizadas	41
3.1.2.1 La encuesta	42
3.1.2.2 Observación participante	42
3.1.2.3 Observación no participante	42
3.1.2.4 Entrevista dirigida	42
3.1.2.5 Técnica de análisis: Hermenéutica colectiva	43
CAPITULO IV Resultados y análisis	45
4.1 El surgimiento de la “Barra Perra Brava”	49
4.1.1 Una perra con registro	
4.2 La creación del discurso “Bravo”: Lo que lo hace posible	51
4.2.1 La referencia del Clan: el grupo, sus ritos y valores	52
4.2.2 La referencia situacional de la identidad: los espacios y escenarios	61
4.2.3 La referencia simbólica: el discurso verbal	63
4.3 La interpretación del ladrido. Análisis colectivo de las entrevistas.	68
4.3.1 La familia en la construcción de la afición y la participación de la mujer	68
4.3.2 Elementos distintivos de la identidad de la “Perra Brava”	
4.3.2.1 La identificación con la ciudad	73
4.3.2.2 La diferenciación con otras porras	76
4.3.2.3 Elementos de identificación hacia el interior del grupo	77

4.3.2.3.1 La estructura formal del grupo	77
4.3.2.3.2 La pertenencia	78
4.3.3 El protagonismo como indicador de la identidad en la "Perra Brava"	82
4.3.4 Gratificantes. Definitivamente el jugador número doce	85
CAPITULO V Conclusiones y recomendaciones	
¡Sí se pudo!, a manera de conclusión	88
ANEXOS	92
REFERENCIAS	110

Listado de imágenes

Número	Título	Página
4.1	Integrantes de la "Barra Perra Brava"	45
4.2	Rolando González, alias "La Perra", miembro fundador de la "Barra Perra Brava"	46
4.3	Niños, mujeres y hombres componen la "Barra Perra Brava", lo que evidencia la posibilidad de participar en este grupo sin diferencia de edad y género	50
4.4	La bandera inicia su despliegue desde la parte más alta de la tribuna, todos los miembros colaboran para esta actividad	55
4.5	La bandera continúa bajando, sin dejar de ser sostenida de la parte superior y va apareciendo el logotipo del club	55
4.6	Finalmente, desplegada en su totalidad, cubre a todo el grupo, haciendo evidente el festejo del gol	55
4.7	Aficionados debajo de la bandera, despojándose de sus playeras	56
4.8	Como parte del éxito de la práctica, integrantes de la "Barra Perra Brava", invitan a los aficionados del estadio "Nemesio Dies" a unirse al festejo	60
4.9	Aquí podemos apreciar a los hombres con el torso desnudo y compartiendo el espacio con mujeres que no tienen la obligación de despojarse de la playera como parte del festejo	73

Cuando los héroes numerados salen a la cancha, lo que está en juego ya no es un deporte.

Alineados en el círculo central, los elegidos saludan a su gente.

Sólo entonces se comprende la fascinación atávica de fútbol.

Son los nuestros. Los once de la tribu.

Juan Villoro

Introducción

El presente trabajo dialoga con la afición futbolera de la ciudad de Toluca, Capital del Estado de México, para conocer los elementos que conforman la identidad de los espectadores que asisten al estadio de fútbol y cómo se fomenta la integración de los aficionados utilizando a la comunicación -entendida como el conjunto de signos y sentidos que comparte un grupo- como eje de este proceso.

La amplia cobertura que realizan los medios de comunicación masiva han convertido al fútbol en el “deporte rey”, de tal manera que es común escuchar a los apasionados del fútbol hablar todos los días sobre el tema, de domingo a miércoles comentan el partido que se llevó a cabo el fin de semana y de jueves a sábado el partido por jugarse.

En este deporte es posible encontrar a más de veintidós protagonistas (los jugadores), al espectáculo deportivo se suman: el personaje de la taquilla, los comerciantes de alimentos y *souvenirs*, los guardias de seguridad, los medios de comunicación, y quienes le dan calor y algunas veces la emoción a un partido poco atractivo, los actores del drama fuera de la cancha: los aficionados, que como señaló Bromberger, “cumplen tres roles que se combinan y asumen con mayor o menor intensidad en los diferentes momentos del partido: miran, actúan, hacen el espectáculo” (2001a, p.1). Ellos son el sujeto de estudio en este trabajo.

Es cierto que los medios de comunicación se han encargado de llevar este espectáculo hasta la comodidad del hogar. Sin embargo, no se compara la euforia y la emoción que el fútbol crea en las personas que se reúnen en el estadio para

presenciar un partido, y como lo expone Ortiz (2001) “los jugadores en el campo se sienten más motivados y con mayores estímulos cuando ven las gradas repletas de personas que desean ver a su equipo ganar, que cuando el vacío se hace presente” (p.2).

Fabián Estay, un conocido delantero rojo, declaró a la prensa de la ciudad de Toluca la importancia de contar con la afición en el estadio: “La afición del Toluca es única en México. Es una motivación muy importante el hecho de tenerla atrás de nosotros. Ojalá dentro de la cancha podamos seguir brindándole los triunfos que se merecen.”(Citado en Ortiz, 2001, p.1)

Es impresionante ver en un estadio a miles de personas llenas de energía que encuentran en este espectáculo futbolístico una forma de liberar tensiones, gritan al unísono la porra de un equipo, hacen la típica “ola”, cantan el “oe, oe”, bailan sobre las gradas, se quitan la camiseta al caer el primer gol de su equipo, insultan al adversario, apoyan a su jugador favorito, festejan la victoria o lloran la derrota. Alejandro Ortiz periodista toluqueño de la revista “Fútbol Total” sintetiza en una de sus crónicas la entrega de la afición en cada partido, “No importa si llueva, nieve o truene. Al ritmo de cualquier son baila y por aquí y por allá y cuando el gol, a quitarse todos las camisas para mostrar los abultados vientres de la anímica condición perruna”. (2001, p.2)

Según señala Inestrosa (1994) los mexicanos son reconocidos mundialmente por el gusto hacia las fiestas, se reúnen muchas veces sin tener un motivo aparente, se puede decir que es una necesidad; esos momentos de euforia y alegría sustituyen muchos otros de estrés, tristeza y miseria, son una manera de sentirse vivo y disfrutar el instante, liberar tensiones, “es el tiempo de derroche y de la embriaguez, del desgaste y del relajamiento de los patrones sociales de conducta” (p.19) es momento propicio dice Caillois para darse gusto y separarse por un espacio de tiempo de la realidad y sumergirse en un espacio de anonimato que los

engolosina y que les sirve para generar, reforzar o reactivar los vínculos de identidad social (Citado en Inestrosa, 1994, p.19).

El fútbol se ha convertido en una de estas fiestas, en ritual -entendido como el conjunto de prácticas cotidianas y estereotipadas (Bromberger, 2001b)- que sintetiza valores y creencias de las personas que lo viven, el gusto por el fútbol es ante todo una tradición que se transmite de generación en generación y que cobra vida en la celebración de cada partido.

En la afición asistente al estadio puede observarse una transformación conforme avanza el partido, el individuo aislado puede ser incapaz de hablar y mucho menos gritar en público, de actuar agresivamente, de transgredir una norma social, sin embargo al encontrarse rodeado de gente que conforma un grupo por los intereses comunes que los unen, son capaces de eso y mucho más, la personalidad de ese individuo toma un disfraz -la masa- que le facilita explayarse, olvidar las diferencias sociales, no cohibirse y se reprimirse; el carácter de aficionado lo une a los otros y lo identifica.

El problema que aquí ocupa está relacionado con un grupo de aficionados al fútbol, hombres y mujeres que se reúnen cada fin de semana para entregarse en “cuerpo y alma” a su equipo favorito y que han encontrado en esta práctica algo que los hace uno; la pertenencia a la “Barra Perra Brava¹”. Esta historia se desarrolla en la ciudad de Toluca, Estado de México y gran parte dentro del estadio de fútbol “Nemesio Dies”, mejor conocido como “La Bombonera”, casa de los Diablos Rojos del Toluca, equipo de Fútbol de primera división profesional, representativo de esta ciudad.

El constante acercamiento con este fenómeno fue moldeando con mayor firmeza el planteamiento del problema, que se traduce en explicar cómo se conforman identidades grupales utilizando la comunicación como eje de este proceso. Es

¹ Porra ubicada en la localidad de Sol General, frente al tablero electrónico.

decir, “se parte de que la comunicación tiene su fundamento en la interacción de sujetos históricamente situados que comparten un capital simbólico social sobre la realidad, en un proceso de producción – recepción – producción de significados” (Reguillo, 1995, p. 39).

La pregunta que guió este proyecto de investigación se sintetiza en: conocer ¿qué características y rasgos de comportamiento son distintivos del grupo y cuáles son los usos de la comunicación y la apropiación que los sujetos hacen del espacio dentro del estadio de fútbol?

El objetivo general de este trabajo fue conocer y explicar cómo las prácticas comunicativas que produce un grupo de aficionados dan pie a la construcción de su identidad. Y como objetivos específicos: reconstruir la historia de la "Barra Perra Brava", conocer el perfil sociocultural de los integrantes de la barra e indagar los rasgos constitutivos de la identidad del grupo a través de sus prácticas.

Se parte del supuesto de que la conformación de este grupo, sus prácticas, las formas de manifestarse, de comunicarse y los motivos que los reúnen en ese espacio cada encuentro, son elementos que articulan la identidad de este colectivo y que por lo tanto el discurso que plantean los hace diferenciarse del resto de la afición.

La importancia del estudio

El interés que desde hace dos décadas ha orientado la atención de muchos investigadores de las Ciencias Sociales al estudio de las masas urbanas, tiene sus orígenes en el acelerado crecimiento de las sociedades y su mestizaje actual.

La cultura urbana es una materia prima muy rica de la cual se pueden obtener informaciones que permitan conocer la intensidad con la que se vive la vida desde esa dinámica social y sobre todo comprenderla. Descubrir esos otros modos de comunicación que no provienen necesariamente de los medios de comunicación

masiva, que expresan la diversidad y creatividad de las clases populares, como la colonia, la plaza, el estadio.

En documentos recientes investigadores como Galindo (2007) destacan al deporte como un centro de la construcción de la vida contemporánea urbana que comparte créditos con otros sistemas de sentido, como la religión, la política, el comercio, la industria, la ciencia y el arte. Galindo observa algunas ventajas sobre los otros sistemas al cuerpo y a la imagen de la juventud en plenitud y es a partir de ellas que se ha aliado con otros sistemas a través de la historia humana. Hoy en día el deporte “sigue siendo una de las formas de la vida social más presente, que más energía social reúne, que mayor convocatoria establece” (p.2). Paradójicamente agrega Galindo “el deporte no es promovido por las universidades, políticas públicas y privadas de conocimiento como un tema serio de estudio” (p.8).

Partiendo de este escenario el presente estudio es un intento por comprender la forma en que los seres humanos construyen su vida a partir de diversas prácticas, en este caso como aficionados al fútbol, que llegan a convertirse en rutinas y rituales que a la vez nos van enmarcando en un terreno que los diferencia de los demás, su identidad.

Esta investigación pretende sumergirse en las formas, espacios, prácticas de comunicación, que hablan de la complejidad de los procesos de interacción, de los crucigramas que encarnan las sociedades urbanas y que constituyen en la actualidad una muestra representativa del mexicano de este tiempo. Asimismo busca reconocer relatos urbanos, generadores de una memoria cultural clave en el proceso de indagación de lo social y que Barbero denomina como intercambio simbólico (Barbero, 1994).

Finalmente se pensó estudiar a los sujetos activos y protagonistas del diario proceso de construcción de lo cotidiano con la finalidad de aportar al campo de la comunicación un ejemplo de la representación de la cultura urbano-popular.

Metodología

De acuerdo a la naturaleza del objeto de estudio, el análisis de las prácticas de la “Barra Perra Brava” se fundamentan en el trabajo de campo, se realizó un corte transaccional que comprendió de enero a junio de 1998, utilizando una estrategia metodológica de carácter descriptivo-interpretativo, se seleccionaron técnicas cualitativas como la entrevista dirigida a informantes clave de la “Barra”, la observación participante y no participante, el análisis de contenido apoyándonos en la hermenéutica colectiva, al mismo tiempo se echó mano de una herramienta cuantitativa (sondeo) que proporcionara un primer acercamiento al objeto de estudio.

La estructura de este texto está organizada en cinco capítulos, en el primero el lector podrá conocer sobre la historia del fútbol y el contexto de este deporte en el Estado de México, particularmente en la ciudad de Toluca. La segunda parte está dedicada a plantear los antecedentes de estudios similares desde distintas miradas y el marco teórico que sirvió de cimiento para el análisis y la interpretación de los datos a partir del desarrollo de conceptos tales como la construcción identidad, el deporte como una forma de comunicación, la ciudad como escenario, las prácticas sociales, entre otros.

El capítulo tres es una muy breve descripción de las técnicas metodológicas utilizadas para la recogida de los datos que van desde la observación participante y no participante, la entrevista, el trabajo colectivo de interpretación de entrevistas a partir de una técnica hermenéutica y la aplicación de un sondeo sociodemográfico.

En el capítulo cuatro se presenta al sujeto de estudio a partir de la producción y reproducción de ciertas prácticas comunicativas por lo que se realiza una descripción y análisis de distintos indicadores como la estructura del grupo, el protagonismo, la implicación de la familia como promotora de la afición a un equipo de fútbol, la identificación con la ciudad, las gratificaciones que se

encuentran en la producción de dichas prácticas, todo esto obtenido en el trabajo de campo y las entrevistas realizadas.

Finalmente en el capítulo cinco se presentan las conclusiones organizadas a partir de los tres indicadores que se consideraron los más relevantes, la apropiación del espectáculo futbolístico desde las tribunas, el protagonismo a partir de la originalidad de sus prácticas comunicativas y la incondicionalidad hacia el equipo, por último un apartado de recomendaciones hacia la producción de este tipo de estudios desde la mirada comunicológica.

CAPÍTULO I

Breve historia del fútbol

1.1 El fútbol, un poco de historia

Para el desarrollo del siguiente apartado se parafrasean datos del trabajo periodístico “Crónica del Fútbol Mexicano” (Villoro, 1998). En sus inicios el fútbol fue un deporte reservado a la élite, se jugaba en canchas impecables.. Sin embargo, este deporte fue acaparado por las clases populares, inmigrantes, desempleados y obreros, el fútbol fue entonces un instrumento mediante el cual se articularon vínculos de clase, étnicos y de vecindad, al mismo tiempo que integraba dichos elementos a una naciente identidad nacional.

Esto convirtió al fútbol en un ritual, en el que se dramatizan las nuevas relaciones sociales de una nación, vinculando los valores serios y universales de libertad e igualdad con la estética formadora de una identidad propia, dotada de elementos festivos e irreverentes de la cultura popular, nada que ver con los “*gentlemen*” de sus inicios.

Al respecto, Villena (2003) puntualiza:

la difusión del fútbol ha estado (...) estrechamente relacionada con otro fenómeno coetáneo: la difusión y exaltación de la forma moderna de comunidad política, esto es, la constitución de los estados-nación. (...) Con el transcurso de los años, el fútbol adquirió en muchos países –es el caso de los países de América Latina continental, con algunas excepciones, como Nicaragua– el carácter de una tradición y pasión nacional y, en consecuencia, de un acontecimiento simbólico de profundas implicaciones geopolíticas, llegando a ser considerado incluso como una forma de guerra ritual (p.258)

La historia del fútbol tiene su antecedente en Inglaterra el 8 de diciembre de 1863, cuando el “*rugby-football*” y la “*association football*” separan sus caminos, fundándose entonces la Asociación de fútbol más antigua, registrada.

Es difícil distinguir con claridad en toda la historia el origen del juego, pues se han encontrado más de media docena de juegos con un aspecto similar. En China en los siglos III y II antes de nuestra era se manifiesta un antecedente, el “Kemari” japonés, registrado 500 a 600 años después y que aún se juega, en Italia el “Harpastum” romano, en este juego participaban dos equipos, un balón chico, un terreno rectangular, limitado con líneas de marcación y dividido con una línea mediana, el público los incitaba con gritos, este deporte fue muy popular entre los años 700 y 800, mismo que fue introducido a Inglaterra, aunque se duda que sea el precursor de lo que ahora conocemos como fútbol, que sin duda este último tuvo su origen en Inglaterra y Escocia.

Según Villoro (1998) por muchos años el fútbol no era un deporte bien visto, incluso era prohibido por su alto grado de violencia, tumultos, impetuosidad, hasta llegó a ser causa de cárcel, por el ruido que ocasionaba. Sin embargo a pesar de 500 años de prohibirlo el fútbol no desapareció, a finales del siglo XIX este deporte gana terreno principalmente debido a los colegios privados “public schools”, y fue en este ambiente donde se renovó y refinó.

Para 1872, el fútbol era un deporte organizado en Inglaterra y era sorprendente ya el número de aficionados que acudían al espectáculo, con el paso de los años llegó el asunto del profesionalismo y con ello el pago a los futbolistas. El fútbol empezó a expandirse por todo el mundo, Holanda y Dinamarca (1889), Argentina (1893), Chile, Suiza y Bélgica (1895), Italia, Alemania, Uruguay (1900), así sucesivamente y en 1904 se funda la Federación Internacional de Fútbol Asociación, (en adelante FIFA) para 1930 se contaba con 36 asociaciones y se lleva a cabo el primer campeonato mundial.

Actualmente la FIFA cuenta con 146 asociaciones en todo el mundo, aproximadamente 300 mil clubes, de los cuales 200 mil se encuentran en Europa, y juegan unos 600 mil equipos con 16 millones de jugadores que participan regularmente.

En México se practica el fútbol desde hace más de 100 años, apareció también rodeado de fragancias a lavanda y *whisky*. Fueron precisamente los ingleses quienes en 1900 organizaron e inauguraron este deporte en México, creando el Pachuca Athletic Club. Sin embargo, los españoles radicados en México son quienes le dieron mayor impulso, marcando una nueva época, en la que se rompió de manera definitiva el “aristocrático cascarón inglés”.

Con la proliferación de este deporte en las calles de muchas ciudades, los jugadores se vuelven figuras públicas, todos querían convivir o retratarse con ellos, inclusive personajes de la política de ese entonces. Pero la afición mexicana estaba cansada de ver ganar a los españoles con su Club España, no había equipos que se le impusieran, y es hasta que el Club América, formado sólo por mexicanos, hizo que los orgullosos aficionados nacionales volvieran a los estadios. Así fueron surgiendo clubes en todo el país, deseosos de llegar a ser campeones en la liga de la Primera división.

Hacia 1916, afirma Villoro (1998) llega el virus del fútbol a los barrios pobres de las ciudades, donde se jugaba descalzo, se improvisaban las canchas, nada impedía la práctica, y es precisamente este año, cuando el Club Atlante hace su arribo a los estadios, y con él miembros de la clase obrera en las tribunas. En sus inicios, a falta de gradas en los estadios, la gente ponía sillas alrededor del campo y presenciaba los partidos tomando té o *whisky*, para 1917 se construyeron las primeras tribunas de madera en el estadio en la sombra y colocaron un sencillo barandal, con el que se pretendía distanciar al público de los jugadores.

El fútbol no siempre ha sido el deporte más popular de México. A fines de los años 20 el beisbol y la fiesta brava, le disputaban el sitio. Fue a principios de los años 30 cuando empezó a tener más presencia. Y en los 40's, se convirtió en el deporte de las mayorías, los aficionados ya entonces causaban grandes malestares en las calles de las ciudades.

“El gran protagonista del fútbol mexicano, es el público, gracias a su gozosa capacidad de oponerse a la evidencia, ninguna tempestad le arruina el carnaval” (Villoro, 1998, p.8)

Debido a la forma en que este deporte ha permeado a las multitudes, el presente estudio se enfocó en reflexionar sobre el fenómeno que implica ser aficionado, la construcción de la identidad del mismo a partir de las prácticas comunicativas que se manifiestan en su rol como espectadores.

Para el caso de Colombia, al respecto Vélez comenta:

El fútbol logra cohesionar a la humanidad en una comunidad de sentido cuya expresión se hace cada vez más uniforme (...) El fútbol activa los nexos de identidad y de pertenencia a un grupo y parece uniformizar, por el grito y el canto, la esperanza o la frustración, minimizando las diferencias socio-políticas y de género. (Velez, 2006, p.1)

1.2. Los inicios del fútbol en Toluca

La ciudad de Toluca, industrial por tradición al mismo tiempo la capital administrativa del Estado de México, es reconocida nacionalmente por su chorizo almendrado y el típico de color verde, elemento culinario de identidad, tanto que al propio equipo de fútbol local le conocen como los “chorizeros” del Toluca.

Tiene una extensión territorial de 21 196 km² y una población de acuerdo a los datos del INEGI (2000) de aproximadamente 13 millones de habitantes, es decir el 13.4% del total de la población del país, el clima de la ciudad es templado sub húmedo con lluvias en verano y una temperatura entre los 10 y 16 °C.

Las condiciones climáticas son la causa de la poca o nula atracción turística que tiene la ciudad, en contraste con municipios como Metepec, Valle de Bravo, Ixtapan de la Sal entre otros, que por su diversidad cultural y clima llaman la visita

de turistas, por lo que Toluca es una ciudad poco atractiva para los visitantes, a menos que vengan a hacer negocios.

Son pocos los lugares de entretenimiento, cines, bares y centros nocturnos los más concurridos, el deporte y principalmente el fútbol amateur o de llano afiliado a ligas estatales¹ y clubes de fútbol son los pasatiempos más comunes, como se puede constatar en la información proporcionada por INEGI para el año 2001.

% de asistentes	Actividad
0.3	teatrales
0.0	danza
1.6	musicales
94.4	deportivos
2.1	recreativos
1.6	taurinos
0.1	otros
Equivalen a: 381, 857 asistentes	

Tabla No.1 Estadísticas entretenimiento y deporte en el Estado de México INEGI, 2001

Es así como habitantes de todas las clases sociales, tienen acceso a esta práctica, en la cual algunos, juegan y otros, los más se entretienen viendo desde atrás de la raya a su equipo. Son estos últimos los aficionados, las personas en los que se centra este trabajo.

En la publicación oficial del Deportivo Toluca Fútbol Club denominada “Diablo Manía” bajo la dirección editorial de Mauricio Garduño Romero, se relata la historia del Deportivo Toluca y los triunfos de la camada roja: los hermanos Román y Gerardo Ferrat, junto con Filiberto Navas, con la finalidad de darle difusión al Estado de México, fundan el 17 de marzo de 1917, el Deportivo Toluca, el equipo rojo inicia su trayectoria en la segunda división y es hasta el 18 de enero de 1953 cuando asciende a las filas de la Primera división profesional.

¹ Para el año 2000 se registraron 55 ligas con un total de 32,000 jugadores. Fuente. Federación Mexicana de Fútbol en el Estado de México. Es importante anotar que en ese año la población del Estado de México era de 14,000,000 de habitantes.

En 1966 con la contratación de Ignacio Trelles, el equipo empezó a ser protagonista, en tres ocasiones el Toluca dijo: "La Corona es nuestra". La primera vez en 1966-1967, al año siguiente 67-68 con algunos refuerzos, se logró la victoria, y con el equipo llamado "El cangrejo rojo", criticado por su estilo defensivo, donde el Matosas, Torres Salinas, Hugo Eugui, y el "Diablo Mayor" Vicente Pereda, con un fútbol de disciplina y talento consiguieron por tercera ocasión en 1975 que el grito de ¡Toluca, Toluca! retumbara en La Bombonera. Tres estrellas de victoria permanecieron durante 23 años sobre el escudo rojo, hasta el 10 de mayo de 1998.

Desde muy temprano, taqueros, comerciantes, vendedores en general, sabían que un triunfo significaba un ambiente de fiesta que propiciaba la adquisición de objetos -banderas por doquier, disfraces para que los niños se vistieran de diablitos- que reforzaban el sentido de la convivencia en torno a un símbolo, y permitía entablar una conversación entre extraños, algo que parece construcción de todos: su equipo de fútbol.

Ramírez aborda dicho fenómeno:

El espectáculo deportivo cumple un doble papel: paradójicamente integra y divide. Por un lado vincula, con un renovado sentido de pertenencia, a personas de las más diferentes condiciones (económica, cultural, social, intelectual, racial). El individuo, al pertenecer a un mismo grupo de seguidores, renueva su condición de ser social y asimila su individualidad al ser colectivo. El triunfo de la selección nacional del país es una ocasión para afirmar su sentido de pertenencia. Por otro lado, es un medio de expresión dramática de las tensiones entre grupos y regiones, de las divisiones sociales más significativas (citado en Alabarces, 2003, p.111)

El periódico *El Sol de Toluca*, prensa local, colocaba en su primera plana "Todo Toluca, en un sueño colectivo", la final del torneo del verano '98, quedaba en los pies de dos equipos, el Necaxa, equipo capitalino y los Diablos Rojos del Toluca, los súper líderes del torneo, éste último, con una desventaja de dos goles en el

juego de ida, se logró sobreponer y terminaron 6 - 4 marcador global. El diablo andaba suelto e hizo de las suyas.

Desde las tribunas el “sí, se puede” emotivo, nadie se movía de sus lugares, la caldera ardía como nunca y al final, el “sí, se pudo” no dejaba de escucharse con gran fuerza dentro y fuera del estadio. (Naime, 11 de mayo de 1998)

Toda la ciudad era fiesta, “ganamos, somos campeones” se escuchaba por las calles de la ciudad. ¿Qué hubiera pasado si se perdía, dirían acaso: perdieron, donde los culpables son los otros y no la ciudad entera, que apoyó al equipo de manera incondicional en sus triunfos consecutivos?

CAPÍTULO II

La base teórica de la que se parte

En el siguiente apartado se presenta una serie de referencias sobre el estado de la cuestión y los apuntes teóricos que sirvieron de base para el desarrollo de este ejercicio investigativo. Cabe destacar que fue un trabajo de varios años, un recorrido por las diferentes miradas en torno al fenómeno aquí estudiado, el fútbol.

2.1 Antecedentes de estudios similares

2.1.1 Fútbol, identidad urbana y usos de la comunicación

Como señala Signorelli (1999) hace dos décadas las ciudades se veían como desprovistas de carácter cultural, se les declaraba espacios de enajenación y homologación, pero la propia evolución de los estudios han generado nuevos enfoques y modos de ver y analizar estos escenarios urbanos. En las ciudades se viven realidades múltiples, sus habitantes entran y salen continuamente de roles diversos, de relaciones sociales breves, impersonales, superficiales; han aprendido a ser explotados por las ciudades pero también a usarlas y a transitar en ellas, esta morfología urbana desprovista de límites es lo que lleva a pensar en el presente trabajo en la dinámica de las identidades urbanas.

¿Qué es lo que les hace parte de la ciudad?, ¿por qué dicen que son de “tal lugar” y no de otro? Las ciudades, debido a su magnitud, se han considerado espacios de tensión, faltos de vivienda, servicios, empleos, lugares contaminados; la salud mental se ha vuelto un tema social importante debido al ritmo de vida que lleva la gente, pero también tiene otro rostro, que es el de ser instrumento de libertad y creatividad.

Identidades flexibles es lo que permiten las ciudades, ya que como expone Giménez (2002) permiten un “margen de maniobra”, y este trabajo intentará adentrarse en la construcción de la identidad urbana y los usos de la

comunicación en el espectáculo futbolístico, enmarcado por la corriente de los estudios culturales. (2002, p.47)

La corriente que desde inicios del siglo XIX comenzó en Inglaterra con los llamados estudios críticos, analizó la cultura a través de la literatura considerada símbolo y transmisor de las representaciones de la filosofía de las clases medias (Mattelart y Neveu, 2004, p. 19).

En 1931, bajo la dirección de Horkheimer, cambia la orientación: en lugar de dedicarse exclusivamente a estudios marxistas como fue originalmente, se programan investigaciones interdisciplinarias. El predominio será de la filosofía. Se sumarán Fromm, Adorno, Marcuse, entre otros, dando lugar a la que fue llamada "teoría crítica". Conocida como la Escuela de Frankfurt, su "segunda generación" estuvo representada por Jürgen Habermas, Claus Offe, Oscar Negt, Alfred Schmidt y Albrecht Wellmer, principalmente.

El reconocimiento institucional de los estudios culturales se da a partir de la década de los sesenta del siglo XX con Hoggart, Williams, Thompson y Hall, quien inicia los estudios enfocados al receptor. Por otra parte se asoma a la agenda el término de resistencia, (en un orden impuesto por el capitalismo como sistema) y aparece por primera vez el término "mediación" cultural y moral, de acuerdo al sistema de valores preponderante y considerado un silencio en la teoría de Marx (Mattelart y Neveu, 2004, pp.40-41).

Entre los principales temas atendidos a partir de los sesenta estuvieron el género, la etnicidad, la sexualidad, los modos de constitución del colectivo y la estructura subjetiva de la identidad. De esta manera:

Se trata, siempre, de abordar lo social por debajo, de observar la cotidianidad de los sectores populares. Los estudios culturales nacen del rechazo del legitimismo, de las jerarquías académicas de los objetos notables e innobles. Se fijan en la aparente trivialidad de la publicidad de las emisiones de entretenimiento, de las modas

indumentarias. El estudio del propio mundo popular se detiene mucho menos en las heroicas figuras de los dirigentes que en la cotidiana sociabilidad de los grupos o en el detalle de los decorados, prácticas y costumbres. (Mattelart y Neveu, 2004, p. 60).

Paralelamente los estudios culturales fueron abordados por diferentes corrientes, tanto en Alemania, Inglaterra y en Italia, siendo su principal promotor Antonio Gramsci desde el estructuralismo y su decodificación de textos, hasta el funcionalismo, poniendo especial atención al estudio de la influencia de los medios masivos en la receptividad; las teorías se enfrentaban en los análisis sociales y culturales.

Hacia 1980 los estudios culturales dan un giro etnográfico, los grupos de enfoque son la novedad y los temas cambian un poco, la ciudad empieza a tener un lugar importante así como el consumo y la identidad. Este replanteamiento se debió principalmente a la globalización económica, la dinámica de las sociedades industriales, la fuerza de las migraciones y los procesos de homogenización y diferenciación. Aunado a esto, la Open University, fundada en 1970, favorece el acceso a las universidades de los jóvenes en los setenta y estos nuevos públicos se dibujan más críticos y escépticos con respecto a los valores y rituales del mundo académico; paralelamente con los llamados polytechnics favorecen notoriamente el desarrollo de los estudios culturales y consolidan la disciplina. (Mattelart y Neveu, 2004)

La escuela latinoamericana, por su parte, contribuyó de manera importante en este ámbito, los trabajos que marcan el recorrido han sido desarrollados principalmente por teóricos como García Canclini con el concepto consumo cultural, Martín Barbero con mediaciones y el uso social de los medios, Jorge González con frentes culturales, Guillermo Orozco con estudios de recepción, y Rosana Reguillo con identidad y usos de la comunicación, todos ellos han trabajado con y desde la cultura popular y de masas. (Mattelart y Neveu, 2004)

En Introducción a los Estudios Culturales de Mattelart y Neveu, García Canclini sostiene que el desarrollo de estudios culturales específicos en Latinoamérica tiene el mérito de proporcionar una herramienta multidisciplinar para explorar las relaciones regionales entre el folklore, lo rural y lo indígena, lo urbano y los medios de comunicación así como las intersecciones de estructuras sociales y tradiciones (Murphy, 1997 citado en Mattelart y Neveu, 2004). Entre los temas abordados en los últimos años desde la perspectiva de los estudios culturales están las fiestas tradicionales, las bandas y agrupaciones juveniles, el consumo en centros comerciales y mercados, los videojuegos, los conflictos indígenas y la recepción televisiva. Entre los objetos de estudio emergentes se encuentra el deporte, que como fenómeno social ha atraído la mirada no sólo de los deportistas, aficionados, empresas que se publicitan y de los medios de comunicación, sino también de estudiosos de diversas partes del mundo.

Es así como a pesar de que en las ciencias sociales el deporte y particularmente el fútbol no ha sido tomado como un tema relevante o serio, el panorama ya no es tan desolador como en sus inicios gracias a las contribuciones de los estudios que lo han valorado desde diferentes perspectivas. Entre los autores más sobresalientes se puede mencionar a Huizinga J. (1972) con su obra *Homo Ludens*; Gherard Vinnai (1973) con *El fútbol como ideología*; Ian Taylor (1978) con *Football Mad*; Roger Ingham (comp. 1978) con *Football Holliganism*. Cada uno de estos autores contribuyó a fortalecer la investigación de los deportes desde una perspectiva social. (Elias y Dunning, 1995, p. 10)

El interés en el deporte y, sobre todo en el fútbol, se relaciona con el auge creciente que los estudios culturales tienen en la región en los años noventa, donde el estudio de la cultura, las identidades, los imaginarios y las representaciones adquiere un lugar cada vez más preponderante.

Una obra que ha servido de referencia para diferentes estudios sobre deporte es la titulada *El deporte en el proceso de la civilización*, realizada por Norbert Elías y

Eric Dunning (1995). En 1997 el sociólogo inglés M. Jacques, argumentaba que “el fútbol podría considerarse la práctica cultural dominante a escala global de la década de los noventa, tal como el rock lo fuera en los años sesenta y setenta” (citado en Villena, 2003 p. 257).

En América Latina uno de los autores que inició el análisis del tema futbolístico en su vínculo con la sociedad, y siguiendo la huella a lo que sucede entre las aficiones locales, fue Roberto Damatta, quien a finales de los años setenta publicó un trabajo que tuvo enorme repercusión para los estudiosos de la región. El trabajo, “Esporte na Sociedade: un ensaio sobre o futebol Brasileiro” fue publicado en: Universo do futebol: Esporte e Sociedade Brasileira, en 1982. El autor cuestiona la perspectiva que ubica al fútbol como “opio de los pueblos”, proponiendo en cambio que el juego fuese visto como un “drama social”: un ritual a partir del cual se expresan códigos, valores y actitudes que se relacionan con esferas más amplias de la sociedad (Citado en: Oliven, 2001, p. 44).

En ese tenor, Dal Lago afirma que “la singularidad del juego (en el campo y en las tribunas) está dada porque éste asume metafóricamente temas centrales de la vida cotidiana, como son la justicia, participación, visibilidad”, entre otros, y “exige de los participantes una toma de posición frente a lo que se podrían considerar auténticos dilemas morales en pos de una resolución metafórica de conflictos procedentes de la estructura social”. (Citado en Ferreiro, 2003, p.64)

El enfoque que ha analizado al fútbol como una arena simbólica para comprender y leer fenómenos sociales de la realidad latinoamericana, ha tenido eco en diversos autores, entre ellos Ramírez Gallegos (2002), quien desde el contexto ecuatoriano sostiene:

El fútbol es un lugar, un espacio, un filtro, un espejo idóneo para observar dichas relaciones, contraposiciones y afianzamientos de identidades locales, regionales y nacionales, de tal manera que los fenómenos sociales existentes en el fútbol – violencia, racismo, machismo, pandillerismo o regionalismo– no son situaciones y

consecuencias atribuidas del deporte como tal sino que, por el contrario, son expresiones sociales existentes en nuestra cotidianeidad y que se hacen más visibles y notorias en los escenarios deportivos (p. 101).

En la medida que se ha dimensionado desde lo académico la importancia que el fútbol tiene más allá de las canchas, diversos estudios se han orientado a comprender mejor el significado del fútbol en el ámbito social. Algunas propuestas han analizado este deporte como una manifestación de nacionalidad, de masculinidad, de negociación de códigos de honra, de fiesta, de arte, de espectáculo, de juego, de profesionalismo y como proyecto de ascenso económico, entre otros (Ramírez Gallegos, 2002).

Un planteamiento que subyace a esta serie de estudios es el que busca discutir los motivos por los cuales el fútbol moviliza sentimientos tan profundos en las personas, sean simpatizantes, fanáticos o jugadores, como lo proponen Oliven y Ariel Damo (2001) en *Fútbol y cultura*. Frente a ello, Angelotti (2004) sugiere que la raíz de la identificación de los sujetos con su club puede comprenderse siempre que consideramos que los equipos en juego “son mucho más que once jugadores”: son el barrio, la escuela, la ciudad, el país donde pertenece el equipo en disputa, generando en cada enfrentamiento una batalla simulada entre estas colectividades (pp.7-8)

2.1.2 Fútbol, entre la nación y los medios masivos

Villena Flengo (2003), considera que el fútbol se constituyó en una arena pública, en mucho ritualizada, en la que se (re)producen contenidos y principios generativos de percepciones y representaciones acerca de lo que los diversos sectores sociales definen como característico de “lo nacional” en las dimensiones de lo estético y lo moral; mucho de ello, apunta, provocado por la entusiasta –e interesada– labor de los medios de comunicación masiva.

Desde el punto de vista de Pablo Alabarces (2006), los medios de comunicación describen una instancia imaginaria, el deseo de nación en cada sociedad:

En realidad, volviendo atrás, (los medios) confirman la tesis de Lechner que García Canclini criticaba duramente: los medios —que deben responder al deseo, porque no pueden inventarlo— responden con aquello que tengan más a mano (p. 12).

En ese sentido, Protzel (1994) considera que quizá la gran contribución de la mass-mediación a este deporte sea la de construir, por un lado, imaginarios futbolísticos, conjuntos de percepciones, recuerdos y estados de ánimo, y por otro, un discurso, con formas de razonamiento y una retórica aceptada e incorporada al léxico común:

Presencia gravitante además porque el juego corriente de este deporte por cientos de miles de niños, jóvenes y adultos tiene de un modo u otro como referencia a los medios. El nexo entre la práctica propia y la simpatía inspirada por el espectáculo logran una concreción por definición impensable en otros géneros de la comunicación (p.5).

La vinculación horizontal que se da en estos espacios ha dado paso incluso al uso del concepto de 'comunidades imaginadas' de Benedict Anderson (1991) —que el historiador inglés usa al analizar la formación de las naciones modernas- para describir los vínculos identitarios de las hinchadas futbolísticas de clubes y naciones.

Dentro de los estudios destacan en Argentina los trabajos de Pablo Alabarces con sus obras *Cuestión de pelotas: fútbol, deporte, sociedad y cultura* (1996), *Fútbol y patria* (2006), *Futbologías* (2003) y *Peligro de Gol: Los estudios sobre deporte y sociedad: Objetos, miradas, agendas* (2000), en donde analiza el peso de este deporte en la constitución de la identidad y la subjetividad, donde esta práctica:

(...) se sobreimprime a situaciones identitarias clave: la socialización infantil, la definición de género —especialmente, la masculinidad—, la conversación cotidiana (y) la constitución de colectivos (Alabarces, 2000, p. 12)

Fábregas Puig (2006), uno de los pocos autores que ha abordado el tema desde el contexto mexicano sostiene que el deporte se presenta como un factor no sólo importante sino protagónico en la elaboración de las actitudes nacionalistas en contextos diferentes, razón por la que subraya la necesidad de reflexionar acerca de su papel en la introducción de los nacionalismos y la formación y consolidación de los Estados Nacionales y aún, de los regionalismos. El autor expone cómo en México el fútbol está siendo cada vez más importante en abrir los ámbitos de expresión de las identidades de barrio, regionales, locales y nacionales (p. 5).

En *Lo sagrado del rebaño, El fútbol como integrador de identidades*, Fábregas (2001) propone descubrir aquellos ángulos desconocidos de la conducta humana en general y del proceso cultural en concreto, con la finalidad de crear conocimiento acerca de uno de los mecanismos de movilización social más eficaces de nuestra época: el fútbol. A lo largo del texto explica cómo los miles de seguidores que el Guadalajara tiene en el D.F. lo son porque ven en el equipo un símbolo de la nación y de lo popular mexicano constituido en parte por lo tradicional tapatío el tequila, el mariachi, la birria, las tortas ahogadas y la charrería.

En contraste, afirma Fábregas (2001) la mayoría de seguidores del Atlas, el otro equipo de fútbol con sede en Guadalajara, son jóvenes portadores de una identidad alternativa, donde domina el símbolo burgués, que incluso, incorpora símbolos de fuera como la apropiación de elementos argentinos como el Che Guevara, entonces ya no se hacen llamar porras sino barras como en aquel país ello asimila a esta “otra identidad tapatía”:

Es así como el sentimiento de identidad simbolizado en un equipo de fútbol, uno de los mecanismos que admiten la conjugación de grupos religiosos disímiles, o de

clases sociales diferentes y aún en conflicto, en un sentimiento común. La variedad humana encuentra en un equipo de fútbol a un mecanismo de integración y de sobreposición de las diferencias (Fábregas, 2001, p. 7).

Diversos autores exponen cómo este potencial integrador del espectáculo futbolístico se ve limitado frente a la creciente comercialización del deporte, de tal manera que estaría dejando de ser una práctica desinteresada y lúdica para asumir el carácter de una pujante rama en la industria del entretenimiento, sobre todo mediático, “con los consecuentes problemas de alienación del trabajo, expropiación del tiempo libre y aspectos similares”, subraya Villena (2003a, p. 22).

Académicos de distintas latitudes coinciden en que la industria de los medios masivos de comunicación ha aprovechado ampliamente la fusión del nacionalismo y el fútbol, que tiene su trinchera más importante en las copas mundiales de fútbol y que en palabras de Villena (2003a), esto “permite que los medios aumenten su audiencia, los patrocinadores incrementen sus ventas y los políticos capitalicen la ficción de la participación que embarga a todo jugador número doce, equivalente deportivo del soldado desconocido” (pp. 259-260).

Villena (2003a) explica que esta “creciente mediatización del consumo cultural en el plano futbolístico, está siendo favorecida por cuatro factores tendenciales: el desarrollo tecnológico en el campo de la comunicación y la emergencia de una cultura mediática-postmoderna; la urgencia de controlar la violencia fuera de los campos de juego y la desterritorialización del fútbol” (p. 262).

Por lo anterior, Beatriz Vélez (2008), en *¿Ciudadanos o clientes? Fútbol espectáculo y sociedad en Colombia*, subraya cómo más allá del contenido humano de las expresiones colectivas de goce de la afición, es necesario preguntarse por el papel que juega la industria cultural en la consolidación de esa comunidad de sentido que acarreada por el fútbol, atrapa a todo el planeta en el mismo fervor por jugadores, clubes y entrenadores “reconocidos”, e induce a

concebir formas de adhesión y de expresión de sí-mismo, que considera, muy uniformes. Según Vélez (2008):

El fútbol activa (...) en un mismo tiempo el fervor de sus seguidores y la racionalidad de quienes lo aprovechan para ingeniar los más diversos negocios..., lo cual enseña que ese juego (fuente universal de símbolos) puede ser reducido a un instrumento de producción de riqueza y de beneficio de grupos privados como deporte-espectáculo. (p. 183).

La autora expone que en Colombia el fútbol ha invadido la vida cotidiana, y comienza a perturbar la dinámica familiar y a determinar el orden de la vida diaria de la población, lo que la lleva a preguntarse en qué medida el fútbol podría fortalecer la idea moderna de que la identidad colectiva se materializa por el ejercicio de la razón, la preponderancia de la responsabilidad, el actuar correctamente? y “¿En cuánto, el estímulo a seguir el fútbol contribuiría al aprendizaje de los agentes en prácticas sociales democráticas, tan escasas en la historicidad colombiana?” (p. 185).

Como señalaban Calderón y Szmukler desde finales de la década de los noventa, se observa una ruptura de los procesos de integración social de las sociedades dependientes, fundamentalmente por el doble juego de la multiplicación de las desigualdades –que erosiona el sentido de pertenencia y las identidades sociales– y el relevo de las funciones estatales por parte del mercado, que sin embargo no se plantea la inclusión de *ciudadanos*, sino exclusivamente de *consumidores* (Citado en Alabarces, 2006, p. 5).

Desde una preocupación similar, Rubín de Celis (1995) busca definir el impacto social, político y comercial que la práctica del fútbol genera en el escenario internacional. La autora indaga en torno a los aspectos socializantes e integradores del deporte, demostrando la importancia que esta actividad adquiere en la actualidad y cómo este fenómeno social fue (y es) utilizado como mecanismo

de control político, como un reflejo de las actividades sociales y las políticas públicas de una nación, en este caso la mexicana.

En otro orden de ideas, Fernando Huerta Rojas (1999) desarrolla un estudio preguntando por la relación entre la condición masculina y el deporte en México. Huerta sostiene que el juego, como actividad lúdica, posee numerosos elementos de carácter ritual, competitivo, simbólico; aunque, considerado como deporte, contiene otros elementos que lo convierten en un espacio en el que se reproducen las estructuras, los sistemas y las instituciones sociales, la desigualdad social, cultural, política, económica y genérica.

Siguiendo los fundamentos expuestos por Villena (2003b) se observa que la premisa que prevalece en los estudios mencionados (y en gran parte de la producción realizada en América Latina), es que el deporte en la práctica cotidiana cumple funciones sociales que trascienden su carácter lúdico de “entretenimiento”, convirtiéndose en un integrador social, un ritual comunitario, un formador de barreras sociales, un espacio comunicativo en el cual se entrecruzan múltiples discursos verbales, gestuales e instrumentales (gráficos, sonoros, etc.), un canal de movilidad social ascendente, un difusor de corrientes ideológicas hegemónicas, una industria del entretenimiento, un promotor de la nacionalidad y de homogeneización cultural, y una arena pública y simbólica.

América Latina prevalece como problema de estudio “el proceso de formación de identidades socioculturales en el marco de los espectáculos futbolísticos”, tendencia que se muestra desde los trabajos realizados por Roberto Damatta y Eduardo Archetti. Esta perspectiva, según sostiene Villena (2003b), podría responder a un posible sentimiento de pérdida de identidad, producto de las transformaciones que el proceso globalizador está provocando en el continente americano.

Es así como a través de este estudio se pretende analizar el contexto de la práctica futbolística en Toluca, partiendo de la premisa que en el ritual futbolístico existen dos contiendas, la que se realiza en la cancha y la que se da en las tribunas, donde los aficionados vía identificación con los jugadores se transforman en actores del espectáculo (citado en: Ramírez, 2002, p.4).

Con ello se busca conocer cómo se conforma la identidad colectiva a través de este tipo de práctica cultural y de qué manera se fomenta la integración de los aficionados utilizando a la comunicación como eje de este proceso –entendiendo por comunicación el conjunto de signos y sentidos que comparte un grupo–, y de manera particular describir en el ámbito futbolístico la configuración de convergencias entre un equipo de fútbol y su grupo de seguidores.

2.2 Una perra atrapada en la teoría

Las referencias teóricas que aquí se presentan permitieron armar una estructura conceptual para acercarse al tejido social que aborda el presente estudio: la “Barra Perra Brava” e identificar los sentidos que se manifiestan en el discurso de este sujeto “socializado” en palabras de Berger y Luckman (1997), que surgen de sus estructuras de conciencia, es decir, de las maneras en que los sujetos perciben sus relaciones con otros sujetos, situaciones y consigo mismos. Ubicados desde la dinámica urbana como escenario donde se produce y reproduce ese modo de ser y pensar, haciendo énfasis en las prácticas comunicativas que escenifica, se pretendió desarrollar un esquema para comprender el fenómeno estudiado.

2.2.1 Consideraciones conceptuales para entender a la “Barra Perra Brava”

2.2.1.1 El deporte un modo de comunicar

Uno de los propósitos de este trabajo es visualizar a la “afición al fútbol como integrante de un proceso urbano de comunicación cuyos rasgos se han ido transformando conjuntamente con las culturas y la evolución de las ciudades (...). Desde este modo urbano de comunicar –el deporte–, se reflejan diferentes

identidades no sólo practicándolo o viéndolo, sino erigiendo al equipo preferido en símbolo de afirmación de diferencias” (Protzel, 1994, p.1).

Se habla de un espacio denominado *deporte*, ámbito movilizador de multitudes, actividad recreativa que se practica o se observa y que para el espectador puede servir para liberar quizá, las tensiones por sobre esfuerzo:

La escenografía del deporte como la de otras actividades recreativas, está diseñada para despertar emociones, evocar tensiones en forma de excitación controlada y bien templada, sin los riesgos y tensiones habitualmente asociados con la excitación en otras situaciones de la vida; o sea, una emoción “mimética” que puede ser agradable y producir un efecto liberador y catártico, bien que la resonancia emocional del diseño imaginario contenga, como suele ocurrir, elementos de ansiedad, miedo o desesperación (Elias y Dunning, 1995, p. 64).

El fútbol es un escenario desde donde se generan múltiples discursos y se producen relaciones muy concretas, que le imprimen un colorido particular a la fiesta futbolística. La afición en este espectáculo tiene un amplio margen para transmitir lo que siente a través de diferentes medios, dentro de su escenario imaginario emprende la batalla.

En la vida cotidiana los sujetos difícilmente captan la atención de otros o tienen algún acontecimiento excitante, sin embargo, como aficionados, como multitud, son poderosos y es precisamente en las actividades recreativas que están asociadas al ocio y al tiempo libre -tiempo no asalariado- donde los sujetos tienen la oportunidad de hacerse visibles. (Elias y Dunning, 1995 p. 74).

Elias y Dunning (1995) hacen una clasificación preliminar de las actividades que se pueden realizar en el tiempo libre: trabajo privado y administración familiar; descanso; satisfacción de necesidades biológicas; sociabilidad; actividades miméticas o de juego (ir al teatro, un concierto, a las carreras, o al cine, cazar, pescar, jugar, ver la televisión, bailar y claro asistir como aficionado a un partido de fútbol).

En un contexto marcado por una excesiva competitividad derivada del neoliberalismo económico, las actividades realizadas en el tiempo libre se convierten en uno de los pocos medios para que los individuos recreen el cuerpo y la mente, se relajen de la fatiga diaria y se liberen de la tensión. Para el psicólogo G.T.W. Patrick los juegos son un pasatiempo, y algunos sólo sirven para satisfacer el ansia de excitación (citado en: Elias y Dunning, 1995, p. 106).

Uno de los elementos relacionados con las actividades recreativas es el consumo de alcohol, y hay varios factores vinculados a su ingestión. Por ejemplo, al consumirse en compañía la bebida estimula la emotividad, el ser amistoso, lo cual constituye la esencia de la sociabilidad recreativa, y en exceso puede causar un derroche de motivación que puede implicar rebasar los límites de las acciones en público.

2.2.1.2. El festejo va a la ciudad

Antes de abordar la dinámica particular de los sujetos del presente trabajo, es importante recordar que forman parte de la ciudad, un escenario dinámico en el que se manifiestan diferentes experiencias, el contexto donde se tejen las relaciones sociales. El grupo de estudio forma parte de una subcultura que habita lo urbano, que posee una ideología no necesariamente ajena o peleada con otras, pero que tiene algo particular que lo diferencia del resto, el gusto por el fútbol.

En las ciudades las relaciones sociales tienden a articularse y estructurarse más bien económicamente. La ciudad condiciona actitudes y comportamientos, la estructura de la ciudad está cargada de significados y de poder, en este marco se estudia la cultura popular, tales como los portales, el mercado, el estadio de fútbol.

Se puede decir que el acceso y uso de las nuevas tecnologías reafirma la pertenencia a la ciudad, generando redes de consumo cultural y al mismo tiempo redes de relaciones, por ejemplo, los aficionados al fútbol se pueden analizar de acuerdo a su contacto con el espectáculo, los “afortunados” se encuentran en el

estadio viviendo la pasión en su máxima expresión, otros, sentados frente al televisor y algunos a través de la voz del locutor de radio se imaginan el estadio y las jugadas, pero todos tienen algo en común: son aficionados.

En la ciudad conviven lo moderno y lo tradicional, las clases sociales y los ciudadanos "...en las distintas formas de vivir la experiencia urbana por diferentes clases y grupos sociales, sabemos que la ciudad es compartida, usada, consumida comúnmente –aunque de manera diferente" (Signorelli, 1999, p. 229). Ejemplo de ello es la afición futbolera que se apropia de los espacios urbanos, de las colonias elegantes, de las plazas y de las calles.

La llamada cultura urbana ha sido abordada desde dos perspectivas, la antropología en la ciudad, es decir la ciudad como lugar, y la antropología de la ciudad, que se interesa por los componentes culturales propios de la ciudad. La ciudad como lugar de producción y reproducción de identidades culturales segmentadas, donde lo étnico puede ser motivo de atraso o privilegio y garantía de continuidad, la ciudad como orquestadora de una cultura sustentada en componentes fijos y estructurados por la urbe. La ciudad como sistema cognitivo, valorativo y simbólico que permite la mediación social entre la manera como se concibe la realidad para un determinado grupo social y la construcción de la autopercepción (Signorelli, 1999).

La cultura urbana debe apreciarse en relación estrecha con el desarrollo de la sociedad de masas, y debe considerarse no por su tamaño, sino por sus actos. Para los fines del presente trabajo se entenderá lo urbano en tanto escenario situacional de ciertas prácticas.

2.2.1.3 La construcción de la identidad colectiva

Se define como identidad a la participación dentro de un dominio simbólico común y las relaciones sociales que se generan en este contexto (Chichu, 2002, p. 7). Gilberto Giménez (2002) subraya que el "paradigma de la identidad" representa un conjunto de repertorios culturales interiorizados, (representaciones, valores,

símbolos) a través de los cuales los actores sociales marcan fronteras y se distinguen de los demás, todo dentro de un espacio específico y social estructurado y propone tres rasgos de la identidad: selección de elementos culturales por el sujeto; se realiza en una relación entre actores; la autoconformación y la asignación identitaria propuesta por actores externos (compromiso, negociación). El autor explica que la identidad se puede dar también por territorio, lenguaje, como en el caso de este trabajo, además por parentesco o incluso complejo religioso. Otra perspectiva de la identidad es el tribalismo posmoderno, donde no se considera que los actores deban adherirse a un grupo, sino ir y venir entre ellos; la identidad se caracteriza por la fluidez, por los grupos momentáneos y la dispersión. De esta manera se va conformando un ambiente esencialmente teatral, donde se manifiestan esas “condensaciones instantáneas”, que son las tribus, aunque frágiles, en el instante mismo son objeto de una fuerte inversión emocional (Maffesoli, 1996).

Al analizar las identidades colectivas en el contexto futbolístico, Ferreiro plantea que la constitución de este sentimiento irrefrenable denotativo del “nosotros” (los otros como yo) es un proceso identitario múltiple y fragmentario:

Todo “nosotros” convoca a un “ellos” ausente y fantasmático. Implica, entonces, la existencia de una tensión dialéctica entre una dimensión subjetiva y otra objetiva (...). El proceso identitario se instala en el centro de esa tensión, aunque situacionalmente pueda oscilar violentamente de uno a otro polo (Citado en Alabarces, 2003, pp. 58-59).

Maffesoli (1996) hace la diferenciación entre la identidad que es esencialmente individualista y la identificación que es mucho más colectiva, la cultura del sentimiento, consecuencia de la atracción; de tal manera que las personas se adhieren a un grupo según sus ocurrencias y deseos. El gusto o admiración compartida por algo se convierte en valores. La ética dice el autor, es moral “sin obligación, ni castigo”, es decir, sin otra responsabilidad que la de pertenecer y sin otro castigo que el de ser excluido cuando cesa el interés que vincula al grupo.

El autor sostiene que las personas circulan de un grupo a otro con el fin de ejercer la pluralidad de sus máscaras, esto implica una multiplicidad de valores opuestos unos a otros, y es lo que tiende a predominar en este ir y venir en un ambiente estético, (tal estilo particular, modo de vida, de vestir, de hablar, tal ideología), que tiene que ver con un narcisismo colectivo, una pasión compartida. El espacio que se vive en común, donde circulan las emociones, los afectos y los símbolos, es el lugar donde se inscribe la memoria colectiva, y que permite la identificación.

Barbero (1997b) por su parte subraya que la identidad cultural se ha convertido en un proceso temporal, flexible y manipulable, efímero y volátil. Hoy no se vive una identidad, sino varias: las nuevas identidades están hechas de hibridaciones.

Es así como ambos autores coinciden en que las “tribus urbanas” están representadas por las nuevas generaciones y son una muestra de la identificación – identidad del contexto contemporáneo. Para las tribus, el espacio ocupado es el sentimiento de conquista y posesión, el territorio se convierte en expresión del grupo, a las tribus contemporáneas les importa el placer de estar juntos, el goce del mundo tal cual es.

En ese sentido, Ramírez explica que la identidad es procesual y dialógica:

Se construye y reconstruye en la praxis social a partir de la relación de alteridad que una entidad social definida tiene con otras entidades análogas, oposición que por lo general se da en torno a recursos tanto materiales como simbólicos que son necesarios para la existencia y continuidad sociocultural de los involucrados (Citado en Alabarces, 2003, p. 101)

La identidad, dice Gilberto Giménez (2002), es el resultado de un proceso de identificación en el seno de una situación relacional, y de intercambios sociales, por eso el centro de análisis de los procesos identitarios son las relaciones sociales. “¿Cómo, por qué y a través de qué se produce, se mantiene o se

cuestiona la identidad particular en un momento y en un contexto social determinado?” La identidad perdura -permanece en el imaginario- en el tiempo y en el espacio, además se adapta al entorno, se recompone sin dejar de ser la misma (Gimenez, 2002, p.42).

Al abordar el tema de las identidades colectivas, Horowitz D.L. plantea que se les puede distinguir en dos modalidades básicas de alteración: la mutación por asimilación y la mutación por diferenciación (citado en: Giménez, 1997, p.45)

Y consisten en lo siguiente:

La mutación por asimilación

- a) Amalgama: (20 o más se unen y forman uno nuevo con nueva identidad)
- b) Incorporación: (uno asume la identidad del otro)

La mutación por diferenciación

- a) División (se dividen en 2 o más grupos)
- b) Proliferación (se generan grupos diferenciales)

La identidad se encuentra siempre dotada de cierto valor para el sujeto distinto a la de otros (su contraparte), que le sirve para visualizar su relación con el mundo. Este valor otorgado por el sujeto puede llegar a ser positivo, refiriéndose al orgullo, solidaridad, voluntad y capacidad de resistencia, que siente en relación al grupo o grupos a los que pertenece, o negativos, como es el caso de la frustración, desmoralización, complejo de inferioridad y crisis (como en el caso de la mutación por diferenciación).

El “margen de maniobra” que permite ocultar la identidad como recurso o estrategia para pasar desapercibido, es una forma pacífica de evitar conflictos, y salir bien librados de una situación difícil. El tribalismo es un fenómeno cultural antes que político, económico o social, hace visible la importancia de lo cotidiano y sus rituales, las emociones y sus pasiones colectivas, la dramatización del cuerpo y el nomadismo contemporáneo (Nateras, 2002, p. 194).

Barbero sostiene "la identidad no sólo es borrosa, sino móvil" (1997, p.89), y Lévi-Strauss agrega "la identidad no es una esencia, sino algo "virtual", un movimiento conceptual que nos hace pensar en términos de relaciones producidas" (Citado en Schlesinger, 1997, p. 75). Si se quisiera una definición consensada de identidad se podría decir:

La identidad es el conjunto de repertorios culturales interiorizados (representaciones, valores, símbolos), a través de los cuales los actores sociales (individuales o colectivos) demarcan sus fronteras y se distinguen de los demás actores en una situación determinada, todo ello dentro de un espacio históricamente específico y socialmente estructurado (Giménez, 2002, p.38)

Y se configura, por tanto, en la alteridad, *nosotros a diferencia de los otros*, es decir, la identidad por exclusión (Reguillo, 1995, p.32). Para el análisis del objeto que aquí ocupa, Ferreiro señala que "esta idea del antagonismo, del conflicto como rasgo fundacional, se manifiesta (...), no sólo a través de la presencia de dos bandos de jugadores enfrentados a suerte y verdad:

Más allá de esto, va a servir de base, de argumento sociocultural, a marcas identitarias que participan de esta dramatización ritualizada de las principales tensiones sociales, expresando por esta vía antagonismos bipolares tradicionales en la sociedad (Citado en Alabarces, 2003, p. 61).

De esta manera, la identidad -como se mencionó al principio- está envuelta en un mecanismo que se construye dentro de una estructura muy elaborada que cambia constantemente, e implica un proceso que incluye capacidades prácticas y simbólicas que van conformando al sujeto, es ante todo una re-producción de marcos, como lo expresa Orrin Klapp, en su libro *La identidad problema de masas*: "La identidad no es algo ya dado, inherente, inamovible, la identidad es algo que se construye en la interacción cotidiana lo más importante no es tanto su exactitud sino su impugnabilidad" y esto se logra dice Reguillo a través de un proceso "que busca la aceptación y el reconocimiento de la propia identidad" (citado en Reguillo, 1995, p.31).

Rosana Reguillo propone una manera provisoria de entender la identidad urbana y formula una triple referencia: (1995, pp. 32-34)

1. *La situacional*: espacios, escenarios de representación, el lugar para determinar sus itinerarios.
2. *El clan o grupo*: ritos, ceremonias, capacidad del sujeto para auto identificarse con el colectivo, subordinando a la identidad individual.
3. *La simbólica*: formulaciones tangibles de la identidad que se vinculan con el cuerpo, el lenguaje, gustos, estilos, y consumo cultural que el individuo va incorporando y transformando constantemente.

Se considera entonces que la identidad es un proceso que gira en torno a la construcción de una estructura constituida por referentes tales como: la cultura, la nación, la etnia, el grupo. La identidad cultural se ha convertido en un proceso temporal, flexible, efímero y volátil. Hoy no se vive una identidad, sino varias, los medios de comunicación forman parte de esta dinámica.

Para efectos de este trabajo, la identidad será entendida como el resultado de las relaciones que se establecen en ciertos espacios y temporalidades donde los sujetos comparten sentidos sociales.

2.2.1.4 La configuración social de sentido

Berger y Luckmann (1997) invitan a reflexionar sobre la manera en que el sujeto construye el sentido y la significación de la acción humana (prácticas); parten de la reflexión sobre el orden social, que conlleva una nueva configuración del sentido y de la significación; el sentido, resultado de la construcción que el "sujeto socializado" -inmerso en una sociedad que le proporciona una cantidad de marcos de referencia- genera a partir de una serie de vivencias y experiencias, que se encuentran en un acervo social o almacén, el acervo de sentidos que el individuo va acumulando a través de la experiencia, que puede traducirse en los

conocimientos de dicha persona, y que funciona como punto de referencia para motivar el hacer, es decir, la acción, y va dibujando la (s) identidad (es) del sujeto. Cuando las acciones se objetivan a través de señas o formas comunicativas como el lenguaje –oral, mímico, escrito-, quedan disponibles para otros individuos, en estos depósitos sociales de sentido.

El acervo social está compuesto por un conocimiento general o cotidiano que constituye el sentido común que nos permite trazar un escenario de la realidad, dentro de este ámbito se encuentran todas las informaciones generadas por vías masivas de comunicación y también por un conocimiento de “acceso restringido” o para especialistas, que se manifiesta como una realidad extraordinaria.

Dentro de este orden social apuntan Luckman y Berger (1997), las instituciones - un ejemplo de éstas los medios de comunicación- juegan un papel muy importante en la administración, producción, acumulación y difusión del sentido. Estas tienen la tarea de proporcionar a los individuos modelos probados a los que la gente puede recurrir para orientar su conducta y generalmente actúan como mediadoras entre la experiencia colectiva y la individual. De esta forma el sujeto socializado sirve como objeto de estudio para conocer las construcciones sociales de sentido, a través de las relaciones con otros sujetos, o cosas.

El ámbito de sentido es una perspectiva desde la cual los individuos se ubican para vivir la realidad, es decir, escenarios desde donde el sujeto social construye significados y otorga sentido a su realidad, por ejemplo, la escuela, el mercado, el trabajo, la casa, el estadio, etc. De esta manera, afirman Luckman y Berger (1997) en cada ámbito de sentido se establece una “teatralidad permanente” que se define con base en relaciones (con la cosa o entre los sujetos); comprende un entendimiento de las operaciones por parte de los actores, este entendimiento surge precisamente por las relaciones que se establecen dentro de dicho ámbito, a su vez construyen un sistema de referencias, límites y posibilidades de movimiento e interpretación.

Relación, dice Antonio Paoli (1999) se podría entender como "...una forma de asociación entre dos o más universales, que el sujeto aplica a la cosa a fin de entenderla o de recrear su entendimiento, y lo hace con una intención o con una intencionalidad" (Paoli, 1999, p.4)

Los ámbitos de sentido, según Lonergan, consisten en cuatro patrones de experiencia o dimensiones que poseen normas y modos que lo legitiman:

1. El patrón biológico de la experiencia.- referido a las funciones corpóreas, sensaciones, recuerdos, imágenes y movimientos. Una interdependencia entre la corporeidad y el estímulo externo.
2. El patrón estético de experiencia.- la referencia con otra cosa o actividad a la que se encuentra placentera, por la que se presenta un gozo realizar u observar.
3. El patrón intelectual de la experiencia.- aquí encontramos, la memoria, la imaginación, que permiten hacer preguntas, comprender relaciones y generar sentido.
4. El patrón dramático.- se refiere a los usos y actuaciones que el sujeto interpreta por ejemplo, al vestirse, hablar, comer, y por estos define el sentido de sus acciones. (Citado por Paoli, 1999, p. 4)

En el desarrollo de los siguientes capítulos se verá cómo estos patrones se dibujan con claridad en el objeto de estudio.

2.2.1.5 Contexto de legitimidad

De acuerdo al concepto de Luckman y Berger (1997), los ámbitos de sentido se pueden encontrar en una serie de valores, conductas, creencias, y normas que se sintetizan en el contexto de legitimidad. La legitimidad es en cierta forma una garantía de dominio, de valoración, de obediencia, supone lealtades, deberes y derechos, hay comportamientos que se castigan pero también otras que son

reconocidas y aplaudidas, para lo cual planifican diferentes estrategias de acción. Impondrán límites claros y reglas de estancia y permanencia sin embargo se podría ver afectado su contexto de legitimidad cuando se encuentren rupturas y permitan ser invadidos o reprimidos por otros grupos o cuando su número de integrantes descienda o abruptamente se desintegre.

Dentro del ámbito de sentido dibujado, existe un contexto de legitimidad que califica y descalifica las acciones y actitudes de los miembros del grupo, establece las reglas de permanencia de los individuos y castiga con fuerza las faltas cometidas, sin excepción.

2.2.1.6 La práctica comunicativa

Para explicar las relaciones que se establecen en el contexto de estudio se abordarán las prácticas sociales -y en particular la práctica comunicativa- como elemento identitario, resultado de la interacción simbólica (capital y acervo), que comparten los sujetos y que se manifiesta en sus discursos (producción de significados).

Las prácticas sociales serán entendidas como relaciones, pautas de interacción enmarcadas por coordenadas espacio – temporales. Será entonces en este tiempo y espacio en donde se manifiesta la práctica comunicativa en el ambiente festivo futbolero y donde se produce un discurso y una representación de la realidad.

Las prácticas, dice Ernesto Gruner están atravesadas por ideologías, son una compleja estructuración de representaciones simbólicas que se materializan en aparatos de socialización como la escuela, los clubes, asociaciones, etc., y tienen una función social ya que favorecen a la construcción de pautas de conducta y de la propia identidad (citado en Quiroga, 2001).

El deporte es una expresión de identidad, es una práctica. La gente celebra y se reúne en torno a una causa común, que tiene significado y es relevante para la

comunidad que participa de ella, es entonces una actividad de diálogo y comunicación (Quiroga, 2001).

En este sentido Barbero (1990) expone que la comunicación debe ser entendida como un proceso y producto de diversas prácticas sociales cuyos componentes básicos son la socialidad, la ritualidad y la tecnicidad.

La “socialidad” es la dimensión interpersonal y colectiva, que pone en la escena de lo cotidiano diferentes actores sociales en su lucha por sobrevivir, relacionarse y mantener su identidad, y debido a la polisemia de todo mensaje ésta se ve revitalizada en cada nueva interpretación y negociación.

La “tecnicidad” es una condición para el diseño de nuevas prácticas sociales, que a su vez generen nuevos sentidos y nuevos procesos de comunicación más allá de los condicionados por los medios de comunicación y tecnologías de información. Por último, la “ritualidad”, definida como “todo movimiento que engendra regularidades y rutinas”, conlleva un entrelazamiento y coordinación de acciones que hace que se convierta en una operación, a la que se le asignan ciertas reglas de significación, una gramaticalidad, y por ende la expresión de un sentido que no se agota (Barbero, 1990, p.16)

Siguiendo a Barbero (1990) la manera en que las prácticas se conectan a la comunicación es a través de las esferas política, económica y cultural. Es precisamente en esta última, la cultura -entendida como comunicación, es decir, como un conjunto de sistemas de símbolos, emblemas, signos y señales, entre los que se incluyen la lengua, el hábitat, la alimentación, el vestido, etc. (formas simbólicas)- desde la expresión lúdica de la práctica, que tiene que ver con el uso del tiempo libre, la masificación, el espectáculo desde donde se producen estos modos de percibir y de narrar lo social.

Se entenderá a la práctica comunicativa como la suma de pautas de interacción de los individuos -integrantes de la barra- dentro de diversas situaciones que producen sentido a través de la apropiación y utilización de signos -gráficos, auditivos, corpóreos- que se objetivan en la experiencia escénica. De tal manera que “en todas esas prácticas puedan rastrearse ciertas señales de identidad a través de las cuales se expresa, y se hace visible un discurso” (Barbero, 1988). Por lo tanto lo que interesa, como afirma Alejandro Ulloa, “son los procesos sociales y las gramáticas que generan sentido y significación (...), los códigos que configuran identidades y hacen posible los reconocimientos” (Ulloa, 1994, p.2).

2.2.1.7 La comunicación “otra”

A lo largo de este estudio se hablará de la comunicación “otra” que propone Barbero (1981) producida por los grupos sociales en las prácticas cotidianas, esa comunicación que se realiza fuera de las mediaciones massmediáticas, que emanan de la convivencia, del trato cara a cara, que se materializan en el “intercambio simbólico”.

La comunicación “otra” que está mediada por la “cultura” (modos de vida de los sujetos sociales, sistemas de representación, por las “situaciones” (lugar geográfico, escenarios donde transcurre la vida) y “estructuras” (rasgos socioeconómicos que identifican al sujeto). Se analizará esta comunicación para descubrir los sentidos latentes y explícitos de los relatos que se recopilaban en el trabajo de campo, y de esta forma pasar de un intercambio manifiesto a la identificación de acervos sociales (Barbero, 1981).

CAPÍTULO III

Acercamiento metodológico a la “Barra Perra Brava”

3.1 Estrategia Metodológica

La realización de este estudio de caso comprendió un enfoque cualitativo central y la implementación de una herramienta cuantitativa que permitirá cumplir con los objetivos planteados para esta investigación. El trabajo que aquí se presenta es de carácter descriptivo - interpretativo, para lo cual fue necesaria una selección de técnicas que permitieran desarrollar acercamientos lo más precisos al sujeto, tales como la entrevista dirigida, la observación participante y no participante, el análisis del discurso y la encuesta.

El desarrollo de este estudio se situó en la geografía urbana -ciudad de Toluca, Estado de México- lugar donde se localiza el espacio concreto a visualizar, el estadio de fútbol “Nemesio Dies”, conocido tradicionalmente como La Bombonera. Para efectos de delimitación se analizó la temporada del verano de 1998, que comprende desde enero a junio del mismo año.

El foco de interés de este trabajo lo conformaron un grupo de aficionados que se hacen llamar la “Barra Perra Brava”, y que ocupa una parte importante de la tribuna de Sol, la más económica del estadio. Cabe mencionar que hay otras tres localidades denominadas: Palcos, Sombra Preferente, Sombra General; se observó dos horas antes del inicio del encuentro futbolístico, durante el mismo y hasta que la localidad se desocupó.

La investigación se centró en obtener registros de las formas de comunicación que se manifestaban hacia adentro y fuera del grupo, así como identificar los rasgos constitutivos de la identidad, valores compartidos y pertenencia al grupo. En esta indagación se partió del supuesto de que este colectivo en particular desarrolla un discurso que la hace diferenciarse del resto, discurso compuesto de prácticas comunicativas que articulan su identidad.

3.1.1 Descripción general del proceso de investigación

El proceso de investigación se dividió en tres etapas, desde la obtención de fuentes indirectas (recogida de fuentes bibliográficas y hemerográficas) a las fuentes directas de información: encuesta (aleatoria y sistemática), exploración etnográfica y entrevistas, finalmente la interpretación y ordenamiento de los datos recogidos.

Con la encuesta inició el proceso de acercamiento al objeto de estudio, la exploración etnográfica por su parte constituyó la segunda etapa del trabajo de campo, donde se entró en contacto con el territorio y los miembros del grupo. Se elaboraron mapas de referencia para ubicar al grupo en el espacio concreto, se describieron rutinas y detalles. Se tomaron fotografías y video para apoyar el trabajo de observación, se conversó con los actores sociales para captar impresiones en el instante en que se desarrollaban los hechos.

A través de las entrevistas se profundizó en la composición subjetiva de los actores, a partir de una guía de entrevista se intentó identificar los sentidos que construyen los sujetos de una temática específica, asimismo se trató de encontrar a través de la historia individual un patrón del escenario colectivo. Las entrevistas se realizaron en los domicilios de los informantes.

Los materiales obtenidos fueron sometidos a un análisis del discurso a través de un ejercicio colectivo, (que se describe más adelante), hasta lograr una construcción tipológica de los sentidos manifiestos y latentes que surgieron del proceso de investigación.

3.1.2 Descripción de las técnicas utilizadas

3.1.2.1 La encuesta

La finalidad de utilizar esta herramienta cuantitativa fue conocer la composición de la "Barra Perra Brava" que nos proporcionara un primer acercamiento a las características del grupo. Para fines de este estudio se planteó la siguiente pregunta ¿quién es el sujeto que vamos a investigar?, se seleccionó un tipo de encuesta descriptiva sociodemográfica, con la finalidad de conocer las características y composición del sujeto observado. La muestra seleccionada se

eligió de manera probabilística, se aplicaron 102 encuestas, de manera sistemática 1 de cada 10, que incluían 6 indicadores: edad, sexo, estado civil, nivel escolar, tiempo en la barra y ocupación, el criterio para aplicarlas era encontrarse dentro del espacio que limita el territorio para los integrantes de la barra.

3.1.2.2 Observación participante

La segunda etapa del trabajo de campo realizada de febrero a junio de 1998, se basó en el registro detallado del proceder del grupo bajo las siguientes directrices: perfil de los miembros, cantidad, rutinas, prácticas, uso y apropiación del espacio, consumo, organización, interacción, usos de la comunicación, distribución del tiempo, liderazgos, comportamiento, entre otras.(Galindo, 1998)

En este momento del trabajo de campo se utilizó video grabación, levantamiento fotográfico, grabación de audio, para capturar -y después describir con detalle-, los aspectos que a simple vista se pierden.

3.1.2.3. La observación no participante

En ocasiones se observó al grupo desde fuera de su territorio con la intención de encontrar elementos distintos, de tal manera que los datos obtenidos mediante el uso de esta técnica se conjugaran con los datos recogidos por otros métodos disminuyendo los sesgos que aparecen cuando el fenómeno es examinado por una sola técnica.

3.1.2.4 La entrevista dirigida

Para esta investigación se seleccionaron cuatro informantes, los rangos de edad de 10 a 19, 20 a 29 y de 30 en adelante, dos hombres, uno de ellos el líder y fundador de la barra y el otro coordinador de tambores, y dos mujeres. El objetivo central de esta etapa de la investigación era identificar los significados y sentidos que se forman alrededor del espectáculo futbolístico, siempre tomando en consideración que el actor social no es un individuo aislado, sino inmerso en un contexto social específico, desde donde otorga sentido a la realidad.

Las entrevistas se transcribieron literalmente, retomando los mínimos detalles, incluyendo errores de estilo, sintaxis, vacilaciones, lapsus, para captar con mayor exactitud lo expresado por el entrevistado, aquí la entrevista tomó forma de texto y es entonces cuando se da inicio a la interpretación. (Guía de entrevistas ver anexo 1)

3.1.2.5 Técnica de análisis: Hermenéutica colectiva

Molitor (1990) presenta esta técnica que se basa fundamentalmente en la interpretación colectiva de textos sociobiográficos, con la finalidad de localizar los sentidos latentes que emergen del discurso, para de ahí encontrar las estructuras sociales con respecto a un número de objetos y situaciones donde el individuo dice, siguiendo a Ferrarotti, “es la expresión singular de un universo social” (citado en: Molitor, 1990). Y comprende al menos tres términos: el método colectivo, el relato sociobiográfico y las estructuras de conciencia. El primero comprende la interpretación colectiva, en la que participan de cuatro a seis personas que realizan individualmente una lectura del texto y expresan sus interpretaciones al grupo.

Para este trabajo el grupo de análisis fue conformado por tres estudiantes de comunicación del séptimo semestre y el titular de esta investigación y las sesiones fueron de tres a cuatro horas tres veces por semana. Es importante recordar que las condiciones de trabajo de la técnica sugieren no alargar demasiado las sesiones, pues es una labor exhaustiva y desgastante para los miembros del grupo y se puede perder el enfoque y caer en la interpretación superficial.

El relato sociobiográfico es el material sobre el que se trabaja, y es considerado como la materia prima que posee de manera abundante las estructuras sociales que interesan y que sobrepasa las intenciones del hablante. Esta técnica se aplicó a las cuatro entrevistas realizadas.

En tercer lugar se encuentran las estructuras de conciencia o representaciones que son el objeto sobre el que se trabaja, es decir, la manera en que los sujetos expresan su relación con un objeto o problema social, en este caso la afición al fútbol y su pertenencia a la Barra Perra Brava.

En suma, las técnicas utilizadas proveyeron a este estudio de caso de la información necesaria para conocer y comprender las prácticas y sentidos asignados a éstas.

CAPÍTULO IV

Resultados y análisis

4.1 El surgimiento de la “Barra Perra Brava”. La Porra de la Colonia

De todas las tribunas del estadio “La Bombonera”, la más activa es la localidad de sol, o de lluvia, como la llaman muchos de quienes ahí han experimentado granizadas y mal clima. En ésta, unas mil personas, hombres, niños, mujeres, se reúnen para compartir la fiesta del fútbol. La “barra” -modelo de porra sudamericana que no se caracteriza por ser de “tipo familiar”, sino que se encuentra en constante movimiento y por ello parece más agresiva- mexicana surgía para apoyar a la “camada roja”.



4.1 Integrantes de la “Barra Perra Brava”. Foto: Nina Martínez

Para la reconstrucción de los hallazgos de este trabajo se partirá del análisis de las entrevistas realizadas a cuatro informantes, Ma. Teresa Cuadros de 9 años, Edna Díaz de 26 años, Antonio Martínez de 29 años y Rolando González Medina de 56 años, fundador de la barra brava.

González Medina, conocido como la “perra” entre sus compañeros camioneros - apodo que heredó de su padre, quien tenía el mismo oficio-, cuenta cómo surge la idea de la formación de la porra.



...en '74,'75 íbamos continuamente y eso pero entonces estaba en su apogeo la porra de sombra, todavía no nacía esto, íbamos y apoyábamos inclusive llegábamos a los golpes con los rivales, pero no con la pasión que después ya despertó en mí, porque la verdadera pasión viene en el '84 cuando me doy cuenta que el equipo, iba mal, estaba a punto de irse a la Segunda División, la afición se había alejado del estadio, nadie portaba una playera del Toluca porque era en cierta forma vergüenza no?, cualquiera lo criticaba, la gente se había vuelto muy “malinchista”, era apática a la identificación de su ciudad, y volví a ir, ya estaba casado, me di cuenta de que nadie gritaba, nadie apoyaba, la gente estaba fría completamente y al contrario iban a abuchear.

4.2 Rolando González, alias "La Perra", miembro fundador de la "Barra Perra Brava"

Al abordar la relación juego-espectadores, considerando al fútbol como complejo ritual, Ferreiro expone:

...incluye dos subprocesos: uno ocurre dentro del campo de juego (la cancha); el otro en las graderías y entre los espectadores (en la tribuna). El primero vincula una performance con su resultado en función de una serie de reglas; el segundo vincula una performance con un proceso identitario basado en el antagonismo (Ferreiro, 2003, p. 58).

En este sentido la pertenencia a la ciudad, lugar de consumo y redes de relaciones, está cargada de significados, los ciudadanos comparten ese escenario

y participan de un dominio simbólico -la afición al fútbol y el apoyo a un equipo- que los identifica o diferencia entre sí (Signorelli, 1999).

Las personas que integran esta porra deciden de manera voluntaria la formación de un grupo y la asignación de un elemento que los identifica entre sí, el compromiso con su equipo y el gusto por la actividad, esto dice Giménez (2002) es un rasgo que describe el “paradigma de la identidad”, valores, representaciones y símbolos compartidos. Asimismo Maffesoli (1996) explica que el gusto compartido o admiración de algo no se da por obligación, las personas circulan de un grupo a otro según sus ocurrencias o deseos como se expresa en la entrevista, las personas deciden cuándo asistir y ser parte y cuándo separarse del grupo al perder el interés. Por tanto la identidad de los individuos es flexible, tal y como expresa Barbero (1997), no se vive una identidad sino varias; en relación a esto Protzel menciona:

En ese modo urbano de comunicar (...) se reflejan diferentes configuraciones del espacio público, pues a lo largo de prácticamente un siglo, se han cohesionado en torno a este deporte identidades en formación no sólo practicándolo -en la escuela, el barrio o la fábrica- o viéndolo, sino erigiendo al equipo preferido en símbolo, en afirmación de diferencias junto con otros elementos del acervo cultural. Sus héroes, hazañas y fracasos forman por lo tanto parte de los imaginarios urbanos, vale decir de percepciones y valoraciones selectivamente elaboradas de la vida de la ciudad que al encarnarse en la experiencia propia, estetizan los afectos y sirven de referente para la actuación cotidiana (1994, p. 1).

En la entrevista Rolando González “La Perra” cuenta cómo se integró el grupo a partir de los amigos y miembros de la colonia, así como los gratificantes que encontraban en dicha práctica.

Empezamos a organizar una porra todos los de mi colonia, aquí nació, nos juntamos 40 personas y nos íbamos los domingos al fútbol y empezamos a apoyar y a gritar a echar porras y eso, en el 89 el Toluca es campeón de copa y se hace grande, todavía no era oficial, no había un acercamiento con la directiva, en fin era una cosa espontánea, después viene Raúl Cárdenas a dirigir, era americanista y la afición no se

identifica con el señor, él hace unos movimientos y el equipo vuelve a caer en un bache y vuelve a alejarse la afición, pero nosotros seguimos apoyando (los 40) no de aquí (de la colonia) eran 40 pero de otros lugares, inclusive de aquí de los 40 que íbamos llegó el momento en que íbamos 5 ó 7.

Protzel aborda algunos elementos sobre estas relaciones:

Al corresponder los equipos a zonas de la ciudad y tipos de actividad, el fervor del público se consolidó en base a identificaciones territoriales con elementos étnicos y de clase. La afirmación barrial se expresaba en rivalidades entre los equipos que finalizaban en grescas, a medida que nacían los primeros héroes masivos, permitiendo una comunicación popular sin intermediaciones y espontánea (1994, p. 2).

Y el testimonio de Rolando refuerza lo planteado:

Gritábamos que con Toluca hasta la muerte, yo le voy al Toluca aunque gane, ya estábamos acostumbrados a perder, pero no importaba, había veces que los partidos estaban muy aburridos y nos entreteníamos con el que vendía las cervezas, gritándole cosas, en fin era un ambiente arriba, en la tribuna, muy independiente a veces del juego que, a veces jugaba muy bien el Toluca y nos metíamos al partido y a veces no, y en el 94 se volvió a juntar una buena parte de gente, ya eran 8 años de estar yendo siempre, ya nos identificábamos plenamente, entonces se me ocurre hacerla en forma, con gente responsable para organizar algo diferente no?, hicimos la directiva, un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y un vocal.

Y respecto a la presencia interactiva de la afición, Protzel comenta:

Al margen de su dimensión emocional, el núcleo de una barra es un grupo muy organizado cuya misión es la de apoyar la moral de su equipo durante los noventa minutos del partido y amedrentar al adversario. Si bien la eficacia de este apoyo puede ser discutida por algunos, lo que no deja duda es la naturaleza interactiva del espectáculo. La gente grita y aplaude, los jugadores reaccionan: incluso corren al pie de la tribuna a festejar con su barra el gol recién marcado (1994, p. 3).

4.1.1 Una perra con registro

Después de observar el auge que empezaba a tener la porra y después de ocho años que Rolando y sus amigos no se perdían ningún partido piensan hacerlo en serio, reclutar gente y comenta:

Se invita a todos, se hacen credenciales, hicimos volantes donde los invitábamos a formar parte de la mejor porra de México, bueno era nuestro anhelo y con recursos propios, uno de los organizadores tiene una imprenta de diseño gráfico y él hace los volantes, las credenciales, la gente empieza a acudir, este, proponemos nombres, le querían poner la este, la "Porra Brava" bueno así se llamaba desde antes pero, o sea, a mi papá le decían la "Perra" en el ambiente de los camiones ya ve que el camionero es de apodos muy pesados y después como me desenvolví también en ese ambiente eh pues lo heredé de él en parte y en parte porque decían que se ajustaba la porra a mi forma de ser, a mi carácter y se identifica también en estadio, entonces los muchachos proponen que se llame "Porra Perra Brava".

En el afán de diferenciarse del resto de la afición mexicana la barra adopta recursos simbólicos de otras identidades colectivas, tal como explica Horowitz (1975). Dentro del grupo se da una mutación por asimilación, incorporando elementos identitarios de otros grupos, en este caso de las barras argentinas, lo que en el terreno nacional les permite diferenciarse del resto de las porras "pasivas". Vélez (2008) habla del papel de los medios respecto a este fenómeno:

Los medios, motor del desarrollo de la relación consumo-fútbol permiten a los clientes estar bien informados a propósito de los rituales, cantos, y comportamientos de los hinchas extranjeros que terminan siendo puestos en escena en los estadios locales (p.193).

Rolando González, alias "la perra", platica a continuación su experiencia en relación a las características de la porra:

Pero queriendo ser originales desde un principio nosotros ya no queríamos ser la porra que se sienta y que dice "a la Bio a la Bao a la Bim Bom Ba," la que está sentada, la que de repente se levanta y gritan porra!, queríamos ser algo diferente, y

pues una mala copia, yo creo de nosotros hacia las barras argentinas copiamos el nombre y en cierta forma pues lo que hacen ellos, no?, brincar, cantar (...) quizá nosotros en una forma hasta cierto punto vulgar, porque era la mentada, era la grosería, era eso pero eh, queríamos ser diferentes a las demás porras, no nos satisface, no nos llenábamos con el “a la Bio a la Bao” lo que todas las porras en México hacían, bueno quitando a los de la Universidad que ellos sí tienen porras diferentes, el “Goya” todo eso, pero son en cierta forma pasivos, nosotros quisimos que fuera diferente porque queríamos que se diera cuenta el jugador que queríamos participar en el juego también, que en verdad queríamos ser el jugador número 12, entonces optamos por brincar, por saltar, por que vieran que había dinámica no?, para que el jugador también pusiera de su parte, el extra que debe de poner no?, y parece ser que se dieron las cosas, porque pues empezó a llamar la atención de la gente, empezaron a apoyar con más fuerza”, “yo siento que si es un poco familiar pero cien por cien sinceramente no, así a lo que yo entiendo que es un ambiente familiar, es estar tranquilo sentado, viendo el fútbol, o sea sin que haya otra preocupación y la verdad, ahí no, no... pero si se puede.”



4.3 Niños, mujeres y hombres componen la “Barra Perra Brava”, lo que evidencia la posibilidad de participar en este grupo sin diferencia de edad y género. Foto: Nina Martínez

Es así como en este ámbito -el estadio de fútbol- la perra brava establece una teatralidad permanente, que les permite a sus miembros vivir una realidad constituida por las prácticas colectivas interpretadas -cantos, movimientos, el despojo de la playera- que le otorgan sentido a su pertenencia, asimismo, un contexto de legitimidad compartido, valores, conductas, creencias y normas, que garantizan la lealtad, deberes y derechos de los miembros, como se describirá más adelante. Como plantea Protzel, “el aliento constante y sonoro al equipo, el despliegue simbólico de la barra brava -caras pintadas, torsos desnudos, estribillos y la agresividad hacia el (adversario) expresa deseos de participación de una colectividad imaginaria” (1994, p. 4).

4.2 La creación del discurso “Bravo”: Lo que lo hace posible

Cada individuo socializado adopta un modo de comunicar, éste lo ubica dentro de un contexto que lo configura como miembro o simpatizante de un sistema de signos: llámense lenguaje verbal, no verbal, apropiación del espacio, vestimenta, alimentación, prácticas laborales, rutinas lúdicas, música, entre otros. Respecto a las prácticas de las barras como parte del fenómeno futbolístico, Protzel (1994) explica:

De ahí que la barra se defina como la ritualización del comportamiento de la hinchada para significarse enfáticamente ante sí y el entorno. Las cabezas cubiertas o maquilladas, las *binchas* alrededor de la frente, las «olas» de brazos levantados ondulando las tribunas y los cánticos son emblemas diferenciadores y desafiantes que comunican que ese abigarramiento humano no es algo cualquiera. Si los gestos del estadio se limitan al transcurso del partido y al tiempo y espacio que lo rodea, el imperativo de sentar presencia no se agota; exige dejar las marcas de ese «aquí estamos» en una enunciación permanente y ubicua, que enfatiza su soberanía dejando sus huellas también sobre los monumentos o estatuas de la cultura oficial (p. 5).

Para los integrantes de la “Barra Perra Brava” ha sido una tarea permanente la creación de un discurso propio que los diferencia de otras porras o aficionados y los hace visibles. Así es posible observar que dentro de esta comunicación otra,

aquella no mediada por la tecnología, si no por la propia cultura se encuentran diferentes repertorios que llevan a conocer cómo esta constituida la identidad de este grupo. Para interpretar el sistema de signos que se distinguen al interior de la barra, se utilizó la triple referencia que propone Rosanna Reguillo (1995), como una manera de entender la identidad y que contempla: la referencia situacional, la del clan o grupo y la referencia simbólica.

4.2.1 La referencia de Clan: el grupo, sus ritos y valores.

Con el testimonio del señor Rolando, fundador de la Barra Perra Brava, se ha presentado la manera en que surgió esta afición, pero ahora es el momento de conocer cuáles son sus características sociodemográficas, cómo está compuesta, quiénes y cómo participan; para lo cual se aplicó una encuesta exploratoria, una muestra de 102 integrantes de una población de aproximadamente 1,000 aficionados de la barra.

Con base en los resultados de la encuesta se puede concluir que el promedio de edad de la porra es de 22 años, está constituida en un 80 por ciento de hombres y en 20 por ciento de mujeres, la mayoría de ellos estudiantes y empleados de gobierno, el 50 por ciento cursando la preparatoria, un 25 por ciento con secundaria y el resto entre primaria y profesional.

El nivel socioeconómico de la porra se refleja principalmente en los oficios que desempeñan, entre estos encontramos: obrero, albañil, electricista, taxista, herrero, comerciante, chofer, secretaria, amas de casa, educadoras y muy pocos profesionistas, la mayoría empleados en el sector gubernamental.

Aunado a su situación laboral y cultural, se observan características comunes de la clase trabajadora, como su vestimenta, una playera roja y una mezclilla deslavada y deshinchada, elementos que pueden ser una referencia de que pertenecen a un círculo no muy beneficiado económicamente. (Ver anexo 2)

Al indagar en las características de los integrantes de una porra que apoya a un equipo de Primera División en México, la denominada Porra Plus, de los Pumas de la UNAM, Magazine (2004) describe referencias similares:

la mayoría de los integrantes podrían clasificarse o bien como miembros de una clase social media con una pérdida significativa en su poder adquisitivo, o por una frustrada clase trabajadora cuyas esperanzas para un nuevo o renovado status clasemediero quedaron destruidas por las políticas neoliberales y las crisis económicas de los años ochenta y noventa (p. 45).

Entre los testimonios en torno a la “Barra Perra Brava”, Edna Díaz -quien disfruta de vivir el fútbol desde la grada brava- comentó: “es muy padre, es muy bonito cuando estás adentro, cuando se abrazan y se ponen a bailar, todo es muy especial”, a los que van siempre “...ya los identificas no?, y te respetan”

Rolando González, alias “la perra”, quien considera que el resto de la afición tiene una impresión negativa del grupo debido a su dinámica y nombre, dijo:

...yo creo que a cualquiera le sorprende el nombre, no?, dirán que de veras muy perros... la forma en que se manifiesta la porra... se quita la playera, gritan, cantan, bailan, está en movimiento, impresiona a la gente y piensan que llega uno a agredir y no es así, claro que si alguien nos agrede, sí respondemos.

En el escenario de la vida cotidiana y tras largas jornadas laborales, las actividades miméticas como asistir a un estadio y disfrutar de un partido recrean la mente y relajan al cuerpo de la fatiga diaria, como lo afirman Elias y Dunning (1995) se libera la tensión. Los entrevistados coinciden en que la vivencia del espectáculo es mucho más intensa estando con la barra. Se vive el espectáculo de una manera muy especial, les permite sentirse libres, deshacerse de tensiones, así lo expresa Rolando: “...en mi trabajo hay mucha presión, entonces ahí, como que te desahogas, gritas lo que no puedes gritar en otro lado” (Díaz, 1998).

Al plantear que la capacidad del fútbol de emitir y recibir mensajes, crear símbolos y condensar emociones -la capacidad de ritualización- es lo que propiamente lo convierte en un espectáculo, Ramírez (2006) agrega que se convierte en ritual desde el momento en que el acontecimiento deportivo implica una ruptura con la cotidianidad, y que el suceso se da en un espacio y tiempo determinado:

Si se ve al fútbol como espectáculo ritual hay que saber que todo ritual tiene uno(s) marcador(es) de entrada y uno(s) de salida. Así, en el fútbol se puede(n) observar claramente estos marcadores, que vendrían a ser todos los preliminares antes del inicio del encuentro o, concretamente, la entrada de los espectadores a los estadios (marcador de entrada), el "pitazo" final y la celebración o derrota (marcador de salida). También está el punto máximo de condensación, que viene a ser el gol. Sin embargo, para que sea considerado como tal, tiene que existir público¹⁴. El público es el asistente al juego, y cuando entra al lugar donde se llevará a cabo el ritual adquiere una identidad de "hinchas", y se une a un colectivo que está en confrontación con la hinchada adversaria (p. 110).

El grupo interpreta una serie de rutinas que se pueden catalogar como rituales ya que son prácticas cotidianas, repetitivas y codificadas (Bromberger, 2001). La primera de ellas tiene que ver con la delimitación del espacio donde se instala la barra, se acordona el espacio con lazos de un lado al otro del tablero electrónico, siempre una hora y media antes del encuentro, de tal modo que al llegar los aficionados ubiquen el espacio, y quienes desean participar con la barra se sitúan dentro de los lazos.

Otra de las actividades permanentes es la colocación de la gran bandera, que se coloca en la parte superior de las gradas y al caer el gol, aparece extendiéndose desde lo más alto hasta cubrir a todos los integrantes del grupo, quienes le dan vida al extender sus brazos bajo de la gran manta, que festeja la llegada del gol de la camada roja. Una vez extendida, la vuelven a levantar quedando lista para el siguiente festejo. Aquí se presentan una serie de imágenes que constatan la práctica.



4.4 La bandera inicia su despliegue desde la parte más alta de la tribuna, todos los miembros colaboran para esta actividad.

Foto: Nina Martínez



4.5 La bandera continúa bajando, sin dejar de ser sostenida de la parte superior y va apareciendo el logotipo del club.

Foto: Nina Martínez



4.6 Finalmente, desplegada en su totalidad, cubre a todo el grupo, haciendo evidente el festejo del gol.

Foto: Nina Martínez

Hay que puntualizar que al primer gol esta bandera permite que los hombres se despojen de la playera y al momento de regresar hacia arriba se pueden observar los torsos desnudos de quienes festejan y manifiestan su apoyo desde las tribunas, como se puede apreciar en la siguiente fotografía.



4.7 Aficionados debajo de la bandera, despojándose de sus playeras. Foto: Nina Martínez

Esta es precisamente otra de las prácticas comunicativas constantes y la que llegó a dar mayor visibilidad a la barra, pues aún con lluvia o sol extremos, los miembros del grupo no interrumpen sus repertorios; y si por alguna razón alguno de ellos se resiste, es castigado recibiendo de los compañeros golpes con las playeras que se habían despojado hasta lograr que se quite la playera o salga del terreno acordonado.

En su análisis sobre el fenómeno de la violencia en el fútbol y los derechos humanos, Silvio Aragón (2006) explica que la complejidad de la identidad de la barra brava tiene que ver con la manera en que este grupo de hinchas de sectores urbanos construye su identidad vivenciando su “otro” mundo:

Otro mundo, porque la manera en el que se desarrollan sus actos de violencia aparece como un no-mundo de simples espectadores de fútbol, es el reino de la violencia, el enfrentamiento, la marginalidad, los que no se adaptan; donde no hay ley escrita, donde prima la "ley del más fuerte". Dentro de estos parámetros socioculturales es imposible pensar en un cambio de actitud de estos actores sociales, para ellos no es lo relevante
(p. 5).

Además de adoptar prácticas en este espacio común, el grupo organiza y construye sus propios repertorios discursivos –interacciones entre actores y selección de elementos culturales- que son otros de los rasgos de la identidad (Giménez, 2002), como relata a continuación Rolando González:

En un juego con el Monterrey sucede una cosa chusca, porque estaba lloviendo y se suspendió el juego como 20 minutos por lluvia y nadie se quiso quitar, que no se vaya nadie y el que se vaya le pegamos y eso no?, nos quedamos todos ahí y este, estábamos mojados y en sol no hay donde protegerse y este, se me ocurrió gritar que si anotaba un gol el Toluca me quitaba la playera, si anotaba 2 el pantalón, si anotaba 3 me desnudaba y desafortunadamente anotaron los 3 goles y me quisieron quitar los pantalones y yo me los sujetaba no? por el cinturón, y me sacaron la trusa, me la rompieron y llegué aquí a la casa sin trusa y este, ahí nació el quererse quitar porque llamamos tanto la atención que todo el estadio volteaba a vernos, ¿qué era lo que estaba sucediendo, no?, y estaba lloviendo y en Toluca pus hace mucho frío y nos veían que estábamos sin playera y este pus se admiró la gente y en el siguiente partido contra el Cruz Azul cayó nieve en el estadio, aguanieve este, estuvo apunto de nevar y lo mismo se repitió no?, de que si anota uno órale y se vuelve a hacer la misma sesión pero ya todos los demás se quitan la playera.

Luego nos dimos cuenta que los jugadores voltearon a vernos, en Televisa dijeron que nos iba a dar una pulmonía, y eso lo encausamos a algo positivo, nos dimos cuenta de que llamaba la atención y de que era una forma de demostrar al jugador que a nosotros no nos importaba sufrir una pulmonía, un resfriado queriendo apoyar a nuestro equipo y ya lo hicimos todos, ya al siguiente partido, al gol, las playeras, al gol las playeras y el que no se la quiera quitar porque hacía frío o estaba lloviendo, se le pegaba de playerazos, se empezó a hacer costumbre y de ahí nació el quitarse las playeras, al gol del Toluca y lo original de la porra porque en ningún lugar parece que

del mundo se festejaba así y eso fue lo que llamó la atención y pues fue una cosa espontánea nadie lo planeó, nadie nos dijo háganle así no?, fue espontáneo.

Al hablar sobre la construcción de imágenes colectivas y los rituales futbolísticos, Bayce (2003) se pregunta cuáles son los rituales que construyen las autoimágenes colectivas y qué papel juegan los rituales futbolísticos:

No sólo los partidos como juegos deportivos, sino también las hinchadas, la cobertura massmediática, los equipos como encarnaciones de solidaridades y rivalidades, los jugadores como ídolos, héroes y modelos de rol, los periodistas como narradores épicos populares, como “constructores de la tradición”, como coautores de leyendas y mitos fundantes, como responsables de la mitopoiesis y de su sustentación, como interpretantes de nuevos hechos, como resignificadores (citado en Alabarces, 2003, p. 165).

Los significados incorporados a la práctica de despojarse de la playera y que se analizan a continuación son el apoyo, la celebración, la originalidad y la valentía que finalmente convergen en la búsqueda y la visibilidad del grupo, aquí se toman unas líneas para expresarlos.

El *apoyo*, implica tomar riesgos para manifestar el compromiso con el equipo, como lo expresa Rolando González (1998) “...era una forma de demostrar al jugador que a nosotros no nos importaba sufrir una pulmonía, un resfriado queriendo apoyar a nuestro equipo.” La incondicionalidad del integrante de la Perra Brava se ve manifiesto en este hecho, se está con ellos en las buenas y en las peores.

La *celebración* es una de las prácticas *sui generis* del grupo “...se me ocurrió gritar que si anotaba un gol el Toluca me quitaba la playera...” dijo Rolando González en un momento de euforia, celebrar es manifestar el estado de ánimo hacia un acontecimiento que produce alegría o placer, algunos brincan y ríen, otros brindan, gritan de manera eufórica, la Perra Brava se quita la playera para

festejar con su equipo la acción más esperada de un partido, la anotación de un gol.

Otra de sus características es la *originalidad*, la singularidad de las prácticas de la barra es un distintivo de su identidad, y precisamente este acto es el que los ha llevado a ser un referente del aficionado activo, entregado a su equipo. Así lo relata Rolando González (1998), fundador de la Barra:

...se empezó a hacer costumbre y de ahí nació el quitarse las playeras, al gol del Toluca y lo original de la porra porque en ningún lugar parece que del mundo se festejaba así y eso fue lo que llamó la atención y pues fue una cosa espontánea nadie lo planeó...

Otro indicador más es la *valentía*:

“...en Televisa dijeron que nos iba a dar una pulmonía...”, “...una forma de demostrar al jugador que a nosotros no nos importaba sufrir una pulmonía, un resfriado queriendo apoyar a nuestro equipo y ya lo hicimos todos...”

Soportar la adversidad por el afán de estar presente para apoyar y darle a entender al jugador que él también tiene que dejar el alma en la cancha y no dejarse amedrentar por las contrariedades.

Finalmente la búsqueda por la *visibilidad*, definitivamente esta práctica logró colocar a la barra en distintos escenarios, locales, nacionales e internacionales promovidos por los medios de comunicación al distinguirse como un grupo que expresa su entusiasmo y participación de una manera singular.



4.8 Como parte del éxito de la práctica, integrantes de la "Barra Perra Brava" invitan a los aficionados del estadio Nemesio Dies a unirse al festejo. Foto: Nina Martínez.

Respecto a la participación de la afición y la difusión que de ésta hacen los medios masivos, Alabarces (2000) plantea:

los sujetos participan de una acción doble, actor/espectador, donde la participación en el estadio supone una forma de intervención fuerte, que imaginariamente decide la suerte del juego (Portelli, 1993). Así, la colocación respecto del espectáculo massmediatizado resulta original, ya que evade toda posibilidad de pasividad y transforma, incluso, las narrativas puestas en juego (p. 13).

Entre otras prácticas ritualizadas se identifica el permanecer en movimiento constante, representando una serie de coreografías -patrón dramático, según señala Lonergan (1992)- que acompañan a las distintos cánticos que pronuncian o simulan; como la porra muda, con dedicación al error, al árbitro o al contrario, donde todos de espalda por un periodo corto silban una tonada y de repente todos se voltean y gritan ¡pendejo!, entre otras. Y aunque hay un repertorio de porras que en cada encuentro se repiten, cualquier compañero puede proponer nuevos cantos que son acogidos por el grupo, tal como platica don Rolando:

Todas las cosas se han dado espontáneas en la porra, nunca practicamos, o sea si alguien hace una porra, la apunta, la lleva y ya en el partido, yo traigo esta porra y ya dice como más o menos y ya se le dice a la demás gente, pero en el juego, no tenemos un tiempo o un día específico para reunirnos y así es como nace la famosa "Perra Brava".

Dentro de los mecanismos de identificación se encuentra "la credencial", que les permite presentarse en otros escenarios como miembros del grupo; no tiene costo, sólo basta con llevar la fotografía y registrar datos personales. Es un porcentaje menor de la barra los que cuentan con ese distintivo, ya que sólo aquellos que de manera constante asisten a las filas del grupo la han gestionado, el resto son aficionados que entran y salen del territorio y son considerados como simpatizantes.

Como refiere Antonio Martínez (1998), la credencial aporta al sujeto un grado de legitimidad y distinción, y por supuesto reafirma su identidad:

...se va renovando, porque mucha gente saca su credencial y no va a los partidos, son las finales y ya quieren... soy de la "Perra Brava" irá, irá... yo soy de la "Perra Brava" cabrón... hasta aquí tengo mi credencial.

4.2.2. La referencia situacional de la identidad: los espacios y escenarios

El fútbol ya no pertenece a la clase obrera, ha sido acaparado por la clase dominante y la dinámica del mercado. La afición desea recuperar este escenario y devolverle el juego a las clases trabajadoras; uno de los logros es su presencia en los estadios, apoyando al equipo favorito, y aprovechando este marco donde son claramente visibles para manifestarse.

En la tribuna de sol, situados bajo el tablero electrónico, justo atrás de una de las porterías, en un espacio de 100 metros cuadrados, es el sitio para la instalación y delimitación del territorio bravo. A través de la construcción de rutinas simbólicas (ritualidad) se apropian del espacio y se produce la sociabilidad y la tecnicidad de los procesos de interacción y comunicación, que legitiman sus prácticas y

liderazgos (Barbero, 1990). Los sujetos tienen el control. Es el lugar para ser “Perro Bravo”, espacio de adhesión y diferenciación.

Una de las formas de ritualidad de la barra se evidencia en la delimitación y apropiación del territorio: una hora y media antes del inicio del partido un colectivo de voluntarios -entre cuatro y siete personas- colocan lazos, mantas, banderas e instrumentos que dibujan los límites del espacio bravo, aquel donde se tejen y verifican los intercambios simbólicos.

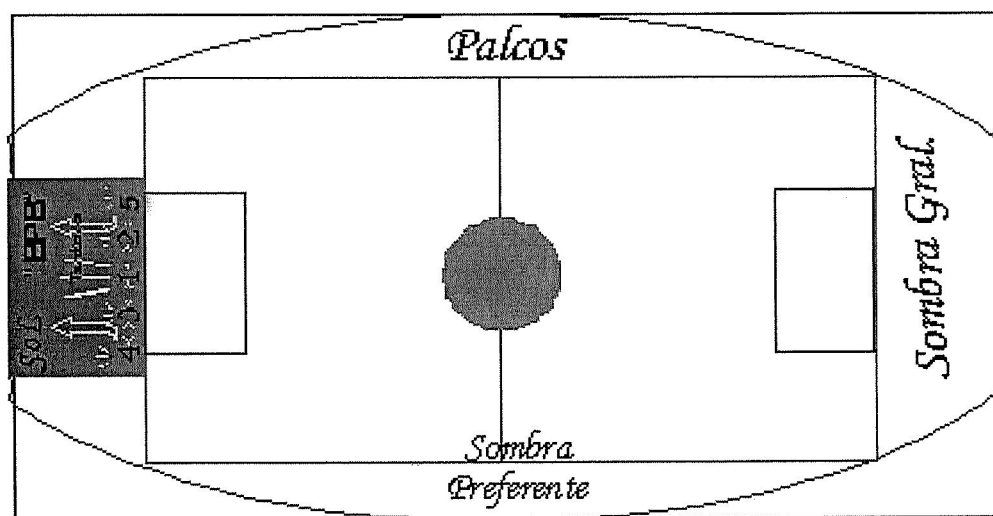


Fig. No.1 Localización de la barra en el estadio Nemesio Dies “La Bombonera”, los números indican la posición de los coordinadores de la barra durante el partido.

Fuente: Elaboración propia.

Este espacio alberga mil 500 a 2 mil aficionados aproximadamente; cuatro coordinadores colocados de manera estratégica guían a la barra durante el tiempo de estancia, son los responsables de hacer cumplir las reglas internas del grupo, tales como mantenerse en movimiento, depojarse de la playera al primer gol y repetir las porras. Además se encargan de distribuir las tareas antes del inicio del partido, colocar las lonas con frases de apoyo sobre las mallas que son visibles al terreno de juego. Como líderes predicán con el ejemplo, porque durante todo el encuentro se mantienen activos y motivados, aún cuando el partido sea aburrido o el marcador se encuentre en contra.

Ferreiro (2003) marca una pauta importante para el análisis de los fenómenos derivados del vínculo fútbol cultura:

Los resortes ocultos de la pasión y la entrega, los motores del enfrentamiento simbólico, y aún de la violencia física, descansan mucho más sobre el entramado cultural que manifiesta nuestras diversas pertenencias sociales que sobre un intangible y esotérico magma futbolero (p. 58).

El territorio bravo está lleno de prácticas singulares, es el único lugar del estadio donde se observa que algunos aficionados -coordinadores, el coordinador de los tambores y uno que otro miembro asiduo- consumen la cerveza en botella. En el resto del inmueble se bebe en vaso de plástico, por cuestión de seguridad de los asistentes. Esto se debe a que el propio comerciante de cerveza se ha integrado al grupo, inclusive además de dar estas prerrogativas a algunos miembros, es de los primeros en instalarse y con los mismos cartones de cerveza reserva lugar a sus clientes distinguidos y a algunos miembros de la porra que llegan cerca del inicio del encuentro. Según comenta Edna Díaz (1998) "... el espacio de los cerveceros es respetado, si de casualidad tú no sabes y te sientas ahí, te quitan... ellos mismos les apartan (el vendedor de la cerveza)". Como se puede ver el territorio permite la interacción de los individuos de una manera organizada por los mismos asistentes.

Este territorio es el escenario que los convierte en protagonistas, creadores de mensajes, es decir, el espacio adoptado justifica la construcción del discurso de dicho colectivo y le da sentido y pertenencia a los aficionados de la barra.

4.2.3 La referencia simbólica: el discurso verbal

La estructura de la identidad se manifiesta a través de la suma de las prácticas que se escenifican de manera cotidiana. En este apartado se analizarán los significados implícitos en el discurso verbal de la barra brava -las porras- que se localiza dentro de un ámbito de sentido al que Lonergan (1992) denomina el

patrón dramático. De esta manera se evidencian otros aspectos de delinean la identidad de este grupo.

El discurso de este colectivo propone diferentes lecturas, aquí se acompañan algunas de ellas vinculadas a los testimonios de los entrevistados. Primeramente la participación en las porras como requisito para permanecer en el grupo, Antonio el coordinador de la batucada, comenta: “La gente que venga aquí va a gritar y apoyar, y si no ponemos unos lazos y la gente que no quiera con todo respeto se puede hacer un lado para que no se le agreda...”

La catarsis y el desahogo es otro de los sentidos presentes: Edna Díaz habla al respecto: “...mi trabajo es de mucha presión, entonces ahí, como que te desahogas, gritas lo que no puedes gritar en otro lado, ahí sí...”, y continúa “...me emociono... no sé como explicarlo pero es muy padre, es muy bonito, cuando estás adentro, cuando se abrazan y se ponen a bailar y todo es muy especial...”. En esos momentos de encuentro grupal se integran al unísono, expresan sus emociones, contagian de entusiasmo a los jugadores y promueven la participación de la afición.

La “Perra Brava” es creadora de un discurso propio, original y espontáneo: cualquier miembro de la barra puede proponer versos que se ponen en común en el grupo durante la misma realización del encuentro, así lo confirma su fundador:

Todas las cosas se han dado espontáneas en la porra, nunca practicamos, o sea si alguien hace una porra, la apunta, la lleva y ya en el partido, yo traigo esta porra y ya dice como más o menos y ya se le dice a la demás gente, pero en el juego, no tenemos un tiempo o un día específico para reunirnos...

El uso del lenguaje vulgar al pronunciar las porras es algo evidente y los entrevistados hablan al respecto. Antonio Martínez comenta: “...yo no conozco ninguna porra que vaya a rezar, la porra sí es grosera pero no es agresiva, se defiende...”. Por otro lado María Teresa dice: “Sí canto... pero las goserías no (...)”

no me gusta que digan groserías... dicen unas muy pesadas...". El uso irreverente del lenguaje puede interpretarse como agresividad y rudeza, aunque no de manera obligada. El grupo por lo general es tranquilo, no promueve la violencia, aunque al ser violentados sí suelen defenderse; Rolando González lo interpreta de la siguiente manera: "...la forma en que se manifiesta la porra, por ejemplo, en movimiento, no está pasiva, se quita la playera, gritan, cantan, bailan (...) y el nombre no? "Barra Perra Brava" yo creo que a cualquiera le sorprende no? Dirán qué de veras muy perros o qué eh, es una porra normal...". Pero Antonio Martínez aclara: "...si alguien nos agrede, sí respondemos..."

El uso vulgar del lenguaje no es exclusivo del sexo masculino y aunque Edna Díaz asegura "...grito todo... me gusta gritar... bueno todas las porras, los gritos, los bailes, todo, pero yo no digo groserías...". No tenemos la certeza de que ese "todo" del que hace mención excluya el uso vulgar del lenguaje y que se haya cohibido con la entrevista mientras que en el calor del juego se le pueda escapar una que otra.

Antonio Martínez afirma que este uso irreverente no sólo es cosa de hombres "...para qué le voy a decir que no, aquí también en la porra hay dos, tres, señoras que también sí son o sea un poquito groseritas no? Para qué le digo que no, pero no se ofende a nadie, simplemente es el aspecto de apoyar a su equipo...". Como vemos, aún cuando pone en evidencia que la vulgaridad no es cosa exclusiva de los hombres, la termina justificando y minimizando. Al analizar el fenómeno futbolístico y las cuestiones de género, Ramírez apunta:

Se trata de un universo simbólico construido, practicado, narrado y disfrutado históricamente por hombres. Los atributos de este universo aparecen en el nivel discursivo, en las retóricas del espectáculo y también en las prácticas, reservadas tradicionalmente a los varones (Conde y Rodríguez, 1998, p. 6).

Y sobre la participación de la mujer explica:

“Si bien, en los últimos tiempos se ha visto la proliferación de mujeres en el espacio futbolístico ya sea en el ámbito de la práctica deportiva, del acceso a los espacios comunicativos y de asistencia a los escenarios deportivos, ninguno de estos tres elementos constituye una amenaza de usurpación de un espacio históricamente construido, practicado, narrado y disfrutado por hombres, sino por el contrario el mantenimiento de roles de género comúnmente aceptados” (p. 16).

A continuación se presenta un ejercicio de análisis del discurso de una de las porras más repetidas por el colectivo, en la cual se pueden observar elementos tales como la cohesión del grupo, la diferenciación con otras porras o espectadores, el apoyo incondicional, la exigencia al equipo, la masculinidad y virilidad:

Versión completa:

Todos estamos reunidos aquí

Todos estamos reunidos aquí

Gritándole, exigiéndole, apoyándole, sí, sí, sí, rojos

No somos la ULTRA no somos la PLUS

Somos la Barra, Muy Brava, Muy Brava de aquí, sí, sí, sí, rojos

Somos los diablos, somos chorizo, somos la verga, sí, sí, sí, rojos

Interpretación:

Todos estamos reunidos aquí

Todos- la barra perra brava

Reunidos- unidos, presentes, juntos, en hermandad

Aquí- con el equipo, en nuestra casa, en los dominios

Se repite, reforzando la idea

Gritándole, exigiéndole, apoyándole, sí, sí, sí, rojos

Gritándole- fuerte, con presencia, duro

Exigiéndole- que retribuya, que respondan al llamado

Apoyándole- sin condición, siempre
Sí, sí, sí- no hay otra opción
Rojos- el equipo, los once de la tribu

No somos la ULTRA, no somos la PLUS
No somos los otros, no nos confundan, identificación por exclusión

Somos la Barra, Muy brava, Muy Brava de aquí, sí, sí, sí, rojos
Sí somos la barra, la única barra, la original
Muy brava- cuidado con ella, precaución
Se repite, reforzando la idea
Sí, sí, sí- no hay otra opción (incondicional)
Rojos- el equipo, los once de la tribu

Somos los diablos, somos chorizo, somos la verga, sí, sí, sí, rojos
Somos los diablos- identificador del equipo rojo del Toluca, mascota
Somos chorizo- parte de la identidad toluqueña, alusión al rojo y al órgano
sexual masculino
Somos la verga- agresiva, grotesca, obscena, masculina
Sí, sí, sí- no hay otra opción
Rojos- el equipo, los once de la tribu

En este ejercicio se pueden distinguir los mensajes que la barra pone a disposición y que permiten conocer sus objetivos como grupo y dan señas de su identidad. En su revisión sobre los estudios en torno al fútbol, Villena (2003) comenta:

en la dimensión cultural, se ha destacado la función comunicativa del deporte, es decir, su carácter de arena pública en la que concurren diversos actores sociales con el fin de elaborar y hacer manifiesta, usualmente bajo formas simbólicas muy elaboradas, su propia concepción sobre la vida y la sociedad (...) en la primera mitad de los años '80, Archetti inicia una fecunda producción antropológica sobre el fútbol, la

cual arranca con un análisis del ethos de las hinchadas de los clubes argentinos, prestando especial atención a cómo el comportamiento verbal que las mismas exhibían en los estadios apuntalaba la construcción de identidades masculinas de cierto tipo específico (pp. 23-24).

En anexos se pondrán a disposición del lector un repertorio más amplio de las porras que fueron registradas en el trabajo de campo. (Ver anexo 3)

Por último, se desarrolla un apartado donde se analizan distintos indicadores encontrados en las entrevistas dirigidas, que nos dotan de informaciones muy precisas sobre cómo se ha construido la afición al fútbol en las trayectorias individuales, la pertenencia al grupo, los gratificantes que el aficionado encuentra en su práctica, la participación de la mujer y la familia y el protagonismo individual y grupal.

4.3 La interpretación del ladrido. Análisis colectivo de las entrevistas

4.3.1 La participación de la mujer y la familia en la Barra Perra Brava

Esta última sección es el resultado del trabajo de análisis colectivo de las entrevistas, que contribuye al proceso de localización de sentidos en los relatos de la Perra Brava.

En primer término se plantea la implicación que tiene la familia en la formación de la afición. Siguiendo a Fernández (2000), la familia es un grupo primario de referencia y tiene un vínculo muy fuerte con las tareas que los miembros del grupo organizan; en los relatos de los aficionados se encontró una constante que pone en evidencia la influencia de la familia para manifestarse a favor de la práctica del fútbol y en la elección de un equipo; a continuación se presentan algunos testimonios que confirman este fenómeno.

Las prácticas familiares se promueven a partir de los gustos que los miembros manifiestan. Ma. Teresa Cuadros, de nueve años, pone de manifiesto la forma en que se promueve la afición desde el hogar y la manera en que los adultos

organizan la agenda de actividades: "...todos los de aquí (sus tíos) le van al Toluca, todos; mi tío... por parte de mi mamá apoya mucho al Toluca, siempre...". Sus actividades como aficionada al fútbol están supeditadas a la asignación por parte de los adultos y en este caso su asistencia al estadio depende de que le compren el boleto de entrada. "...Sí, a veces mi mamá me lo compra y mi tío me lo invita". Cuando se le preguntó sobre la dinámica familiar en domingo, Ma. Teresa comentó: "...almorcé... vi las caricaturas, busqué mi ropa para bañarme... fui con mis primas a la doctrina, las peiné y las fui a dejar... regresamos... y vimos las telenovelas y después... el partido de Brasil contra México".

Por otra parte, Antonio Martínez, de 35 años, confirma lo anterior comentando que su padre le transmitió el gusto por la práctica y la afición al fútbol:

Sí mi papá sí, sí le gustaba el fútbol, sí... me acuerdo, más o menos recuerdo alrededor de como 7 años, cuando por primera vez me llevaron a mí a la Bombonera, fue cuando, cuando, me empezó a gustar más el fútbol (...) sí todos mis hermanos les gusta el fútbol, este de hecho pus, todos lo hemos practicado pero ellos no son tan, tan aficionados, no de que se metan así a un partido de fútbol no son tan aficionados. Yo soy fanático, yo soy aficionado.

Situación similar vive Edna Díaz, quien inició su gusto por el espectáculo deportivo de la mano de su padre:

mi papá desde hace mucho tiempo que iba al fútbol... de vez en cuando me llevaba mi papá..., ya prefiere más tranquilidad... pero ahorita ya es por convicción que me gusta ir...a mis hermanas sí les gusta pero luego no quieren ir... a veces me dicen que estoy loca.

Finalmente, como se puede observar en el testimonio de Rolando González "La Perra", a pesar de que la práctica del boxeo era la actividad masculina en el hogar, la afición al fútbol inicia desde temprana edad y es motivada por la familia materna:

Somos 8 hermanos, cuatro hombres y cuatro mujeres... a mis hermanas les gusta mucho la afición al fútbol y los hombres practicamos box... Por ahí así del 65 cuando me llevaron mis tíos maternos... me impresionó mucho el estadio... el uniforme rojo, la tribuna llena... y me nació el querer fue como un acercamiento a mi identidad... un orgullo de pertenecer a Toluca de saber que tenía un equipo de fútbol y que era famoso... porque por parte de mi papá casi todos somos la afición que tenemos es por el boxeo no por el fútbol... yo practiqué boxeo amateur... claro nos identificamos ahora... con la ciudad con los colores y el fútbol, me gusta verlo... nunca lo practiqué...

De esta manera se pone en evidencia la fuerza de la familia como elemento clave en la formación de la afición, además como se pudo constatar en todos los entrevistados esta práctica inicia a temprana edad y es tan fuerte que se adhiere a su estilo y forma de vida hasta la adultez. Los testimonios presentados dan cuenta de lo que Vélez (2008) concluye: “el fútbol ha invadido la vida cotidiana, comienza a afectar la dinámica familiar y a determinar el orden de la vida diaria de la población, acicateando la acción social” (p. 184).

Sin embargo dentro del núcleo familiar también se pueden encontrar diferenciaciones en la dinámica de las prácticas que ponen en riesgo la estabilidad de las mismas, pero que los entrevistados supieron librar, al menos en lo aparente. Antonio Martínez deja ver la tristeza que le provoca que su propio hijo no comparta su pasión por el Toluca, e inclusive que le vaya a otro equipo. La sensación de traición está presente:

yo le compré su uniforme del Toluca... y le dijo a su mamá, ya no quiero que me pongas este uniforme, porque yo no le voy al Toluca... imagínese cómo se siente uno... y le digo tú al que le quieras ir (...), le digo 'ora sí... estamos bien con mi familia y con el Toluca... me doy por bien servido.

Al abordar la trascendencia que puede tener ser hinchas en la sociedad argentina, Ferreiro comenta:

Todos sabemos que uno puede, a lo largo de una vida, mudarse de barrio o de ciudad, cambiar sus opiniones políticas y hasta de pertenencia social; pero, sobre todo en nuestra sociedad (argentina), es mucho más raro, casi una patología, encontrar a alguien que haya cambiado de colores, de equipo, de esa lealtad elemental que constituye nuestra futbolera pasión personal. Lealtad que a veces es recompensada con la vanidad de su exhibición, y otras debe ser ocultada cuidadosamente para evitar suspicacias, comentarios irónicos e hirientes, y eventualmente un choque físico (2003, p. 57).

En una situación similar se encuentra Rolando González. Cuando su esposa no encuentra la misma atracción por el fútbol y decide no acudir al estadio con él: “a mi esposa no le gusta, inclusive no la llevo, pero a mi mamá sí, hasta me despertaba, ¿no vas a ir al partido?... A mis hijas, nada más a la más chica le gusta, pero no las llevo al estadio... hay que estar en el sol, estar brincando, si llueve no se quitan... más que porra familiar, es una porra pero de barrio...” “...pero sí lo ven en televisión... visten a sus muñecos y les ponen su bandera...”

Para Protzel (1994) la transmisión en directo de los partidos por televisión ha propiciado interesantes transformaciones:

En primer lugar, la privatización del espectáculo, que desde hace unos veinte años deja de ser la simple reproducción a distancia del evento público, a falta de la posibilidad de desplazarse al estadio. El aumento colosal de la afición televidente ha disminuido proporcionalmente la de las graderías, aunque esta última todavía sea importante, pero integrada a la escena exhibida, como en el caso de las barras. En segundo lugar, a esta vivencia hogareña corresponde un fenómeno de mercado; el fútbol llega no sólo a más gente, sino a categorías sociales que antes no participaban en él, como las mujeres, aumentando y diversificando la oferta publicitaria para las transmisiones comerciales. De esta suerte el fútbol deviene en negocio multimillonario; cuando se trata de competencias importantes los criterios de programación se subordinan al fútbol, fijándose precios extraordinarios por la venta de tiempo publicitario (p. 6).

Se puede concluir que la construcción de la afición es un fenómeno que tiene su raíz en la familia, es promovido y mantenido en el núcleo de la misma, por lo tanto es un indicador fundamental al hablar de afición.

El segundo aspecto es la participación de la mujer en la barra. Los testimonios sobre este tema se dirigieron a las prácticas verbales -como el uso del lenguaje vulgar- y a las consideraciones que tienen sobre ellas dentro del grupo, como se verá a continuación en los fragmentos de las entrevistas.

Edna Díaz considera que el ambiente es propicio para participar de él: "...la gente te respeta, vez a los muchachos y dices (ay que borrachitos o así) ...te respetan muy bien, es muy padre...". Aún cuando las mujeres son minoría y los hombres se encuentran bajo la influencia del alcohol, el trato que reciben les permite estar tranquilas y disfrutar del ambiente sin riesgo alguno, no son agredidas.

Por otra parte, hay mujeres que participan con la porra y que les incomodan ciertas situaciones, como el caso que comenta María Teresa Cuadros: "bueno, sí me gusta pero luego los hombres empiezan a sudar y huele feo...". Esto se podría considerar como una agresión, aunque no es una limitante para dejar de estar con la barra.

En lo que se refiere a la práctica del despojo de la playera al caer el primer gol, las mujeres tienen claro que no es una obligación para ellas, que inclusive están exentas, como expresa María Teresa: "... la mayoría sí se la quitan, las mujeres no tenemos que hacerlo..."



4.9 Hombres sin camisa comparten el espacio con mujeres, quienes no tienen la obligación de despojarse de la playera como parte del festejo. Foto: Nina Martínez

En cuanto al uso del lenguaje, tal como se manifestó en el apartado anterior, aún cuando las entrevistadas aseguran no utilizar palabras irreverentes, esto no aplica para todas las mujeres, pues hay quienes se expresan libremente dentro del grupo y no son vistas de manera negativa, como lo expresó Antonio Martínez, coordinador de la batucada.

Sobre las relaciones de género en las barras, Ramírez (2006) plantea:

Toda arena simbólica puede devenir en lugar de disputa por la hegemonía, el territorio futbolístico parece estar constituyéndose como un espacio donde se producen operaciones de apropiación, por parte de las mujeres, de ciertas prácticas, valores y representaciones históricamente asumidas como propias del género masculino (...) Y la incorporación de la mujer no significa la constitución de universos autónomos de lo masculino, antes bien, la ratificación del machismo futbolístico. Las hinchas mujeres son habladas por el lenguaje masculino, son incorporadas por sus códigos, son atravesadas por sus prácticas (Conde y Rodríguez, 2006, pp. 13-14).

4.3.2 Elementos distintivos de la identidad de la “Perra Brava”

4.3.2.1 La identificación con la ciudad

El sistema de valores y símbolos que constituyen la ciudad condiciona las actitudes y comportamientos de quienes la habitan; su estructura está dotada de significados que determinan la construcción de un perfil de ciudadano y de su

propia autopercepción. Al respecto, Ferreira (2001) comenta: “Una mirada por tribunas populares y plateas de estadios de fútbol permite notar la identificación de las personas con los lugares donde viven”, y sobre los tipos de aficionados explica:

Entre los hinchas, el uso de (ser) y (estar) marca distancias. Los que van por ahí diciendo (Estoy feliz porque mi equipo ganó) tienen su identidad al resguardo semi-permanente del triunfo. Quienes afirman orgullosos que son felices porque son de Los Andes (o de otro cuadro) merecen el cielo futbolero (...) Los unos son simpatizantes. Los otros son hinchas. Los unos miran el diario para ver si están en condiciones de alardear. Los otros acostumbran no recurrir al periódico para enterarse de los resultados de su equipo (pp. 1-2).

Es el caso de los aficionados a la “Perra Brava”, que se diferencian del resto por su carácter efusivo, califican desde su rol al resto de los habitantes de Toluca a los que consideran fríos, especiales y hasta malinchistas, como se manifiesta en los siguientes testimonios. Antonio Martínez, coordinador de la batucada de la “Perra Brava”, expresa su sentir sobre sus paisanos: “la gente de aquí de Toluca es bien fría, serio, no sé, cuesta mucho trabajo para prenderla”.

Por su parte, Edna Díaz al tener bajo su responsabilidad a un grupo de personas en el trabajo, apunta hacia una pérdida de autoridad sobre sus colaboradores al ser relacionada con la barra y toda la carga simbólica que eso representa, desenfreno, vulgaridad, atrevimiento. Ella lo expresa de la siguiente manera: “la gente como que es medio especial no?, aquí en Toluca, entonces a mí me dijeron, ¡ahí te vi en la perra no?, y estabas gritando!, o sea tengo a mi cargo un grupo de personas y son entonces ellos especiales, bueno yo pensaba van a decir pues ésta ya está allá en la perra”. Se siente avergonzada, aún así, como se verifica más adelante, el disfrute y gratificantes por la actividad la mantienen comprometida con su equipo y con la barra.

En su trabajo sobre cultura, identidades, subjetividades y estereotipos, Bayce (2003) hace referencia a los complejos procesos mediante los cuales se construyen y reproducen las imágenes en la interacción intersubjetiva para el caso del fútbol uruguayo:

A un estereotipo se sucederá otro. Desde Max Weber (1985) y, más claramente, desde Berger y Luckmann (1967), sabemos que construimos nuestras cogniciones por tipificación y que en esa reducción de complejidad para la interacción intersubjetiva comunicativa las autoimágenes se proyectan en heteroimágenes y éstas se introyectan en autoimágenes, en una rica ritualidad sociocultural de variados resultados dependientes de la fuerza simbólica de los elementos en interacción sociodinámica (pp. 165-166).

Otra forma de percibir a los habitantes de Toluca es la que expresa Rolando González, fundador y vicepresidente de la barra brava: “Yo siento que en Toluca la gente es muy tranquila, prefieren ser tranquilos a efusivos, pero yo creo que eso es lo novedoso y por eso somos diferentes”. E inclusive a la propia afición le atribuye ciertos elementos que los diferencian:

la afición se había alejado del estadio, nadie portaba una playera del Toluca porque era en cierta forma vergüenza no?, cualquiera lo criticaba, -oye ¿para qué te pones eso?, y la gente se había vuelto muy malinchista, era apática a la identificación de su ciudad a la identidad que tenemos. Nadie gritaba, nadie apoyaba, la gente estaba fría, iban a abuchear y pus no (...) las otras porras también tiene su lugar, al asistir al estadio es más que suficiente para tener un reconocimiento, van con el deseo de ver ganar a su equipo, que no se integren al festejo como lo hacemos nosotros, pues será porque a unos siento que les da temor o piensan que somos gente vulgar, pero no somos maleantes.

Este testimonio es una evidencia de la diferenciación de compromisos, lealtades e identificación con la ciudad y con el equipo. Si éste va bien, si se está ganando, entonces “se siente orgullo”, si pasa por una mala racha, se prefiere alejarse y no manifestar el apoyo de manera visible, a diferencia de los miembros de la barra,

quienes en las malas y en las buenas manifiestan su entrega e incondicionalidad. Aquí una expresión de Rolando González que sintetiza su lealtad: "...con Toluca hasta la muerte, ¡yo le voy al Toluca aunque gane!"

4.3.2.2 La diferenciación con otras porras

Uno de los aspectos distintivos en el discurso de los entrevistados se refiere a la manera en que se constituyen las porras y los fines que persiguen, esto vinculado al objetivo fundamental de los integrantes de las porras, el apoyo incondicional, un elemento que les permite sentirse orgullosos de formar parte, según Rolando González, de la mejor porra de México, la "Perra Brava".

En los siguientes fragmentos de las entrevistas se podrán notar esos elementos de distinción que hacen de la barra roja un ejemplo de apoyo incondicional, Rolando González habla al respecto:

afortunadamente para el Toluca, pues se dio sola la porra, inclusive dice que la porra no se hace, se nace, porque ahora por ejemplo en América está formando una porra que le llaman la "Monumental" con todos los gastos pagados y le compran los humos, los listones, las serpentinas, todo, todo le pagan... la de los pumas también son subsidiadas.

En este testimonio Rolando deja ver que una verdadera porra es aquella aparece, crece y se financia sola, pues la pasión por un equipo, "no se compra, se siente", por lo que él y los otros integrantes consideran una barra incondicional, que no se vende. Se observa el rasgo de identidad al establecer la diferencia con otras porras, nosotros a diferencia de los otros.

Por su parte Antonio Martínez agrega:

Yo siento que eso ya lo trae una adentro, o sea ¿ora sí, que los colores ya se traen, y el sentimiento no se compra... Después se hizo la "Ultra Tuza" -del equipo Pachuca-, pero pues esa porra es comprada, no son de ahí de Pachuca, son chilenos y argentinos, costarricenses... que perciben un sueldo.

Antonio reafirma su postura de aficionado como algo inherente a él, como parte de su naturaleza, un valor introyectado desde su nacimiento y reforzado por la familia. Se manifiesta por convicción, por su arraigo a la ciudad, y al expresar que “el sentimiento no se compra” establece una diferencia clara con aquellos aficionados que están por conveniencia, es decir hay una clara alteridad: la convicción *versus* la conveniencia.

4.3.2.3 Elementos de identificación hacia el interior del grupo. Estructura y pertenencia

El espacio que vive en común la Perra Brava, el territorio apropiado por sus miembros, es el lugar donde circulan las emociones, los afectos y los símbolos, es el lugar donde se inscribe la memoria colectiva, y que permite la identificación. Como plantea Ramírez, “desde el punto de vista sociocultural el fútbol es una práctica festiva que genera en las personas procesos de identidad y mecanismos de reconocimiento” (2003, p. 106). En el capítulo anterior se expuso que para fines de este trabajo se entendería a la identidad como el resultado de las relaciones que se establecen en ciertos espacios y temporalidades donde los sujetos comparten sentidos sociales; a continuación se presentan algunos datos y momentos de las entrevistas que permiten verificar la manera en que se ha formalizado la estructura del grupo, cómo están organizados, símbolos y emociones que apuntan hacia la identificación de sus integrantes.

4.3.2.3.1 La estructura formal del grupo

Anteriormente se comentó cómo surgió la idea de conformar al grupo, enseguida se precisa la manera en que se constituyó y parte de sus procedimientos para pertenecer de manera oficial. Acerca de la elección del nombre, como se ha expuesto anteriormente, Rolando González explicó:

...proponemos nombres... los muchachos dice que se llame “Barra Perra Brava”, a mi papá le decían “la perra” y yo lo heredé de él, entonces, queriendo ser originales desde un principio nos manifestamos con un nombre distinto al resto... En 1994 se me

ocurre hacerla en forma, ya con gente responsable para organizar algo diferente no?, hicimos la directiva, un presidente, un vicepresidente, un secretario, un tesorero y un vocal.

Antonio Martínez, coordinador de la batucada, comenta sobre las personas en quienes recae la responsabilidad de la administración de la Barra:

...hay un presidente que se llama Guillermo González, el secretario que es Adrián Guerrero, el tesorero Israel González, y el vicepresidente que es Rolando González "la perra" Ellos son la mesa directiva y yo soy el coordinador de la batucada, eh, ellos son los que manejan, digamos, en este caso, el aspecto financiero de que los viajes, ellos este dicen sabes qué, va a salir de a tanto y ya se piden los camiones.

4.3.2.3.2 La pertenencia

Aunado a la integración de la mesa directiva y como parte de la formalización deciden elaborar credenciales para distinguir a los miembros del grupo y el procedimiento para su obtención lo expone Antonio, quien dice que a pesar de que es sencillo obtenerla -con dos fotografías y 10 pesos- se debe usar con responsabilidad, ya que de acuerdo a su percepción implica más que el simple beneficio de presentarla para comprar un boleto: también les da pie para presumir que son parte de la barra y se aprovechan del protagonismo y la fama del grupo, Antonio señala:

...lo que pasa es que mucha gente saca una credencial y no va a los partidos y va cuando por ejemplo, son las finales ya quieren que por ejemplo, es que, muchas veces con la credencial tiene acceso a comprar los boletos, si me entiende? Un día fui acá a Capultitlán y este estaba, un muchacho ahí platicando y -ya sabe no? -no irá, derecho que yo soy de la Perra Brava cabrón, me cae irá, irá bueno con decirte que yo he ido a todos los estadios ira, me cae, a todos los estadios yo los conozco irá, es más con decirte, que este yo los conozco a todos, es más irá me cae que, nomás pregunta ahí por y yo agarré y por curiosidad no? quién es este cabrón y por más que le di vueltas y vueltas y dice -es más ira hasta aquí tengo mi credencial y sí sacó su credencial... Volteó el ese cuate, y se paró y me fue a saludar no? según, pero yo la verdad ni lo conocía, -¿qué pasó?- , pos yo nomás no? 'ora si hasta pa' no quedarle mal, no? -pus que pasó- y ya no eso, eso fue todo, no pus que que, ya agarré y le digo, -pus sabes que discúlpame no?- y ya agarré y hasta luego. Yo siento que es o

no es, no? porque pus la verdad no, total pus, si uno quiere apoyar no es necesario de que uno presuma o no?

Las palabras de Antonio están cargadas de sentidos, por un lado la credencial otorga cierto estatus dentro y fuera del grupo, es un símbolo de reconocimiento vinculado al valor que le dan a la pertenencia entre los miembros y no miembros. Por otro lado, en el caso planteado por Antonio queda en evidencia su postura selectiva ya que al no reconocer al sujeto en cuestión se le descalifica, entonces supone Antonio que utilizan la fama del grupo para otorgarse un valor agregado entre la gente no perteneciente, y por lo tanto es considerado como un oportunista.

Sin embargo hay participantes en la Barra que asisten de manera constante y que aunque no son miembros formales -es decir no cuentan con la credencial-, ya son reconocidos y respetados en el grupo, tal es el caso de Edna Díaz, quien explicó:

No, no pertenezco, digamos oficialmente, pero desde la temporada anterior, verano '98 que estaba ahí. ...no sé cómo se obtiene -la credencial-. Conozco algunas personas que la tienen y sé que las firman varias personas tanto de la directiva de la perra como del club, (...) los que estamos ahí de alguna manera ya los identificas y te respetan, pero, si pasa alguien de otro equipo o con su playera le dicen hasta lo que no, o igual si pasa alguna chica, también le dicen de cosas no?, pero las que estamos ya adentro no.

Edna se considera un miembro más aún cuando no cuenta con su credencial, para ella no es una condicionante y es probable que no le interese tramitarla ya que no es un requisito para participar con la Barra. Ella se siente parte sólo por el hecho de estar ahí, apoyar y disfrutar del ambiente. Asimismo permite observar en su relato un elemento de diferenciación al mencionar "los que estamos ahí, ya de alguna manera los identificas", es decir nosotros, los del grupo, nos cuidamos y respetamos a diferencia de los otros, que deben tener precaución pues pueden

ser sometidos a castigos y agresiones físicas o verbales por invadir el territorio sin justificación o desconocimiento. En ese sentido, Ramírez concluye:

La principal causa de violencia y/o los enfrentamientos entre rivales se dan principalmente por la disputa de una supremacía simbólica, o como reacción frente a una "injusticia" deportiva que suponga la reposición imaginaria de un estado de justicia ideal. En este sentido hay que entender la violencia como una agresión ritualizada, en donde existe una disputa por un capital simbólico (pp. 16-17).

Es claro entonces que la credencial aporta al sujeto un elemento de identificación pero no es determinante en el proceso de permanencia y participación, ni mucho menos de reconocimiento en el grupo. Lo que cuenta es estar ahí, demostrar su convicción y entrega al momento de representar el rol de jugador número doce.

Cuando se habla de pertenencia, uno de los elementos más visibles es la vestimenta; es común escuchar que cuando una persona es afín a un grupo posee ciertas características de presentación personal que la identifica como parte de los seguidores. Inclusive el dicho "trae bien puesta la camiseta" es signo de representación e identificación.

Lo mismo pasa con la afición al fútbol, portar la camiseta de tu equipo, es señal de ese vínculo. Angelotti (2004) plantea que la pertenencia a un club:

ubica a los sujetos en un territorio específico, los dota de una insignia (la camiseta, los colores, el escudo), los diferencia, y, al mismo tiempo, fortalece los valores propios (...) la adhesión como simpatizante de un club, nos sumerge en una comunidad imaginada, un colectivo de pertenencia que nos une a otros, incluso, con aquellos que no conocemos (p.14)

Aunque, como subraya Vélez (2008), esos vínculos también han sido explotados con fines económicos:

El aumento de hinchas es tan irrefutable como su falta de conciencia crítica ante las acciones de directivos del club quienes permiten, sin ningún recato, que las camisetas, el más alto valor simbólico del fútbol donde se muestran los colores del equipo y se anuda la pertenencia de los seguidores del club, sean invadidas por los emblemas de empresas que publicitan sus mercancías sobre ellas (p. 192).

Para el caso de los entrevistados es un elemento indispensable, por ejemplo María Teresa Cuadros, de nueve años, quien además de portar su playera roja expresó su simpatía al equipo al comentar: “a veces me ponen sellos, a veces me pintan el pelo”. Por su parte, Edna Díaz manifiesta el uso de otros accesorios: “mi bandera, mi gorra roja, tengo un paliacate, bueno no es un paliacate es una cinta que a veces me pongo”. Protzel (1994) comenta: “ser hincha, es sentirse representado en una simbólica concreta, pese a que esos lazos de representación puedan tornarse eventualmente arbitrarios de una época a otra” (p. 1).

Sin embargo una situación a considerar para portar un distintivo del equipo es el propio desempeño del equipo ya que como Rolando González comentó:

la afición se había alejado del estadio, nadie portaba una playera del Toluca porque era en cierta forma vergüenza no?, cualquiera lo criticaba, -oye para qué te pones eso?, es sinónimo de perdedor, olvidando la verdadera esencia de portar la playera; no es hasta que el equipo vuelve al camino de la victoria que se regresa a portar la playera del Toluca con mucho orgullo y es entonces que mucha gente se identifica con el equipo del pueblo, de aquí mismo, de la ciudad de donde están nuestras raíces.

Mientras tanto la filosofía pretendida por la “Perra Brava” incluye una lealtad al equipo; su orgullo al portar una bandera o playera no está sujeto a los resultados, sino a su pasión. A diferencia de muchos otros aficionados que se dejan determinar por la buena racha del club y no por una identificación desinteresada, sino más bien por el prestigio que adquiere al ser identificado como campeón. En palabras de Antonio Martínez se sintetiza lo anterior:

Yo siempre, siempre, siempre, siempre del Toluca, yo decía ... “yo le voy al Toluca aunque gane”, [y agrega]: a veces dejo, dejo hasta las bueno cuando no es muy importante no porque casi siempre, le digo, ¡arajo, lo que sea, lo que haiga!, no faltas a los partidos, puedo faltar a misa, pero a los partidos, no.

En este sentido, Protzel (1994) señala :

el valor de la socialidad -el estar juntos- no radica en la utilidad racional de sus objetivos sino en la agregación social por sí misma, como hecho y placer, en el reemplazo de la banalidad cotidiana por la plenitud de la entrega a una causa común, cualquiera que ésta sea. No importa que la comunidad sea precaria por estar unida sólo por una emoción, basta con que sea: para los sociólogos post-modernos corresponde más a procesos de identificación que a identidades culturales (p. 4).

4.3.3 El protagonismo como indicador de la identidad en la “Perra Brava”

Durante el proceso de la investigación y haciéndose más evidente al analizar las entrevistas, se encontró un indicador, el deseo de protagonismo, que se entiende como visibilidad, es decir, el momento en que el aficionado pasa del anonimato al hecho de ser tomado en cuenta y reconocido, por otros, en escenarios distintos al del propio estadio.

Los enfrentamientos entre las hinchadas podrían considerarse el ejemplo más evidente de este fenómeno, que como analiza Protzel (1994)

es parte de una guerra cuyos rituales se inician en las calles antes del partido, prosigue en las graderías y se extiende después nuevamente en las calles. Pero el encendido de fogatas en la tribuna después de la derrota, las grescas a la salida, la celebración ruidosa con alcohol y el vandalismo son comunes a todas las barras, se gane o se pierda (p. 4).

El protagonismo del grupo empieza por la originalidad de la Barra, sus prácticas novedosas como el despojo de la playera, y el sentido colectivo de tener una implicación más allá en el propio espectáculo es un indicio de haberlo logrado; así lo expresa Rolando González: “queríamos ser el jugador número doce, participar

en el juego, entonces optamos por brincar, saltar, que hubiera dinámica... entonces empezamos a llamar la atención de la gente.”

La porra llamaba la atención entre los aficionados, pero han sido los medios de comunicación masiva quienes han colocado a la Perra Brava en el escaparate y le han dado inclusive, en lo individual, la oportunidad de sentirse especiales e importantes, como destaca en los siguientes fragmentos de la entrevista con Antonio Martínez:

En televisa estuvimos con Nino Canún, este por radio nos han entrevistado, vino Fox de Los Ángeles, la CBC, Univisión de habla hispana de Miami. También medios de comunicación escrita, *El Reforma* y hubo una televisora de Alemania que nos entrevistó, que inclusive tuvieron un traductor... y también de Japón hubo una entrevista... gracias a Dios ya es conocida así en poquitas partes... Me dicen de allá de mi pueblo, ¡saliste en la televisión! pus qué!, y le digo es que se hace, se va haciendo rutina, se va haciendo costumbre no?

Y aunque afirma: “mire yo le voy a ser sincero, a mi así en realidad el protagonismo, casi mucho mucho no, o sea exagerado, si me entiende?”, la verdad es que la visibilidad le ha dado fama e inclusive se siente especial al ser tomado en cuenta por los medios y reconocido entre sus paisanos, y considera que la porra de la que forma parte es un ícono de la afición.

Por otro lado, para Edna Díaz pertenecer a la Perra Brava ha sido motivo de satisfacción, pero también la llena de pena: al ser identificada por sus amigos tiene la sensación de estar en riesgo. Inclusive la presión social llega a ser determinante para la toma de acciones, aunque para el caso de Edna no ha sido un inconveniente y continúa asistiendo:

Salí en dos o tres ocasiones, me vi en acción y en no sé que otro programa y pues estoy gritando,... se siente bonito... lo que pasa es que bueno, es que aquí la gente como que es medio especial no?, aquí en Toluca, entonces a mí me dijeron ¡ahí te vi en la perra no?!, bueno yo pensaba van a decir pues esta ya está allá en la perra.

Como grupo han tenido un despliegue importante en la agenda mediática, han sido identificados como representantes de la afición toluqueña y su proyección ha sido internacional. No hay que olvidar, como menciona Alabarces (2000), que “el deporte es hoy la principal mercancía massmediática, el género de mayor facturación de la industria cultural, el espectáculo de mayor audiencia de la historia de la televisión galáctica” (p. 17).

Esto ha servido para que la directiva del club otorgue algunos beneficios a la barra, así lo expresa Rolando González:

Cuando se empezó a hacer famosa la porra, la directiva se empezó a acercar a nosotros, nunca habíamos pedido ninguna ayuda... y nos dieron 10 boletos, luego ya nos dieron el 50% de la entrada y el 50% del pasaje del camión, cuando salíamos a otros estadios

Finalmente se puede constatar que los integrantes de la Barra sienten que su participación ha sido tal en el espectáculo que se atribuyen parte del triunfo del club, es decir se consideran como uno de los actores principales del espectáculo futbolístico, como lo manifiesta Antonio Martínez: “Se dio todo, tanto directiva, como técnicos, jugadores, porra, todo, todo, todo, o sea, ora sí que todo engranó.”

De esta manera, se confirma lo que plantea Alabarces (2000):

los sujetos participan de una acción doble, actor/espectador, donde la participación en el estadio supone una forma de intervención fuerte, que imaginariamente decide la suerte del juego (...). Así, la colocación respecto del espectáculo massmediatizado resulta original, ya que evade toda posibilidad de pasividad y transforma, incluso, las narrativas puestas en juego (p. 20)

Con lo expuesto aquí se puede concluir que el protagonismo del grupo se distingue a partir de dos mecanismos: uno interno, que proviene de la propia dinámica del grupo, es decir, la particularidad de sus prácticas y su entrega. Por

otra parte, la externa, proporcionada por los medios de comunicación masiva, que fijaron sus lentes y plumas en torno a este fenómeno que definitivamente generó ventas y que le permitió a toda una ciudad ser visible internacionalmente además de por su “chorizo verde”, por su aguerrida afición.

4.3.4 Gratificantes. Definitivamente el jugador número doce

Al contestar la pregunta ¿qué motiva a la “Perra Brava” a continuar apoyando con tanta pasión a su equipo?, se pueden pensar varias respuestas: la identificación con la ciudad, el placer que genera el desfogue de energía al brincar y cantar, pasar una rato agradable con los amigos desde las tribunas, inclusive -como se anotaba en el apartado anterior- salir del anonimato y disfrutar por unos momentos de ser visibles.

Durante la observación participante se experimentó la energía que se produce mientras se desarrollan las coreografías “perrunas”, la manera en que se contagia y somete a sus ritmos a quienes comparten ese momento, al terminar la sesión de grupo el participante se va eufórico: aún cuando el equipo no haya triunfado en la cancha la “Perra Brava” no decae.

Pero cuando se trata de descifrar o identificar los diferentes motivadores de la afición no sólo se manifiestan en el terreno de juego, sino fuera de él, en ocasiones sorpresivos hasta para los propios miembros, una motivación extrínseca que refuerza la pertenencia. En suma, siguiendo a Ferreiro (2003), una hinchada es básicamente, una comunidad hermenéutica que basa su capacidad de interpelación en el inter-reconocimiento con otros colectivos semejantes (p.63).

Enseguida se observan distintas gratificaciones encontradas durante el análisis de las entrevistas, Rolando González plantea cuatro elementos clave: la unión, el orgullo, el protagonismo y la identidad, y todo lo opuesto, los sinsabores, riesgos, golpes y riñas que se ven compensadas al lograr un campeonato:

Aparte de los campeonatos... la satisfacción de ver, o sea a la gente de mi ciudad, la gente de mi estado que se identifica con el nombre de mi ciudad no?, con el equipo... ya cualquiera trae una playera del Toluca con mucho orgullo... los campeonatos que nos han dado la unión de la familia, sentimos satisfacción al ver a nuestro equipo conseguir el triunfo, el reconocimiento que nos ha dado la gente de toda la república y hasta internacionalmente...

Edna Díaz, integrante de la barra, se refiere al placer que encuentra al compartir su afición con los miembros de la “Perra Brava”, inclusive la concibe como una necesidad, ya que es tal el grado de satisfacción que no se imagina sin él: “pues a mí me da gusto estar ahí, lo disfruto y (...) como que me da pena, pero también me gusta estar ahí, de hecho, haz de cuenta que no concebimos un fin de semana sin partido”.

Sobre lo que podrían considerarse “sentimientos encontrados”, Fábregas (2006) explica:

es el sentimiento de identidad simbolizado en un equipo de futbol, uno de los mecanismos que admiten la conjugación de grupos religiosos disímiles, o de clases sociales diferentes y aún en conflicto, en un sentimiento común. La variedad humana encuentra en un equipo de futbol a un mecanismo de integración y de sobreposición de las diferencias y de las desigualdades, incluyendo al género y a las preferencias sexuales (p. 7).

Otro de los entrevistados, Antonio Martínez considera que participar de la dinámica de la “Perra Brava” es un elemento distractor, de relajación y olvido de la rutina que le provee de un espacio para retomar con nuevos bríos la vida cotidiana:

...por ejemplo uno tiene preocupación, uno tiene, no sé a lo mejor, está en otros problemas en otras cosas y por si quiere usted, por un momento, por un bloque, llegan 2, 3, 4 horas de, te relajas, se olvida de todo no de todo todo y no se no se va uno ahí al... ponerse ora si otra vez a cargar energía para echarle los kilos a la semana, o sea yo lo tomo así como un relax.

Antonio plantea también otro tipo de gratificación, aquel dotado por las instituciones, en particular las de orden político, quienes los han volteado a ver para, entre otras cosas, agradecerles el apoyo incondicional y reafirmarlos como íconos de la identidad mexiquense, lo que definitivamente los motiva a continuar escenificando encuentro tras encuentro su rol del jugador número doce:

...nos dieron un desayuno, o sea primero con el Gobernador, estuvieron todos los viejos del Toluca y luego nos invitaron a comer, fue con todos los del equipo campeón, pues de alguna manera se siente bonito no?, y dice uno pus de alguna forma u otra, pues siente si, no?, o sea que le digan a uno sabes que, gracias cabrón.

Sin embargo, hay otros procesos relacionados que se deben tomar en cuenta, como analiza Villena (2003):

La fusión de nacionalismo y fútbol en la industria massmediática, que tiene su reducto más importante en las copas mundiales de fútbol (en sus fases eliminatoria y final), permite que los medios aumenten su audiencia, los patrocinadores incrementen sus ventas y los políticos capitalicen la ficción de la participación que embarga a todo jugador nro. 12, equivalente deportivo del soldado desconocido (pp. 259-260).

Con estas dosis de motivación y su pasión por el fútbol, Antonio es un aficionado que atiende a sus prioridades expresadas en la convicción: “puedo faltar a misa, pero a los partidos no!”

Como se pudo constatar, los gratificantes presentes en la práctica de la afición son variados y le proveen al miembro de la barra una razón más para dar continuidad a su tarea, e inclusive pensar en innovar para no perder el liderazgo que han ganado con los años como una de las aficiones más intensas y entregadas a su equipo, los Diablos Rojos del Toluca y ser parte de los doce de la tribu.

Capítulo V

Conclusiones

5.1 ¡SÍ SE PUDO!

En este ejercicio investigativo se planteó considerar a la comunicación como un elemento central para explicar cómo se forma la identidad de un grupo, entendiendo por comunicación las prácticas sociales compuestas de intercambios simbólicos que se producen en las relaciones interpersonales.

Al analizar al conjunto de aficionados que constituyen a la “Barra Perra Brava” se exploró la construcción de su identidad a partir de las características y rasgos de comportamiento distintivos del grupo, así como los usos de la comunicación y la apropiación del espacio dentro del estadio de fútbol que configuran su particular estructura.

Enseguida se desarrollan algunas variables que se localizaron en el estudio y que se inscriben en este modo de entender la relación entre identidad y comunicación.

5.1. El juego de las masas. Apropiación del espectáculo

La dinámica del fútbol actual está determinada principalmente por el sistema económico que rige al mundo, el capitalismo: en este deporte se visualizan muchos intereses concentrados en pocas manos. La sección deportiva de casi cualquier medio de comunicación considera al fútbol como una mercancía esencial que genera ganancias millonarias; entre el mundial, los juegos de liga, los amistosos y los chismes de los jugadores más famosos, este deporte acapara los espacios mediáticos.

Para los dueños de los medios de comunicación y las directivas de los clubes de fútbol el aficionado es un elemento muy importante en el proceso de comercialización, es el cliente, que en la mayoría de los casos se mantiene en el anonimato.

Mientras la mercantilización de este deporte se incrementa, la afición busca apropiarse del espectáculo a través de la representación de una serie de

escenificaciones: de socialización, ritualidad y tecnicidad, con la pretensión de tener una participación más activa dentro del espectáculo.

Definitivamente este planteamiento fue corroborado tanto en el trabajo de observación como en los testimonios de los entrevistados, quienes además de hacerse visibles en el estadio -por la particularidad de sus prácticas y su empuje- se convirtieron en protagonistas en distintos espacios mediáticos, donde se ponía en evidencia el acompañamiento y la complicidad entre el club, los jugadores y sus seguidores.

Se destaca el compromiso de la afición por tomar un lugar dentro del espectáculo y dejar la pasividad para lograr un lugar protagónico en la fiesta del balompié, práctica que les otorga un elemento de identificación y diferenciación a partir del uso particular de estrategias comunicativas, tales como los movimientos corporales, cantos y versos, uso y delimitación del espacio, vestimenta, que les permite convertirse en el jugador número doce.

5.2 Protagonismo. Actos genuinos de comunicación

El supuesto que guió este trabajo propuso que la particularidad del discurso bravo les dotaba de una identidad específica y que por lo tanto los diferenciaba de otras aficiones. Sin duda, el conjunto de prácticas genuinas que de manera espontánea surgieron en el grupo y que se fueron socializando y legitimando entre sus miembros, verificó el supuesto planteado.

Durante el proceso de investigación se registraron una variedad de elementos, algunos ritualizados, como el despojo de la playera al caer el primer gol, la delimitación del territorio con lazos, el despliegue de la gran bandera al caer un gol, porras y coreografías que las acompañaban; otros que nacían y desaparecían cada encuentro, como el caso de varias porras o versos que surgían en el calor del partido y nunca más eran recordados.

Estos actos novedosos y algunos de ellos desafiantes, como el despojo de la playera aún en climas extremos, han sido decisivos para identificarla como una porra singular; la tarea pendiente será mantener una activa producción de mensajes que la mantengan vigente, sobre todo como protagonistas del espectáculo.

Este escenario permitió que los miembros de la barra se convirtieran en creadores de prácticas corporales, verbales o sonoras que al volverse actividades permanentes le brindaron al grupo posicionamiento entre los aficionados de otras porras o localidades del estadio, como entre los medios de comunicación. De manera individual algunos de los miembros de la porra gozan de cierto protagonismo, traducido como el reconocimiento que le otorga la gente de la ciudad por la frecuente aparición en la prensa local. Este reconocimiento no siempre fortalece la identidad colectiva, ya que si bien luchan por un objetivo común, de forma paralela existe una sutil disputa por el protagonismo individual, que se presenta principalmente entre los líderes de la barra y que trae consigo diferencias y segregación al interior del grupo, como en el caso de Julio Rufino Hernández, alias “Barrabás”, primer coordinador de la batucada, quien optó por dejar a la barra y formar la propia, sin haber logrado, al menos hasta el periodo estudiado, el mismo auge que la “Perra Brava” (ver anexo 4).

5.3 Incondicionalidad. ¡Yo le voy al Toluca, aunque gane!’

La “Barra Perra Brava” está constituida por dos tipos de afición: para los seguidores temporales, que entran y salen de las filas del grupo, si la motivación externa no es continua, pierden interés al no sentirse recompensados por sus actos. Algunos mecanismos de motivación son: el agradecimiento, reconocimiento, beneficios económicos, protagonismo y el triunfo de su equipo, que alimentan al sujeto para continuar contribuyendo y que como se expuso en el Capítulo IV, en definitiva son indicadores de adhesión para muchos miembros.

El segundo tipo es el hincha, que no está sujeto a los triunfos y gratificantes externos, sino que encuentra el compromiso adherido en su interior. Esta es una de las características de los miembros fundadores y activos de la "Perra Brava", son *incondicionales*, están en la fiesta por el disfrute, el gozo que les provoca ser parte del espectáculo y hacer visible la carga explosiva y motivacional que traen consigo y que pretende contagiar a jugadores y espectadores.

Como se manifiesta en varias de las entrevistas a los integrantes de la barra, *la afición y el compromiso es un sentimiento que no se compra con nada*, surge en la mayoría de los casos desde la infancia, promovido por la familia, acompañado por una identificación con la ciudad y queda introyectado en el sujeto.

Yo le voy al Toluca, aunque gane!, sintetiza la adhesión, la pertenencia, la incondicionalidad del sujeto, la defensa del orgullo que se vive al ser identificado como parte del colectivo. Se es o no.

5.4 Lo que queda pendiente. El tema que no se agota

Al terminar este estudio se observó que los deportes, y particularmente el fútbol, se han convertido -en forma acelerada- en un foco de atención que ha propiciado que investigadores de distintas disciplinas se acerquen al fenómeno, logrando con esto legitimar poco a poco el campo de estudio. Definitivamente complace ser parte de este esfuerzo.

Sin embargo, queda la sensación que desde la comunicación no se ha logrado hacer este acercamiento de manera sistemática. Se considera relevante voltear hacia este terreno fértil que permite introducirse a una realidad mimética muy expresiva y llena de matices que observar y evaluar para su comprensión.

El deporte es un mecanismo de cohesión: atrae a individuos de todas las clases sociales, profesiones, nacionalidades, en tanto practicantes o aficionados, así como a los medios de comunicación, por lo que se presenta como un excelente escaparate para acercarse a estudiar la realidad social.

ANEXOS

Anexo 1

Guía de entrevistas

A) Guía de entrevista a coordinadores de la “Barra Perra Brava”

1. Nombre
2. Ocupación
3. Cuántos coordinadores participan
4. Cuánto tiempo le dedican a cumplir con su rol
5. Se reúnen en otra parte a demás de los días de partido
 - a. Sí No Por qué
6. Cómo surge la “Barra Perra Brava”
7. Por qué seleccionaron la tribuna de Sol General para instalarse
8. Cuántos eran al momento de integrar por primera vez el grupo
9. Qué ha propiciado su crecimiento
10. Qué se necesita para formar parte
11. Existe alguna relación de parentesco entre los integrantes de la Barra
12. Tienen algún reglamento interno escrito o sólo son reglas que se aprenden en la participación
13. Qué apoyos reciben de la directiva del club
14. O de otras instituciones
15. Tienen alguna credencial
16. Qué se necesita para obtenerla
17. Quién la otorga
18. Tienen algún beneficio con la credencial
19. Cuáles son los objetivos de la porra
20. Quién inventa las porras
21. Cómo las transmiten al resto del grupo
22. Qué medios de comunicación se han acercado para entrevistarlos
23. Qué significa para ustedes el reconocimiento
24. Dependen de que el equipo vaya bien para que se mantenga el grupo
25. Cuántos miembros asisten a los partidos de visitante
26. Cuándo y cómo surge el detalle de quitarse la playera
27. Qué pasa con las personas que no lo hacen
28. Qué pasa con la familia los días de partido
29. A qué otras actividades deportivas o de entretenimiento asiste
30. Qué tipo de literatura acostumbra
31. Podría contar una anécdota curiosa o chusca

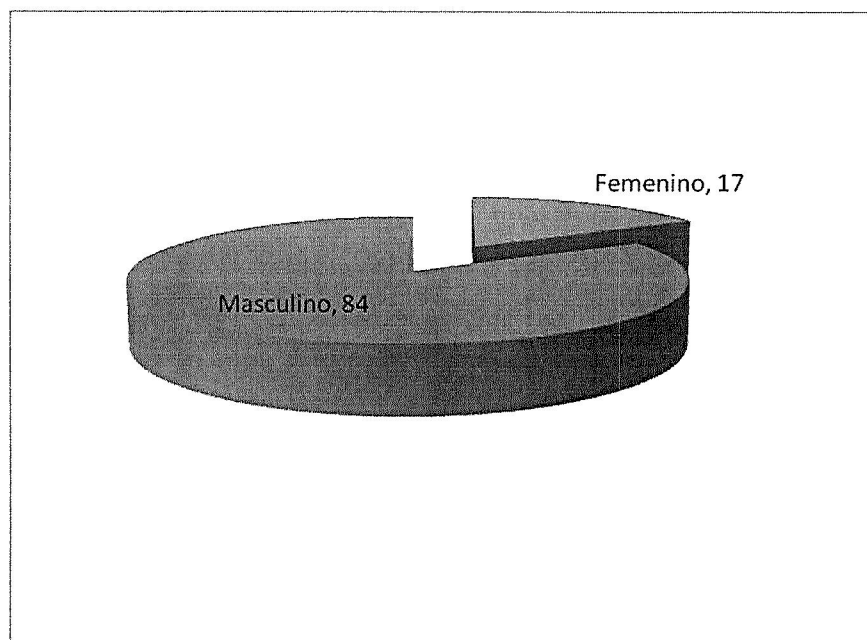
B) Guía de entrevista a miembros de la “Barra Perra Brava”

1. Edad
2. Lugar de nacimiento
3. Desde hace cuánto tiempo te integraste a la porra
 - a. Por qué
4. Con quién vienes
5. Dónde se sientan ellos
6. Tienes tu credencial de la Barra
 - a. Sí No Por qué
7. Sabes cómo se obtiene
8. Conoces todas las porras
9. Las repites
10. Que te provoca repetirlas, qué sientes
11. En caso de que se maquille, por qué lo hace, qué sentido tiene hacerlo
12. Qué sentido tiene para ti despojarte de la playera al caer el gol
13. Qué pasa si no lo haces
14. Te sientes presionado
15. Has salido con la porra a otros estadios
 - a. Sí No cuál es la diferencia de ser locales a ir de visitante
16. Tienes alguna relación de parentesco con alguien del grupo
17. Por qué sentarse con la Barra y no en otro lado
18. Te has visto en la televisión o en los diarios
19. En realidad ves el juego
20. Por qué no verlo en la comodidad de tu casa
21. Qué tipo de literatura lees
22. Cuántas horas de tu semana le dedicas a aspectos relacionados con el fútbol
23. Qué pasa con la familia ese día
24. A qué otras actividades deportivas o de entretenimiento asistes
25. Consideras que en Toluca existe otro tipo de divertimento para la gente que llene las expectativas que el fútbol ofrece.

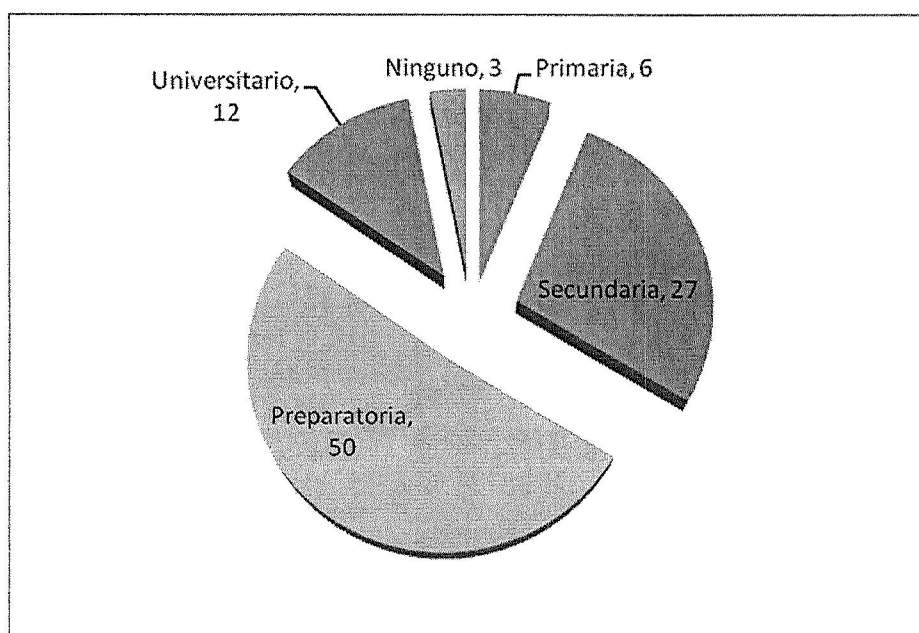
Anexo 2

Sondeo Exploratorio Socio-demográfico

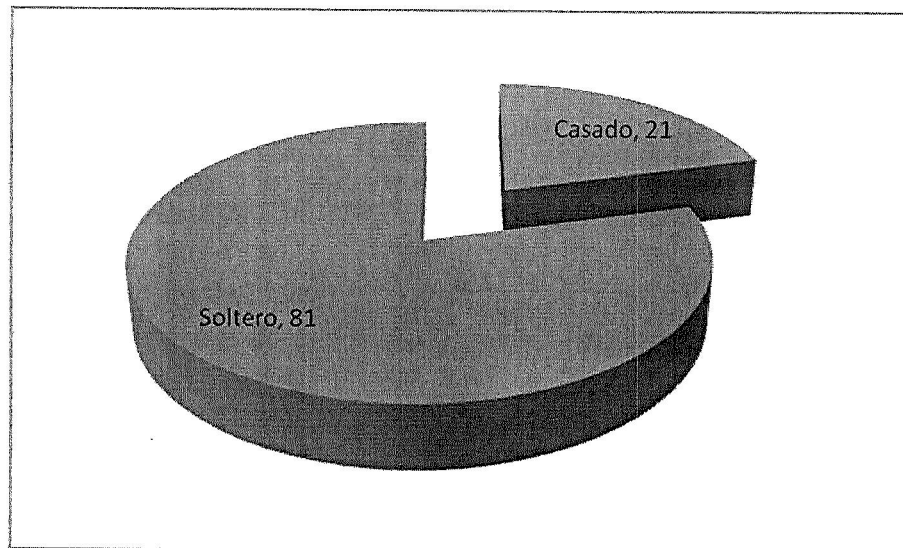
Este sondeo se construyó partir de 6 indicadores: Edad, Sexo, Nivel educativo, Ocupación, Tiempo en la porra y Estado Civil; lo que permitió conocer cómo estaba compuesto nuestro sujeto de estudio. Aquí se presentan las gráficas resultado del muestreo.



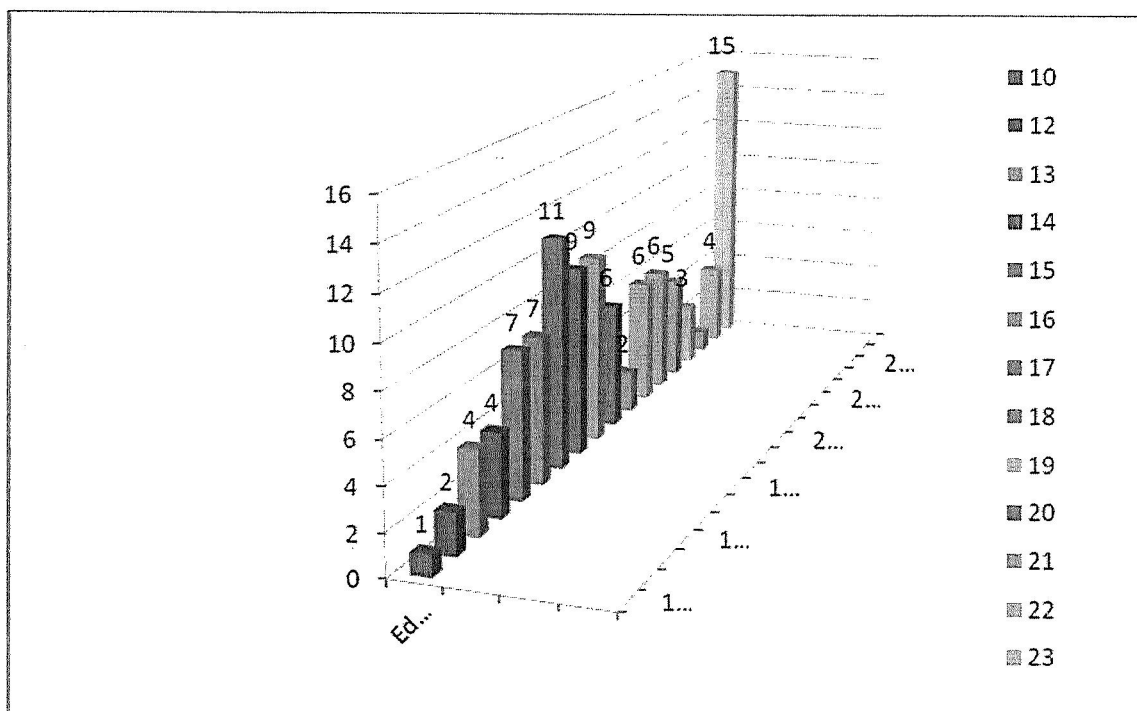
Sexo de los integrantes de la "Barra Perra Brava"



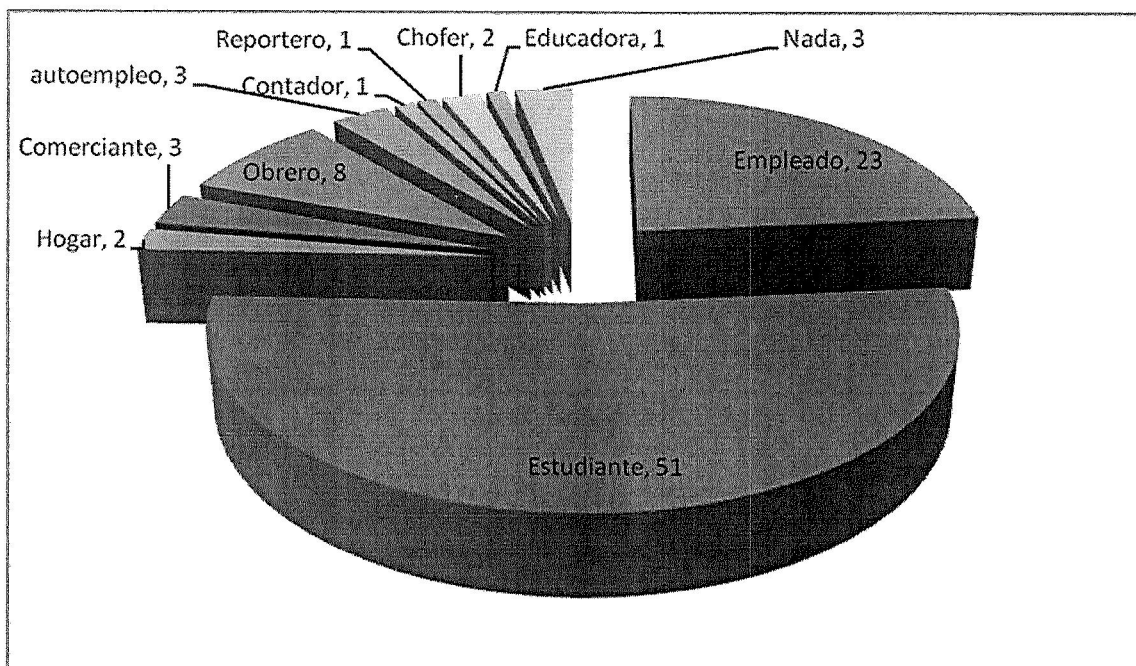
Nivel Educativo de los integrantes de la "Barra Perra Brava"



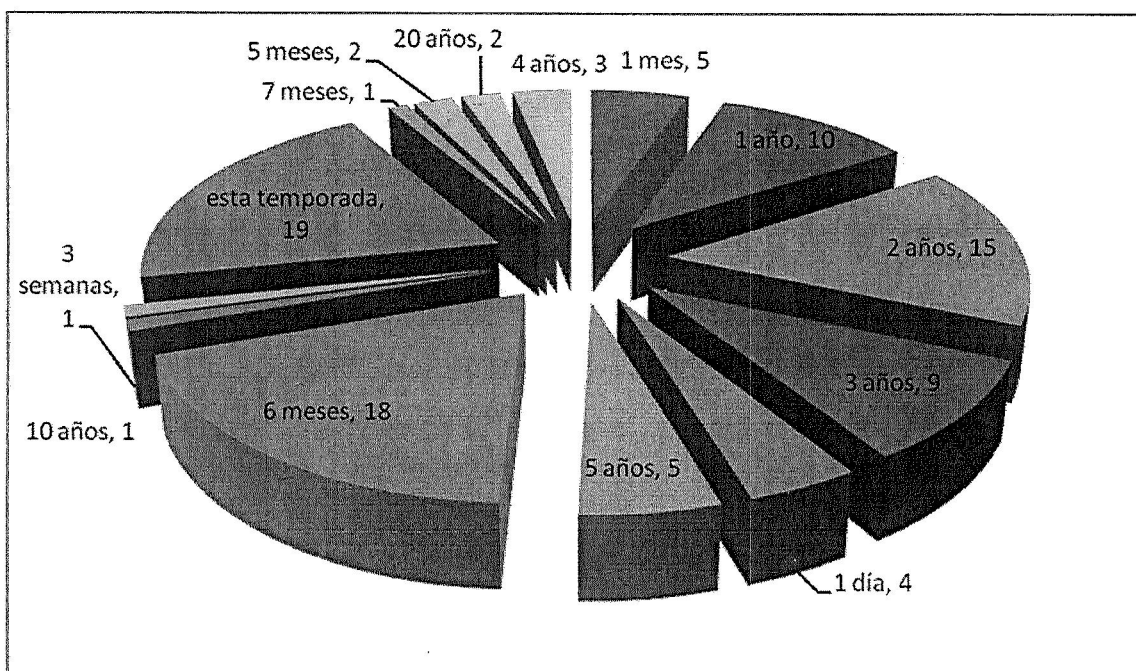
Estado Civil de los integrantes de la "Barra Perra Brava"



Edades entre los integrantes de la "Barra Perra Brava"



Ocupación de los integrantes de la “Barra Perra Brava”



Tiempo en la “Barra Perra Brava”

Anexo 3

Transcripción de algunas porras

1. Yo si le voy le voy al Toluca (8veces)
2. A ganar a ganar, vamos diablos a ganar.
3. Que si, que no... que como chingados no (se repite)
4. Hay mamá que diablo tan cabrón, hay mamá que diablo tan chingón... Chingue su madre el (jugador, equipo)
Y sigue el bacilón
5. "banda de noche, banda de día,
chingue a su madre la policía"
6. chiquitibum a la bim bom ba (2)
a la vio a la vao a la bim bom vá
Toluca, Toluca, ra,ra,ra.
7. Todos somos un desmadre
Y al que no le guste,
¡Que chingue a su madre!
8. Rojo, rojo,
Rojo es mi color
Perra Brava
Puro corazón
9. La Perra mocha
Perra de corazón
Sólo le va al Toluca
Porque va a ser campeón
10. Hoy es domingo de ramos
Y chorizo les damos
11. (jugador) miéntanos la madre con un gol
12. Gol, gol, gol, la perra quiere gol
13. Así en bolita, chinguen a su madre
14. Arbitro la perra te saluda, chingas a tu madre
15. Ganaremos, triunfaremos, chingaremos otra vez
Con tus goles o (jugador del Toluca)
Ganaremos otra vez.
16. Que lo vengán a ver, que lo vengán a ver
Ese no es un portero es una puta de cabaret
17. Y el que no entendió. ¡qué chingue a su madre!

Anexo 4

De acuerdo a la propuesta de Horowitz, plantea que la identidad puede sufrir alteraciones, en el caso de nuestro objeto de estudio encontramos una modificación de la identidad por Diferenciación – División. Aquí la narración del caso. (citado en Giménez, 1997 p.15)

“La Rabia de Barrabás”

En ocasiones la diferencia de intereses y el protagonismo de los aficionados, así como el lugar que ocupan en la organización, llega a ocasionar problemas y esto a su vez ruptura, así fue la historia de Barrabás, “bataca” de la Barra Perra Brava, un personaje *sui generis*, periodiquero de ocupación y de una apariencia muy brava *adoc* a la personalidad de la “BPB” era un personaje muy fotografiado por la prensa y la TV debido a su aspecto físico; lo entrevistaban y como se dice comúnmente robaba cámara cosa que no le agrado mucho a la “Perra” Rolando González fundador de la Barra, por el cual la porra lleva su nombre .

Al terminar la temporada de clausura 98 – 99 hubo diferencias entre Barrabás y la “Perra” Rolando González. La causa principal el protagonismo, “la gente me conocía más a mí, muchos llegaban y me saludaban, a mí me identificaban más y los que tiene mucho tiempo en la barra se molestaban porque me saludaban, por eso decidí salirme de la Perra Brava para hacer mi propia porra” así que Barrabás decide a su pesar separarse de la porra y fundar “La Rabia de Barrabás”, nombre que surge de la misma Perra Brava, “ya que lo que surge de una perra brava es la rabia, que es mucho peor que ella” ubicada en la localidad de Sol junto a la “BPB” que se caracteriza por ser una porra más familiar y por sus tambores.

Barrabás no ha logrado el éxito y el protagonismo de sus tiempos en la “BPB”, “la directiva también la ubica y afirma que apoyan a la porra, pero todavía no ve nada”, “la directiva no me da boletos y por eso la gente no me sigue a poya cien

por ciento”, con la misma facha estrafalaria sigue siendo un aficionado incansable de los Diablos Rojos

Anexo 3

Diario de campo

A continuación se presentan las notas que surgieron del trabajo de campo y que ayudaron a la construcción de este proyecto de investigación.

Toluca – Morelia marcador: (2-0)

28 de enero de 1998

“mi primera vez”

La barra empieza a tomar sus lugares, en el área que delimita el territorio de la Barra se localiza un vendedor de cervezas, en el mero centro de la zona. Previo al juego los aficionados observan jugar al Atlético Mexiquense de la Primera “A”, todo transcurre en orden y con tranquilidad, la gente no está tan metida en el partido.

Es necesario que para la próxima esté más cerca para captar comentarios y actitudes, esta vez estoy sentada en sobre preferente, o sea a un costado derecho de la barra y éstos se localizan en la tribuna de sol debajo del tablero marcador.

Al parecer hay personas que se sientan en el lugar de la barra, las cuales no pertenecen (observar que pasa con éstas en el transcurso del juego)

Los aficionados que llegan hasta 2 horas antes de iniciar el partido, apartan los lugares con cartones de cerveza, mientras los amigos o familia arriban al estadio.

El ritual de la llegada de la bandera:

Llega un aficionado (hombre) con un saco grande, saca de el una tela enrollada y con ayuda de otros cuatro muchachos la desdoblan y cargándola la llevan hasta la parte superior del territorio bravo, desde donde se desenrolla cada vez que el gol se hace presente.

De repente se ve el arribo de varios integrantes y se escucha el alboroto, el lugar se ve más poblado, el aire frío hace que la gente se siente más junta.

Se paran los de la barra y organizan una porra al Toluca (esto durante el transcurso del partido preliminar), la repiten, olean banderas y tocan sus tambores. El lugar se va pintando de rojo, los chiflidos se escuchan en todo el estadio, de repente sacan una manta que dice: Ojitos, la Perra Brava te apoya.

Todos se paran y cuentan de 1 al 9 y luego dicen “ a chingar a tu madre” (al portero del equipo contrario que ha caído al suelo).

Chiflan y aplauden siguiendo el ritmo de los tambores, continúan parados cantando el oe, oe.

Se ha hecho buena banda

Hasta lloviendo se quitan la camisa

Mira aquellos cabrones

Comentarios que aficionados de la tribuna de sombra preferente (zona techada) hace sobre la Perra Brava.

Hoy en particular ha venido mucha gente a apoyar al equipo contrario, además bastante animados, traen tambores y matracas.

Antes del partido la "Perra Brava" ya inician su ambiente, aplauden, brincan y hacen vibrar la tribuna, chiflan, cuando sale la tribu roja, la porra levanta sus banderas.

Condiciones climáticas: Aunque no está lloviendo, está haciendo un frío de la...

Se paran y gritan, diablos, diablos, diablos.

Minuto 38 del primer tiempo, cae el tan esperado gol, sale la bandera y fuera playeras, brincan y olean sus camisetas.

Fin del primer tiempo

A pesar del frío, no se ponen las playeras.

Segundo tiempo:

En la espera por el segundo tanto, algunos de la porra se ponen la camiseta, pero la mayoría continúan encuerados.

Toluca – Celaya marcador: (3-3)

7 de febrero 1998

"el frío contagio a la afición"

Llegué tarde al encuentro, minuto 38 del segundo tiempo, cae el segundo gol, la bandera rojiblanca sale de las tribunas de sol y los pocos que quedaban con camiseta se despojaron de ella, tantito por gusto, tantito por la presión de los otros ya descamisados.

El frío parece mantener a la gente más tranquila y el partido no parece estar muy atractivo, sin embargo la Perra Brava sigue en movimiento, la porra del Celaya está muy apagada y no hacen casi alboroto.

Ya casi termina el encuentro, algunos se pusieron ya sus camisetas y esperan el silbatazo final, la gente pide que se acabe el partido.

La porra olea sus banderas, se ponen sus camisetas, mientras el estadio comienza a desalojarse, al parecer la porra se queda para organizarse para el partido siguiente que será de visitante.

Entre varios doblan la bandera y van despejando el lugar.

Toluca - Atlas marcador: (4-1)

21 de febrero 1998. Estadio la Bombonera.

"la visita y promesas del presidente del club a la perra brava"

Todos estamos reunidos aquí.... Tribuna: Sol

Antes del inicio del partido...

(Gritos y chiflidos)

- y los de allá abajo que chinguen a su madre

(aplausos)

- chiquitibum a la bim bom ba (2) a la vio a la vao a la bim bom vá Toluca, Toluca, ra,ra,ra.

(chiflidos y aplausos)

- diablos, diablos, diablos.

- Porra con chiflidos

(risas y carcajadas)

-cervezas, refrescos...

- 1,2,3,4,5,6,7,.8 diablos, tra la la, la la la la la eh!

(chiflidos)

- oeoeoeoe diablos, diablos (3veces)

-párense, párense, órale huevones, párense, bola de cabrones...

- chiquiti bum a la....

-órale pendejos...

- porra con chiflidos

-tortas, papas, tortas...

- y el que no grite que chingue a su madre

-que si que no... gritan entre susurros para dar inicio a otra porra, la orden al parecer viene de los que están tocando los tambores.

- que si, que no, que como chingados no (2 veces) a huevo, a huevo, a huevo a huevo a huevo, Toluca, Toluca, ra, ra, ra.

(aplausos)

-un maquillaje, un maquillaje...

- y los de allá abajo, que chinguen a su madre.

-diablo cagado... dirigiéndose al diablo mayor, que representa a la porra contraria.

-una bandera, una trompeta, una bandera, una trompeta...

- Diablos, diablos, diablos

-arriba, arriba, arriba... grita el coordinador.

- Chiquiti bum a la bim...

- Chiquiti bum a la bim bom vá, lebrija, lebrija, ra, ra, ra.

(se acerca el presidente desde el campo y los saluda)

- yo si le voy le voy al Toluca (trompetas y se repite)

- Diablos, diablos, diablos, (se repite hasta llegar al silencio)

(chiflidos)

- diablos, diablos, diablos.

- Y los de abajo, que chinguen a su madre. (chiflidos)

(que se encuere, que se encuere (le dicen a lebrija, que llega a las gradas con la BPB y se queda con ellos hasta el medio tiempo)

- chiquiti bum a la bim bom vá Lebrija, toluca, ra, ra, ra.

- Esta si es porra no chingaderas

- cervezas, refrescos...

- 1....8 diablos, tra la la eh!

(salen los jugadores, tiran trocitos de papel picado y serpentinas, chiflan y aplauden)

- chiquiti bum a la bim bom vá, Toluca, Toluca, ra, ra, ra.

- Lebrija, lebrija...

- maquillaje un maquillaje...

- Diablos, diablos. Diablos.

- ahí esta Abundis y Alfaro, ese es Taboada...

- Yo si le voy le voy al Toluca (8veces)

- A ganar a ganar, vamos diablos a ganar.

- Que si, que no... que como chingados no

- Hay mamá que diablo tan cabrón, hay mamá que diablo tan chingón... (ver que más sigue)

- abajo, abajo, abajo... (grita el coordinador)

- Diablos, diablos, diablos

Inicia el partido

(alineaciones, chiflidos, aplausos, gritos, risas)

- chiquitibum a la bim...

- ay las papas...

- chiquiti bum a la bim...

- Toluca la Perra quiere gol (3 veces)

- Oye satanás chingátelo, chingátelo (3 veces)

- -tortas, tortas...

- Diablos, diablos, diablos.

- una bandera jóvenes, una trompeta, una bandera, que le doy...

- Toluca la perra quiere gol (3 veces)

- Son pendejos, son pendejos. (le dicen al equipo contrario cuando la riega)

- Gol!!!! (tiran más papelitos y serpentinas, sale la bandera de la parte superior hasta los límites de la Porra, gritan y mientras está extendida la bandera se quitan la camiseta debajo de ella de tal manera que cuando suben la bandera, ya están descamisados.

- Oeoeoeoe, diablos, diablos (repiten)

- A la vio a la vao a la bim...

(a algunos les da un poco de pena quedarse sin camiseta y se tapan la espalda con ella)

- banderas, banderas...

(hay presión para que se la quiten completamente)

- que se encueren...

(a algunos les dan pamba con la misma camiseta)

(tiempo de expectación)

- Gol!!!!

(viene la bandera)
a la vio a la vao a la bim...
oeoeoeoe, diablo, diablos, (se repite)

Algunas observaciones de este encuentro:

1. maquillaje en cachetes (mujeres, niños, jóvenes)
2. algunos entran con comida y bebidas
3. zona delimitada por cordones que son puestos a la llegada de los primeros integrantes de la porra.
4. La camiseta es despojada en el primer gol, de ahí en adelante no se la ponen hasta que acaba el partido.
5. El presidente del equipo pasó medio tiempo con la Perra.
6. Les prometió el abastecimiento de cerveza para el juego contra Tecos.
7. Una persona fungió como coordinador la primera parte del partido.
8. Toman cerveza en botella
9. 5 integrantes de la porra animan y dirigen a la Perra desde el campo, iniciando el espectáculo, luego se integraron a la porra.
10. Al salir del área delimitada con cordones se ponen la camiseta, si piensan regresar o pasar por esa área hay que quitarse la camiseta o si no les dan pamba.
11. Tiran vasos con cerveza, algunos reprueban el hecho y a los agresores les dan pamba.
12. Son fotografiados y les toman video
13. Las órdenes corren del corazón de la porra (área de tambores) hacia los demás.
14. Durante el primer tiempo más energía.
15. En el segundo tiempo el coordinador se integra a la porra
16. Pocas mujeres 3 si a caso.
17. Niños pocos dentro del área delimitada
18. Jóvenes en su mayoría
19. Los adultos al parecer son los organizadores
20. Poco repertorio de porras
21. Olean más camisetas que banderas
22. La partida, rápida a excepción de los que traen instrumentos

Puebla – Toluca marcador: (3-1)

1ero de marzo de 1998.

“Faltas a la autoridad: el precio de una mentada de madre”

Salimos de la ciudad de Toluca a las 7:15 a.m. directos a la presentación del Toluca como visitante en la ciudad de Puebla. El partido empezaba a las 12:00 p.m, salimos 13 camiones, 10 de la Perra, 2 de la del diablo mayor y 1 de la viajera, un total de 500 personas, todas con nuestra camisetas rojas, banderas, trompetas y muchas ganas de darles chorizo a los camotes poblanos.

Tomamos carretera, todo iba muy bien hasta llegar a la caseta de cobro a la salida del D.F., pues a Barrabas se le ocurre mentarle la madre a un federal y ya cruzando la caseta, cuando ya estábamos agarrando camino, que nos paran. El chofer se bajó del autobús y pues resulta que el poli muy enojado por haberle faltado al respeto, pues quería pa' su desayuno.

Después de haberle dado la susodicha mordida, seguimos adelante y ya de broma empezaron a decir, ahora ya sabemos cuánto cuesta una mentada de madre, cuánto, pues 200 pesos, y por ahí otro dice: de una vez le hubieras dicho aquí están 400, 200 por la mentada y otros 200 porque te la van a mentar otra vez.

Total que estábamos risa y risa, pero íbamos tranquilos, las banderas se asomaban por las ventanas, de repente se escuchaba alguna trompeta, pero la prisa era por llegar, estar a tiempo para que empezara la fiesta.

Llegamos a Puebla a las 10:20 a.m. el estadio estaba vacío, y en el estacionamiento sólo se veía una mancha roja que había invadido el espacio. Algunos empezaron a echar porras, otros anduvimos revisando los alrededores y otros más decidieron llegarle a las típicas cemitas de papa y milanesa. Después de un rato (40 minutos), entramos al estadio, estaba el juego preliminar.

Las tres porras se sentaron juntas, pero no revueltas, el lugar era excelente, el único detalle fue que arriba de nosotros estaban los aficionados del Puebla que no perdía oportunidad de aventarnos escupitazos, cerveza, refresco y sabrá Dios que más.

Fue un constante ir y venir de palabras y porras entre unos y otros, algunos terminamos por movernos de ese lugar e irnos a donde no nos tocaran de tan cerca las agresiones.

Inició el partido a las 12:06, El Toluca venía de un triunfo, el Puebla mal en la temporada.

A los pocos minutos del GOL del Puebla, un descuido y el Toluca iba abajo. Continuaban las porras, ya desde lejecitos escuchaba la algarabía, y las mentadas de jefa.

Termina el primer tiempo, durante el intermedio todo estuvo muy tranquilo, no pasaba de una que otra agresión verbal.

Inicia el segundo tiempo y en los primeros minutos empata el Toluca con Gol de Estay, no tardo cuando aficionados del Puebla empezaron a incitar a la perra, la policía del lugar tuvo que intervenir para calmar el alboroto, que aunque pararon se quedaron calientitos, las agresiones verbales continuaban pero cabe mencionar que eran precisamente un grupito como de 12 o 15 tipos de la BPB, pues las otras 2 porras que son más familiares continuaban echando porras y metidos en el partido.

No tardó en caer el segundo y casi al finalizar el encuentro el tercer gol del Puebla así se escucha el silbatazo final 3 – 1 perdieron los diablos. Pero en las tribunas iniciaba el pleito

La afición poblana se burlaba de nosotros por la derrota “pero que sería lo mejor”, cuando intentábamos abandonar el estadio para dirigirnos a los autobuses, la cosa se puso difícil, algunos se golpeaban, otros empezaron a lanzar piedras, botes, los niños y las señoras subían primero a los camiones, y ya incluso adentro, las piedras quebraron algunos cristales y algunos corrimos el riesgo de alguna lesión, la verdad si me espanto, en cuanto fue posible el resto subió al autobús y salimos del estacionamiento del estadio.

Ya en la carretera, algunos riéndose de lo sucedido otros, bastante molestos, e incluso algunos con golpes visibles, llegamos a Toluca casi a las 8 de la noche después de cruzar el defectuoso y cansados de tanto tiempo sentados además de lo pesado; la derrota era todavía más fuerte. Pero ya estábamos en casa, todos y salvos.

Toluca – Tecos marcador: (2-1)

7 de marzo 1998

“Un encuentro con mucho ritmo en las tribunas”

1:15 minutos de la tarde, disperso el público de sol, todavía no colocan los lazos que delimitan la zona brava, sólo están los vendedores de cerveza y banderas, está haciendo mucho calor, el solecito está que quema.

1:25 Llegan 6 integrantes de la barra, pero todavía ningún directivo.

Comentarios del que vende las chelas:

Es un desastre andar con ellos, son muy desastrosos, no dejan ver los partidos, empiezan a echar madres a los chavitos que están “abajo” de la misma tribuna de sol.

1:28 Llegan otros 5, -pásala, pásala- refiriéndose a la cerveza

continúa el vendedor:

al momento que empezó a andar bien el equipo volvió a resurgir la porra, es la única diversión que tenemos aquí en Toluca.

Ahí viene la porra de Tecos... y la barra brava les grita: -que chinguen a su madre, chiflidos, se paran y les gritan, culeros, a chingar a su madre..

1:40, continúan... -pendejos-

y a otros despistados que llegaron a sentarse a la zona brava, les advierten, aquí te tienes que encuerar, sino, afuera de los lazos no hay bronca.

- Y los de Tecos, que chinguen a su madre

- Ya llegó la perra, pero de su madre.

La porra de Tecos se localiza en el extremo derecho de la tribuna de sol a unos 25 metros de la barra brava.

Nota: los directivos de la porra no han llegado aún

Qué es apachurro? (pregunté a unos muchachos que tenía a mi lado) debido a que escuché a varios gritándolo al pasar una chica.

Apachurro, es apapacho... me contestaron

1:48 ya casi completos

1:49 llega uno de los coordinadores/ órale pendejos y las cosas, y la bandera y los lazos, le chiflan los integrantes cuando llega.

A la hora de poner el lazo algunos se salieron, otros valientes se animan y se quedan otros más dicen, vamos para allá guey, lo de menos es que nos quitemos la camisa.

- maquillaje, una cinta, un maquillaje-

Preparan un extintor con polvo rojo.

La "Perra brava" continúa agrediendo a la porra de tecos... -porra guerrona chiga tu madre, la porra de tecos no contesta a las agresiones, sólo repite porras de apoyo a su equipo y tiene un buen ambiente con ritmos variados.

Nota: la revista que regalan en la entrada, después de haberle dado una hojeada sirve para poner sobre la grada y no ensuciarse las pompas, o de avioncitos para molestar a la gente.

Salen los jugadores al campo, un cuete truena en ese instante, papelitos rojo y blancos, serpentinas, el polvo del extintor pinta de rojo la zona brava, ahora inicia el encuentro.

América – Toluca marcador: 1-2

26 de abril de 1998

"Otra vez somos visitantes, un águila en el infierno y no salió desplumada"

A los diablos les tocaba visitar el gran Estadio Azteca y a sus poderosas Águilas.

La BPB, la porra del "Tigre Toño" y la del "Diablo Mayor" se citaron a las afueras de la Bombonera a las 8 en punto de la mañana y entre playeras rojas debajo de una chamarra común y corriente una camiseta amarilla se ocultaba del infierno rojo.

Sentado a mi lado en el autobús -tuvo suerte pues no fue delatado-, ¿se imaginan lo que hubiera ocurrido, si algún otro lo hubiera descubierto?, platicamos de todo, menos del encuentro, yo tenía que ayudarlo a ocultar su secreto amarillo.

Al llegar al Estadio Azteca nos despedimos, no nos volvimos a ver hasta la partida, se confundió entre la gente.

El partido terminó 1 -2 a favor de los Diablos Rojos del Toluca por lo que su actitud nostálgica se notaba con solo verlo.

Para ser sinceros me quedé dormida de regreso, así que faltando poco para llegar sólo cruzamos 2 o 3 palabras y le dije ni modo hay pa' la otra y con una sonrisa sutil y un movimiento de hombros, se despidió escurriéndose entre la gente.

Así fue como un americanista viajó de incógnito entre los tolucos para ver a sus no tan dichosas águilas del América.

Toluca – Toros Neza marcador: 4-1
3 de mayo 2008
“El clásico mexiquense”

Salen a la cancha Cardozo, Carmona, Macías, Estay y Albarrán
Cuetes, polvo de extintor se dejan caer desde las tribunas.
Los Toros traen dos porras con mantas, cuetes, banderas y a pesar de que son pocos, hacen bastante alboroto, se dejan ver.

En la barra los coordinadores están distribuidos en puntos estratégicos dentro del grupo para poder dirigirla.

En esta ocasión innovan una porra con aplausos,

La perra hace sentir a la persona que se atraviesa por su territorio además de agredirla, con vergüenza y en ridículo,

Algunos de los miembros se intimidan al sentirse observados por mí y dejan de brincar, gritar o bailar.

No hay diferencias de clases sociales ni de estudios, venimos a sacar toda la presión del trabajo y a relajarnos (me comentó un aficionado que interesado en mis anotaciones se acercó a preguntarme qué hacía, y aprovechando la oportunidad le pregunté su opinión sobre la “Perra Brava”).

Ya en los octavos de final Toluca – Necaxa

Listos para entrar, los tambores resuenan desde la puerta de sol. Regalan gorras, playeras.

Dónde nos sentamos?, se preguntan entre cuates, donde se vea mejor.

Los obsequios cambiaron la dinámica y los ritmos de la barra a la 1:53 llegaron los tambores de la barra a traer un nuevo ritmo, 2:00 p.m. empezaban a despertar...

“Yo si le voy le voy al Toluca...”

A las 2:09 llega el diablo de la barra desde la cancha, 2:27 sale el rival a la cancha a calentar y le gritan desde las gradas “culeros, culeros”

Y la policía no se salvaba...

“banda de noche,

banda de día,

chingue a su madre

la policía”

2:46 sacan baneras “ole-ole”

3:05 se entona el himno nacional, todos se quitan las gorras y de ser todos perros bravos ahora somos todos ciudadanos respetuosos de nuestros símbolos patrios.

Termina la ceremonia y se acaba la solemnidad y seriedad, volvemos al espectáculo por el cual estamos reunidos.

Referencias

- Alabarces P. (2006) *"Fútbol y Patria: el futbol y las narrativas nacionales en la Argentina del siglo XX"*, en Papeles del CEIC, vol. 2006/1, papel no. 25, CEIC (Centro de Estudios sobre la Identidad Colectiva), Universidad del País Vasco.
- Alabarces, P. (comp.) (2003) *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* Buenos Aires: CLACSO.
- Alabarces, P. (comp.) (2000) *Peligro de Gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*, Buenos Aires: CLACSO.
- Alabarces, P. y Rodríguez, M. (1996) *Cuestión de pelotas. Fútbol/deporte/sociedad/cultura*. Editorial ATUEL, Argentina. 216 pgs.
- Anderson, B. (1991) *Comunidades imaginadas; reflexiones sobre el origen y la difusión del nacionalismo*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Angelotti, P. G. H. (2004) *La dinámica del fútbol en México. La construcción de identidades colectivas en torno al Club de Fútbol Pachuca en nuestros días*, El Colegio de Michoacán, A. C., Centro de Estudios Antropológicos.
- Arguelles, F. (1995) *Cuentos de Fútbol*. Ed. Alfaguara, Madrid, España
- Barbero J. M. (1997a) *De los medios a las mediaciones*. Comunicación, cultura y hegemonía. Ed. GG. Mass Media, Barcelona. 4ta. edición.
- Barbero J. M. (1997b) *"Descentramiento cultural y palimpsestos de identidad"*. Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época II. Vol. III. Núm. 5, Colima.
- Barbero J. M. (1990) *De los Medios a las prácticas*. En: Orozco, G. (comp.) Texto publicado en *La comunicaciones desde las Prácticas Sociales*. Reflexiones en torno a su investigación. Cuadernos de comunicación y Prácticas Sociales. UIA, diciembre. México. p. 9-18.
- Barbero J. M. (1988) *Procesos de comunicación y matrices de cultura: itinerario para salir de la razón dualista*. FELAFACS. Editorial Gustavo Gili, México.
- Barbero J. M. (1981) *Prácticas de comunicación en la cultura popular: mercados, plazas, cementerios y espacios de ocio*. En: Simposn M. (comp.) *Comunicación alternativa y cambio social*. UNAM, México, D.F.
- Berger, P. L. y Luckman, T. (1997) *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido*. La orientación del hombre moderno. Paidós Studio. 1ª. Edición en español, Barcelona,
- Chichu, A. A. (coord.) (2002) *Sociología de la Identidad*. Universidad Autónoma Metropolitana, México, 253 pgs.

Delgado, J. M. y Gutierrez, J. Editores. (1995) *Métodos y Técnicas Cualitativas de Investigación en Ciencias Sociales*. Proyecto Editorial SINTESIS PSICOLOGIA, España pp.620.

Elias N. y Dunning, E. (1995) *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*. Fondo de Cultura Económica. México. D.F. 2da. Edición.

Fábregas P. A. (2001) *Lo sagrado del rebaño: El nacimiento de un símbolo*. Zapopan. El Colegio de Jalisco.

Fernández, P. J.S. (2000) *Sociología de los grupos escolares*. Sociometría y Dinámica de grupos. Universidad de Almería, España.

Ferreiro, J. P. (2003) "Ni la muerte nos va a separar; desde el cielo te voy a alentar" Apuntes sobre identidad y futbol en Jujuy, en: *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO).

Galeano, E. (1995) *El fútbol a sol y sombra*. Ed. Siglo XXI, México.

Giménez, G. (2002) *Paradigmas de la identidad*. En: *Sociología de la Identidad*. Chichu, A. A. (coord.) Universidad Autónoma Metropolitana, México.

Gimenez, G. (1997) *Materiales para una teoría de las identidades sociales*. Revista Frontera Norte Vol.9 No 18 Julio-diciembre, Tijuana B.C. México.

Goetz, J.P. y LeCompte. M. D. (1988) *Etnografía y diseño cualitativo en investigación educativa*. Ed. Morata. España.

Huerta, R. F. (1999) *El juego del hombre: deporte y masculinidad entre obreros de Volkswagen*. Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Plaza y Valdés, editores.

Huizinga, J.(1972) *Homo Ludens*. Editorial Alianza /Emece, Buenos Aires, 287 pgs.

Inestrosa, S. (1994) *Vivir la fiesta*. Un desenfreno multimediado. 1. Estudios de Comunicación y Prácticas Sociales. Universidad Iberoamericana, México. D.F.

Kapuscinski, R. (1988) *La Guerra del fútbol*. Ed. Anagrama. Barcelona, España.

Lonergan, B. *Insight: A Study of Human Understanding*, University of Toronto Press, Toronto, 1992. En: *Juego Simbólico y Utopía*. (Obra del profesor Antonio Paoli, aún no publicada), México. D.F. Cap. VII, Pag. 4

Magazine, R. (2004) "¡Es puro desmadre! Desorden y violencia entre jóvenes de un club de futbol de la Ciudad de México", en *Jóvenes Revista de Estudios sobre Juventud*. Año 8, núm. 21, México, D. F., julio-diciembre 2004.

Marcos, F. (1980) *Mi amante el fútbol*. Editorial Grijalbo. México.

Mattelart, A. y Neveu E. (2004) *Introducción a los Estudios Culturales*. Paidós. Comunicación 153. Junio.

Mejía, R. y Sandoval S. A. (coords.) (2002) *Tras las vetas de la investigación cualitativa*. Perspectivas y acercamientos desde la práctica. Editorial ITESO, México, Jalisco. 265 pgs.

Molitor, M. (1990) *La hermenéutica colectiva*. En Jean Remy y Danielle Ruquoy. Métodos de análisis de contenido y sociología. Bruselas, Facultades Universitarias, San Luis.

Nateras, A.(coord.) (2002) *Jóvenes, culturas e identidades urbanas*. Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. México, D.F. 439 pgs.

Nivón, E. (1998) *Cultura Urbana y Movimientos Sociales*. Editorial Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, culturas populares y la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Iztapalapa. México, D.F. 188 pgs.

Nuño, J. (1986) *Razón y Pasión del fútbol*. Revista Vuelta. Julio N.116. México.

Oliven, P. G. y Damo, A. S. (2001) *Fútbol y Cultura*, Ed. Norma, Bogotá.

Palou, P. Á. (1997) *El último campeonato mundial*. Ed. ALDUS, México.

Protzel, J. (1994) *Las multitudes del fútbol*. DIA-LOGOS de comunicación. No. 38. FELAFACS. Lima, Perú.

Ramírez G. J. P. (2002) *Futbol e identidad (es) en Ecuador*. FLACSO-Ecuador..

Reguillo, C. R. (1995) *En la calle otra vez*. Las Bandas: identidad urbana y usos de la comunicación. Iteso. 2da. Edición. Jalisco, Mexico. Pgs. 278

Rodríguez, M. G. (2003), "Los días en que Maradona usó kilt: intersección de identidades profundas con representaciones massmediáticas", en: *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO).

Rossi, I. y Edward O'Higgins. (1981) *Teorías de la cultura y métodos antropológicos*. Ed. Anagrama. Barcelona, España.

Schlesinger, P. y Morris, N. (1997) "Fronteras culturales: identidad y comunicación en América Latina". Estudios sobre las Culturas Contemporáneas. Época II. Vol. III. Núm. 5, Colima, junio.

Signorelli, A. (1999) *Antropología Urbana*. Universidad Autónoma Metropolitana, colección ANTHROPOS. México D.F. pgs.229

Ulloa, A. (1994) *Cultura, identidad y comunicación*. DIA-LOGOS de comunicación. No. 38. FELAFACS. Lima, Perú

Valenzuela, J. M. (Coord.) (2000). *Decadencia y auge de las identidades*. Cultura nacional, identidad cultura y modernización. Editorial El Colegio de la Frontera Norte. 2da. Edición. México, D.F. 380 pgs.

Vélez, B. (2008) "*Ciudadanos o clientes. Fútbol espectáculo y sociedad en Colombia*", En: "fútbol-espectáculo, cultura y sociedad" Una revisión crítica al negocio mundial. Universidad Iberoamericana, Octubre, México, D.F.

Villena, F. S. (2003a) "*Gol-balización, identidades nacionales y fútbol*", en: *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO).

Villena, F. S. (2003b) "*El fútbol y las identidades. Prólogo a los estudios latinoamericanos*" en: *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina* (Buenos Aires: CLACSO).

Villoro, J. (1998) *Crónica del fútbol Mexicano*. Editorial Clío, Tomo I – V.

Vinnai, G. (1973) *El fútbol como ideología*. Ed. Siglo XXI, México.

Artículos Electrónicos

Bromberger, C.. (2001a) *El Hinchismo como espectáculo total: Una puesta en escena codificada y paródica*. Revista Digital EF Deportes- Buenos Aires Año 7 No. 36 <http://www.efdeportes.com/efd36/ident.htm>

Bromberger, C. (2001b) *Multitudes deportivas: analogía entre rituales deportivos y religiosos*. Revista Digital EF Deportes- Buenos Aires Año 6 No. 29 <http://www.efdeportes.com/efd29/ritual.htm>

Bayce, R. (1986) *Cultura, identidades, subjetividades y estereotipos: preguntas generales y apuntes específicos en el caso del fútbol uruguayo*, Biblioteca Virtual, CLACSO

Galindo C. J. (2001) *Comunicología, comunicometodología y deporte*. Crítica epistemológica de las ciencias y las ingenierías del deporte. Grupo hacia una Comunicología Posible (GUCOM) <http://www.geocities.com/comunicologiaposible>

Gandara, L. (1999) *Las voces del fútbol*. Análisis del discurso y cantos de cancha. Revista Digital EF Deportes- Buenos Aires Año 5. No. 29 <http://www.efdeportes.com/efd17/leliag.htm>

Ferreira, A. (2001) *Lugares, banderas e hinchas*, en Razón y Palabra, Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación, núm. 23, octubre-noviembre. http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n23/23_aferreyra2.html

Maffesoli, M. (1996) *Estudios Sociológicos*. Sobre el Tribalismo. El fin del individualismo. Hemeroteca virtual de la ANUIES.

Quiroga, S. R. (2001) *Entre la cultura popular y el deporte*. Revista Digital EF Deportes- Buenos Aires Año 6 No. 30
<http://www.efdeportes.com/efd30/deporte.htm>

Zavala, H. (2001) *Ser o no ser... ahí está el detalle*. El fútbol y la cultura popular en la ciudad de México. Revista Digital EF Deportes- Buenos Aires Año 6 No. 30.
<http://www.efdeportes.com/efd30/mexico.htm>

Revistas y periódicos

Ortiz, A. (2001) *Tentando la Suerte del diablo*, Fútbol Total. Año 1 No. 3, México.

Garduño, R. Mauricio (2000) *Diablo Manía*. Órgano Oficial del Deportivo Toluca Fútbol Club. Domicilio: Enedino Arévalo Esq. Ernesto Monroy Lote 8 Manzana 3 parque Industrial Exportec II, C.P. 50200 Toluca, Edo. de México.

Naime, A. (1998) *El Sol de Toluca*. Primera plana. Lunes 11 de mayo.

Tesis

Maldonado R. M. 1995) *El fútbol soccer en México: un producto y algo más*. Tesis Universidad Iberoamericana, Santa Fe, Ciudad de México.

Rivera G. E. (1999) *Los Tiburones Rojos como identificación sociocultural en los aficionados al fútbol del puerto de Veracruz*. Tesis de maestría. Veracruz.

Rubin de Celis, C. P. (1995) *Impactos sociales, políticos y comerciales del fútbol en las relaciones internacionales*. Universidad Iberoamericana, Santa Fe, Ciudad de México.

Obras no publicadas

Paoli, A. (1999) *Juego Simbólico y Utopía*. México. D.F.

Otros

Federación Mexicana de Fútbol Asociación A. C. Estado de México. Liga Interestatal. Sector Aficionado.

Instituto Nacional de Estadística y Geografía, INEGI. Centro de Información Toluca, Av. José María Morales y Pavón Poniente 1005, Col, La Merced y Alameda C.P. 500080, Toluca, Estado de México.