



AFICIÓN FUTBOLÍSTICA

y rivalidades en el México contemporáneo:
una mirada nacional

Roger Magazine · J. Samuel Martínez López · Sergio Varela Hernández (coords.)

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

**AFICIÓN FUTBOLÍSTICA Y RIVALIDADES
EN EL MÉXICO CONTEMPORÁNEO:
UNA MIRADA NACIONAL**

Roger Magazine
José Samuel Martínez López
Sergio Varela Hernández
(coordinadores)

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA

GV 943.9.S64 A45 2012

Afición futbolística y rivalidades en el México contemporáneo : una mirada nacional / Roger Magazine, José Samuel Martínez López, Sergio Varela Hernández, coordinadores. — México : Universidad Iberoamericana, 2012.

392 p. : il. ; 23 cm.

1. Fútbol – Aspectos sociales – México. 2. Fútbol – Aspectos antropológicos – México. 3. Equipos de fútbol – México. 4. Fanáticos de fútbol – México. 5. Fútbol – México – Opinión pública. I. Magazine, Roger, 1969-., coordinador. II. Martínez López, José Samuel, coordinador. III. Varela Hernández, Sergio, coordinador. IV. Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Departamento de Ciencias Sociales y Políticas.

ISBN: 978-607-417-179-2

D.R. © 2012 Universidad Iberoamericana, A.C.
Prol. Paseo de la Reforma 880
Col. Lomas de Santa Fe
CP 01219 México, DF
publica@ibero.mx

Primera edición: 2012

ISBN: 978-607-417-179-2

Todos los derechos reservados. Cualquier reproducción hecha sin consentimiento del editor se considerará ilícita. El infractor se hará acreedor a las sanciones establecidas en las leyes en la materia. Si desea reproducir contenido de la presente obra escriba a publica@ibero.mx, en el asunto anote el ISBN que corresponda y deje el contenido en blanco.

Impreso y hecho en México

Impreso por Alfonso Sandoval Mazariego. Tizapán 172. Colonia Metropolitana Tercera Sección. Nezahualcóyotl, Estado de México. CP 57750. Tel. 5793-4152. Se terminó de imprimir el 26 de marzo de 2012. El tiraje fue de mil ejemplares más sobrantes para reposición.

Introducción. Las rivalidades futbolísticas y el sistema urbano nacional Roger Magazine	15
PARTE I. AFICIÓN Y CENTRALISMO: LOS EQUIPOS “NACIONALES” DE LA CIUDAD DE MÉXICO	
¿El club de la polémica o los hijos de Televisa? La identidad americanista a discusión Sergio Varela Hernández	43
Los Pumas de la UNAM y sus rivalidades Juan Gerardo Orellana Suárez	61
PARTE II. RIVALIDADES INTRA-CIUDAD E INTRA-REGIÓN	
Aficionados futboleros en Guadalajara: características y representaciones de rojiblancos, rojinegros y tecolotes Rodolfo Aceves	89
El clásico nortero Monterrey vs. Tigres: una “rivalidad” mediática Teresa Celestino Rodríguez	115
¿El clásico del Bajío? Algunas consideraciones históricas sobre una rivalidad social César Federico Macías Cervantes	143

**De "Los de arriba" a "Los hijos de la mermelada":
barrismo y música en El Bajío**
Efraín Delgado R. y Jaime Miguel González 153

**PARTE III.
IDENTIDAD LOCAL, POLÍTICA
Y DESARROLLO ECONÓMICO**

Chiapas: futbol y modernidad
Andrés Fábregas Puig 177

**La mística de las apariencias: ciudad, futbol
y consumo en torno a los Tuzos del C. F. Pachuca**
David Lagunas 197

**Necaxa y Aguascalientes,
breve historia de un desencuentro**
Darío Zepeda Galván 217

**"Por lógica... porque soy lagunero":
los aficionados al Santos Laguna**
Blanca Chong y Eiko Gavaldón 247

La afición de los Diablos Rojos del Toluca
Edith Cortés Romero, Janette Cruz Sandoval
y Karla Jazmín Rueda Servín 269

**PARTE IV.
OPOSICIONES Y NUEVAS PRÁCTICAS
DENTRO DEL ESTADIO:
LAS BARRAS Y LAS PORRAS**

**Rivalidades sociales y culturales en torno
a un grupo de animación de un equipo de futbol.
El caso de la Ultra 1901 de Pachuca**
Miguel Ángel González Ponce de León 287

La Banda del Rojo de los Diablos del Toluca
Edith Cortés Romero, Daniela Hinojosa Arago y
Adrián García Sánchez 315

**El Escuadrón Aurinegro: identidad y representaciones
en una barra del equipo de futbol Dorados de Sinaloa**
Jesús Manuel Rodelo Pérez y Wendy Anahy Armienta Duarte 333

**Jaula, barrios y territorios en la porra
La Komún de Santos Laguna**
J. Alfredo Morales Pérez 355

**Conclusiones.
Hacia la futura investigación sobre la afición futbolística**
Sergio Varela Hernández 375

Bibliografía 383

este esfuerzo colectivo. Es por ellos y para ellos que está hecho este libro. Fueron nuestros más grandes maestros y guías durante este proceso. Esperamos haber representado con integridad y fidelidad sus ideas y prácticas; si en algo fallamos al realizar esta compleja tarea, declaramos que la responsabilidad es enteramente nuestra.

Introducción

Las rivalidades futbolísticas y el sistema urbano nacional

Roger Magazine¹

En este libro se reúnen quince estudios etnográficos de la afición al fútbol profesional de catorce equipos en once diferentes ciudades de México. Estos estudios exploran tanto las prácticas de los aficionados en los estadios y su entorno, como los significados que dan a su afiliación futbolística, incluyendo sus percepciones y sentimientos hacia otros equipos. La reunión de estos estudios en un volumen tiene un objetivo principal y dos secundarios. Uno de los objetivos secundarios es la difusión de algunos ejemplos de la primera ola de investigaciones en México sobre este fenómeno de tanta importancia social, pero tan poco estudiado en este país. Otro objetivo secundario es mostrar las similitudes y diferencias entre las aficiones de los distintos equipos del país, para así entender cuáles de las prácticas y características de las aficiones tienen orígenes locales, y cuáles regionales, nacionales e incluso globales. El objetivo principal es acercarnos a una visión nacional de la afición futbolística. Esto consiste en conceptualizar el patrón nacional de las rivalidades y alianzas entre los aficionados de los diferentes clubes y reflexionar sobre la relación entre este patrón y el sistema urbano nacional.

¹ Doctor en Antropología, Roger Magazine es profesor-investigador del Programa de Posgrado en Antropología Social del Departamento de Ciencias Sociales y Políticas de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México (roger.magazine@uia.mx).

El interés en una visión nacional de la afición futbolística surgió de una serie de reflexiones dentro del Seminario sobre Fútbol, Cultura y Sociedad de la Universidad Iberoamericana en 2007.² Se revisaron varios estudios de los aficionados al fútbol que conectan el fenómeno de adscripción a un club con la identidad de un área urbana, una región geográfica u otro tipo de sector social (Bromberger *et al.* 1993; Giulianotti 1997; Robson 2000; Fábregas Puig 2001; Alabarces, comp. 2005; Aragón 2007; Magazine 2008). Estos mismos estudios hicieron surgir la necesidad de extender la unidad de análisis a dos o más equipos y de ahí pasamos a la revisión de otros abordajes que proponen que para entender las identidades futbolísticas es necesario tomar en cuenta las rivalidades como manifestaciones de las tensiones políticas, económicas o histórico-culturales existentes entre las regiones, ciudades, barrios o segmentos sociales con los que los públicos se identifican (De Biasi y Lanfranchi 1997; Armstrong 1998; Armstrong y Giulianotti, comps. 2001; Panfichi y Thieroldt 2008; Pontón y Pontón 2006). En el caso mexicano, la importancia de las rivalidades es clara. En particular, el odio hacia el club de fútbol América y definirse en oposición a éste por parte de los aficionados de los otros equipos era notorio (véase Varela Hernández en este volumen, y Magazine 2001, 2008).

Sin embargo, en las discusiones del seminario se notó que el significado de ser aficionado de un equipo resulta más complejo si tomamos en cuenta que los aficionados se definen de formas sutilmente distintas cuando enfrentan a diferentes equipos. Magazine (2008), por ejemplo, señala que los aficionados de los Pumas de la Universidad Nacional Autónoma de México se identifican como los rebeldes en oposición al América, equipo al que asocian con el *establishment*, como los intelectuales en oposición al Cruz Azul por asociarlo con la clase trabajadora, y como los "civilizados" en oposición a los equipos de ciudades pequeñas. Así, se planteó que el complejo significado de ser aficionado de Pumas, o de cualquier otro equipo del país, se puede entender sólo dentro del contexto más amplio de las relaciones y oposiciones entre diferentes clases y categorías sociales y, en particular, de la desigual distribución de poder entre las localidades urbanas a nivel nacional. De ahí surgió una propuesta para la futura investigación: entender mejor la afición futbolística ubicándola dentro del contexto espacial e histórico del sistema urbano nacional. Además, se nos ocurrió que la ecuación

² Seminario coordinado por José Samuel Martínez López y Roger Magazine.

podría funcionar al revés. Para gran parte de la población mexicana, ¿los equipos de fútbol no serían los símbolos más accesibles de lo que representan las diferentes ciudades del país y de sus relaciones entre sí? Muchos residentes del estado de Chiapas, en el sur del país, ¿tendrían otra ocasión aparte de los enfrentamientos futbolísticos para pensar en la región norteña de la Laguna o la ciudad occidental de Aguascalientes, y viceversa? ¿No es un símbolo aparente de la predominancia nacional de las ciudades de México, Guadalajara y Monterrey el hecho de que son los únicos con más de un equipo en la Primera división? Planteamos que una exploración del patrón nacional de rivalidades futbolísticas puede contribuir a la conceptualización del sistema urbano nacional al proveer una visión "desde abajo" de este sistema y de la posición de las diferencias locales dentro de él.

Para llevar a cabo esta exploración de la relación entre la afición futbolística y el sistema urbano, nos dimos cuenta de que era necesario contar con estudios de los aficionados de los equipos alrededor del país, cada uno enfocado en entender a su equipo local y sus relaciones con los otros clubes y ciudades o regiones.³ La esperanza fue que estos estudios proveerían algo parecido a un mapa del sistema nacional urbano. Los estudios tendrían que ser de corte etnográfico, llevados a cabo *in situ* durante periodos extendidos en varias ciudades. Por lo tanto, el esfuerzo tendría que ser colectivo, involucrando a investigadores ubicados en diferentes ciudades e instituciones. Algunos estudios de este tipo ya estaban publicados o en proceso (véase Fábregas Puig 2006, Zepeda Galván 2008, Orellana Suárez 2010, González Ponce de León 2008). Sin embargo, faltaban estudios sobre los aficionados de varias ciudades, lo que nos llevó a buscar y animar a colegas de otras instituciones para que realizaran este tipo de investigación sobre sus equipos locales. Este libro es, por lo tanto, un esfuerzo colectivo. Y el mapa de la afición y sistema urbano nacional necesariamente se convirtió en una serie de mapas, puesto que los aficionados de los diferentes equipos ven a sus rivales y a las otras ciudades de manera distinta. Así que, para ser consecuente, no quiero, mientras intento indicar algunos hallazgos generales en esta introducción, imponer mi propio "mapa" que seguramente tiene un tinte centralista por el hecho de que mi trabajo de investigación ha sido so-

³ Se reunieron estos estudios dentro del marco del proyecto de investigación "Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un acercamiento multirregional", coordinado por José Samuel Martínez López y Roger Magazine.

bre un equipo de la Ciudad de México (Magazine 2008). La lectura de los capítulos de este volumen dará una idea de la riqueza y complejidad del sistema urbano nacional visto a través de la afición futbolística.

Para mantener un marco de comparación, pedimos a todos los autores que tomaran en cuenta ciertos temas. Por ejemplo, solicitamos poner particular atención a cómo los aficionados representan tanto a su propio equipo y localidad como a los otros equipos y localidades. Pero como también quisimos que los investigadores tomaran en cuenta lo que era más importante para los aficionados mismos y no solamente lo que era importante para nosotros, los investigadores, los animamos a seguir sus estudios por donde los llevaran. Así, los capítulos ofrecen posibilidades para la comparación, pero también expresan temas e intereses que surgieron de las diferentes localidades y de esta manera resistieron una coordinación del libro demasiado centralista. Además, los capítulos representan los diferentes intereses personales y afiliación disciplinaria de los colaboradores, que tienen formación como comunicólogos, antropólogos sociales, sociólogos e historiadores. Esta variación significa que los capítulos son algo distintos en sus acercamientos, lo cual tiene la ventaja de ofrecer una diversidad de perspectivas para la conceptualización de la afición futbolística y su relación con las ciudades y regiones del país.

Es importante recordar que este tema es tan nuevo para las ciencias sociales en México, que muchos de estos análisis son los primeros acercamientos al estudio de estos grupos de aficionados. Precisamente, otro objetivo del proyecto fue fomentar la investigación en México sobre el tema. En comparación con países latinoamericanos como Brasil y Argentina, el tema de la afición futbolística estaba excluido de la investigación social en México. Este libro, junto con otros trabajos que han salido últimamente (por ejemplo, Angelotti 2004; Fábregas Puig 2001, 2008; González Ponce de León 2008; Magazine 2008; Orellana Suárez Zepeda Galván 2008), es sólo un inicio. Hace falta mucha más investigación sobre los aficionados al fútbol y su relación con otros fenómenos socioculturales.

En esta introducción empiezo con un breve recuento de la historia del sistema nacional urbano del país. Sostengo que un conocimiento mínimo de esta historia es necesario para entender las rivalidades entre los equipos de fútbol. Luego, esbozo el sistema nacional de rivalidades, empezando con las relaciones entre los cuatro equipos "nacionales" o "grandes", para lue-

go extender el análisis para tomar en cuenta a los demás clubes. En la discusión de estas relaciones entre equipos, intento demostrar cómo la atención a este cambiante sistema de rivalidades puede contribuir a nuestro entendimiento de las actuales relaciones entre ciudades y regiones en el contexto del México neoliberal. Después hago notar otro hallazgo que aparece en múltiples capítulos, sugiriendo su importancia a nivel nacional. Me refiero al surgimiento de grupos organizados de aficionados jóvenes llamados "barras" y las oposiciones entre estos grupos y los aficionados más tradicionales. Finalmente, describiré la organización del libro en cuatro secciones temáticas.

Regionalismo y centralización en México

Desde su independencia a principios del siglo XIX, México heredó de la Colonia una situación de poca integración de mercados a nivel nacional. En general, las distintas regiones a partir de las que se conformó este país se articularon alrededor de un centro urbano político-administrativo y los productos locales fueron intercambiados, de forma atomizada, dentro de cada una de las regiones (Van Young 1992:13; Pérez Herrero 1992:122). Por supuesto, algunas regiones exportaban más que otras a España, sobresaliendo la Ciudad de México y otros lugares de la Colonia. Sin embargo, es un hecho que la historia del Estado mexicano desde la independencia puede ser vista como un esfuerzo por romper con este regionalismo económico.

Se trata de un proyecto de integración nacional que empezó finalmente a triunfar sobre la resistencia de las regiones (unas más que otras) después de la Revolución de 1910. Pero lo que empezó como una estrategia para construir una economía nacional, más eficiente y mejor integrada, terminó siendo un proyecto de centralización dirigida hacia el enriquecimiento de la Ciudad de México a costa del empobrecimiento y subdesarrollo del resto del país. Como bien lo muestra el hecho de que en el periodo que va de 1920 a 1970 se presentó una gran concentración de la población urbana, la industrialización, la producción cultural y el poder político en la Ciudad de México.

Un dato que ilustra muy bien este fenómeno de la centralización y la concentración en detrimento de las regiones, es el siguiente: en 1900 la Ciudad de México era tres veces más grande que la segunda ciudad, Guadalajara,

mientras en 1960 era seis veces más grande (Roberts 1992:239). De forma paralela a este crecimiento desmesurado, para 1960 todos los centros intelectuales importantes del país, así como los principales sistemas de información, estaban concentrados también en la capital y para 1983, sólo 12 de las 31 capitales de estados tenían bibliotecas funcionando (Monsiváis 1992:248). Hablamos de un proyecto de centralización que creó una dependencia de las regiones hacia la capital y que desde luego no fue recibido felizmente en estas regiones. De hecho se trató de un proceso complejo que si bien logró edificar una economía nacional, basada en la sustitución de importaciones, y un imaginario común respecto a lo nacional, por otro lado cultivó distintos tipos de resistencias, incomodidades y controversias. Y es que en muchos casos los regionalismos viejos nunca desaparecieron completamente, aunque cambiaron de forma bajo la máscara de la centralización: regionalismos que antes sólo se veían hacia adentro se convirtieron en una identidad regional basada en la resistencia hacia afuera, pero en particular hacia el Estado nacional y la Ciudad de México.

Nos referimos a un proceso de centralización vinculado a una retórica nacionalista posrevolucionaria, que a partir de la década de 1960 empezó a atenuarse lenta pero inexorablemente. Y es que cuando la estrategia económica basada en la sustitución de importaciones y el desarrollo nacional impulsado y controlado desde la Ciudad de México empezó a fallar y ser insuficiente, se presentó la necesidad de abrir las regiones a la inversión directa desde el extranjero y en particular desde los Estados Unidos. Si, por ejemplo, en 1971, 52.6% de la producción manufacturera estaba ubicada en la Ciudad de México, en 1998 esta cifra había bajado hasta 28.3% (Ruiz Durán 2004:65). Se trata, sin embargo, de un extraño cambio porque inauguró el fin de cierta forma de la centralización y dependencia económica, pero que no significó el inicio de una redistribución equitativa de la riqueza y el poder político. En otras palabras: en las últimas cuatro décadas la riqueza en México ha ido donde los inversionistas la han llevado (esto es, a algunas regiones en detrimento de otras) y no necesariamente donde más se ha necesitado. Eso explica por qué las ciudades con una ubicación favorable, por ejemplo, por su cercanía a Estados Unidos, se han beneficiado más de esta competencia por la inversión. Podemos decir que estamos frente a una descentralización competitiva más que una planificada.

Lo notable es que a pesar de este cambio, la Ciudad de México sigue teniendo una situación económica más favorable y privilegiada, así como mucha influencia política, incluso por encima de las regiones y centros urbanos más beneficiados por las nuevas inversiones. Así al menos lo demuestra el hecho de que mientras el ingreso *per capita* nacional bajó 12.4% entre 1980 y 1995, el ingreso *per capita* del Distrito Federal subió 7.8% (Esquivel 1999:759). Podemos decir que la aparente descentralización de México es una consecuencia de una nueva inserción de la economía nacional a la global, en la cual la Ciudad de México:

Sigue siendo, como en el pasado, un punto estratégico en la organización espacial y regional; sin embargo, lo que ahora cambia es que su nueva especialidad como centro de servicios de avanzada y gestión relocaliza funciones a lo largo del sistema urbano que antes concentraba y que fueron el motor de su dinamismo económico (Pérez Negrete 2008:85).

En otras palabras, la descentralización de la industria y la población ha sido acompañada por una concentración de control y de poder económico en la capital (Parnreiter 2005:14).

Otra manera en que la capital ha mantenido e incluso aumentado su poder sobre el resto del país en su papel como mediador entre la economía global y la nacional, es como difusor de los medios de comunicación. Durante las últimas décadas, los medios de comunicación de la capital se han encargado cada vez más de difundir una cultura global de entretenimiento y consumo al resto del país. Esta difusión ha afectado a casi toda la población, así como las formas en que se autopercebe, imagina y relata (véase Monsiváis 1992). Sin embargo, es preciso notar que se trata de un proceso de difusión de la cultura global que en su mayoría se planifica y lleva a cabo desde la óptica de los difusores y tomadores de decisiones en la Ciudad de México. De tal forma que, mientras las regiones a través de sus medios y comunicadores locales difunden y defienden cada vez más sus propias hablas e identidades, los llamados "medios nacionales" (periódicos, canales de televisión abierta y grupos radiofónicos) concentrados todos en el Distrito Federal producen una versión propia o "capitalina" de la cultura global. El hecho de que el fútbol y no el béisbol sea el deporte que domina la pro-

gramación de la radio y la televisión, así como la mayor parte de los espacios informativos en los diarios deportivos, es un buen ejemplo de ello. A pesar de que el béisbol es un deporte con gran importancia a nivel internacional y que históricamente ha sido el deporte dominante en varias regiones del país (sobre todo en el norte y el sur), en las últimas décadas y gracias a la preferencia por el fútbol en la capital nacional, este último deporte ha ganado terreno, expandiéndose a los centros urbanos de regiones tradicionalmente beisboleras. El ascenso en los últimos años a la Primera división de fútbol de equipos en Tuxtla-Gutiérrez, Chiapas (véase Fábregas Puig, en este volumen), y Ciudad Juárez, Chihuahua y los traslados del equipo Necaxa de la Ciudad de México a Aguascalientes (véase Zepeda Galván, en este volumen) y del equipo Atlante de la Ciudad de México a Cancún, Quintana Roo, son ejemplos de ciudades en regiones tradicionalmente beisboleras que paulatinamente han volcado su atención hacia el fútbol.⁴

Los equipos “nacionales” en el fútbol mexicano

Sin duda, una de las características más destacadas del sistema de rivalidades futbolísticas que hoy existe en México es la presencia de cuatro clubes considerados “nacionales” por su historia y sus éxitos deportivos, pero sobre todo por su capacidad de atraer seguidores y, al mismo tiempo, rivales de todo el país. Estos cuatro equipos son el América, el Cruz Azul, los Pumas de la UNAM y las Chivas del Guadalajara. El hecho de que tres de estos cuatro equipos tengan su sede en la Ciudad de México no es una casualidad, ya que su éxito y visibilidad mediática refleja un fuerte centralismo del poder político y económico, lo cual provoca fuertes sentimientos de odio y atracción desde el resto del país.

En las calles y los medios deportivos de la Ciudad de México —muchos de ellos de circulación nacional— todo el tiempo se escucha hablar de la fuerte rivalidad existente entre los cuatro equipos “nacionales”, aunque también es significativo que esos comentarios y conversaciones se escuchen de igual forma con cierta frecuencia en muchas de las otras ciudades y re-

⁴ El limitado éxito para atraer aficionados en Aguascalientes (véase Zepeda Galván, en este volumen) y Ciudad Juárez y el subsecuente descenso a segunda división de los equipos de estas ciudades sugieren que este cambio a una preferencia por el fútbol no necesariamente ocurre sin resistencia.

giones del país donde tienen gran cantidad de seguidores. Esto explica por qué, aun cuando el antagonismo entre el club local y cada uno de estos cuatro equipos es significativo, las rivalidades entre los equipos nacionales son el eje del sistema de rivalidades nacional.

Debajo de las rivalidades futbolísticas entre estos cuatro equipos, se encuentran tensiones y luchas tanto políticas como socioculturales. Se puede decir que cada uno de estos equipos, a su modo, sintetiza y encarna valores, identidades, concepciones ideales de México y hasta proyectos ideológicos muy diferentes para los aficionados (Magazine 2008). En esta sección, introduzco brevemente lo que representa cada uno de estos equipos para los aficionados en general, pero refiero a los lectores a los capítulos de este volumen de Varela Hernández sobre el América, Orellana Suárez sobre los Pumas y Aceves sobre las Chivas, para unos análisis más detallados sobre cómo los seguidores entienden sus propias aficiones y relaciones con otros equipos.

Es preciso empezar esta introducción al significado de los equipos nacionales con el caso del América por su posición única en el sistema de rivalidades futbolísticas en México. El América —a pesar de su popularidad o precisamente por ésta— es sin lugar a dudas el equipo “más odiado” de México: contra el cual existe más resentimiento y sobre el cual se ejercen más presiones y burlas. Este odio se debe a la manera en que el poderoso conglomerado mediático Televisa lo ha apoyado, generando que se le asocie con el poder político, el autoritarismo, la élite económica del país, y el centralismo.

El América es uno de los clubes más viejos del fútbol mexicano (fue creado por escolares maristas el 12 de octubre de 1916) y es uno de los fundadores de la Primera división profesional (formada en 1943). Sin embargo, su historia como el más odiado comienza hasta 1959 cuando el club fue comprado por el señor Emilio Azcárraga Milmo,⁵ quien lo adquirió como parte de una triple estrategia: 1) para competir con la popularidad de las Chivas Rayadas del Guadalajara; 2) para meterse con su empresa a la industria del balompié; y 3) para conseguir que México se convirtiera en la sede de un mundial, que a la postre le fue adjudicado en 1970. Luego de muchos cambios, de una fuerte inversión,⁶ de varios logros deportivos y de

⁵ El dueño de Televisa, el poderoso conglomerado televisivo que durante décadas contribuyó al mantenimiento de la hegemonía priísta.

⁶ Durante los sesenta el equipo tenía el mote de “los Millonetas” porque inició la práctica de pagar altos sueldos y comprar a muchos jugadores extranjeros.

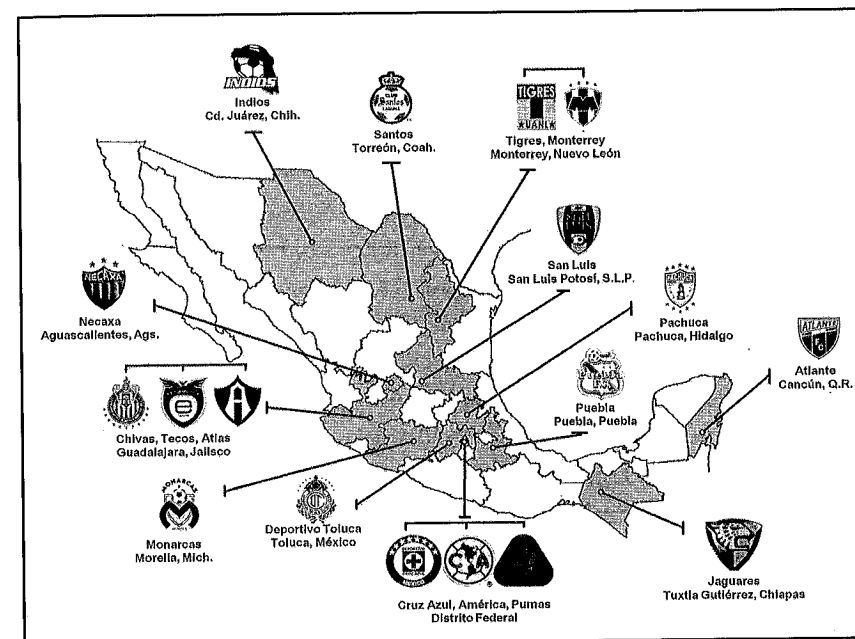
una transformación de su imagen, Azcárraga Milmo, desde su posición de benefactor y mecenas del club, logró acrecentar de forma paradójica la popularidad del América y utilizó su televisora para proyectar la fama de este club a nivel nacional.

Es importante señalar que la popularidad del América es paradójica porque actualmente es el club profesional más repudiado pero también el que quizá más aficionados y consumidores posee. Debido a que enarbola la altivez y la soberbia del magnate televisivo que lo reinventó, es tal el vínculo que muchos aficionados han establecido entre este club y el poder mediático, político y empresarial, que apoyar a este equipo se ha convertido para sus rivales en sinónimo de alinearse con la élite y de aceptar su dominación y su injusto proyecto de nación, actualmente signado por el neoliberalismo con su apertura al mercado libre global. Anticipando el planteamiento de Varela Hernández (en este volumen), es interesante notar que la misma directiva del equipo ha promovido la asociación entre el poder y el club y también la imagen del club como el villano, algo que ha resultado bastante atractivo para sus seguidores. Es preciso mencionar que los aficionados de los equipos regionales suelen odiar al América además por su asociación estrecha con el poder centralista proveniente de la Ciudad de México. Los aficionados del América, nunca o pocas veces los asocian explícitamente con la Ciudad de México (Varela Hernández, este volumen), dando por sentado que es el equipo nacional ejemplar, ubicado arriba y más allá de las triviales asociaciones y tensiones regionales, lo cual muestra una arrogancia asumida.

Las Chivas Rayadas del Guadalajara es el equipo que compete más cercanamente con el América por tener más seguidores en el ámbito nacional. A diferencia de los otros tres equipos nacionales, el alcance nacional de las Chivas no tiene nada que ver con su asociación con el poder proveniente de la Ciudad de México. Sin embargo, la manera en que el equipo se presenta al público sí señala sus aspiraciones nacionales. Este equipo sigue un credo de "puros mexicanos", el cual refiere a su política de contratar solamente jugadores nacionales. Cabe mencionar que este ideal de puros mexicanos que encarnan las Chivas encaja con la estrategia estatal dominante entre los años treinta y setenta del siglo pasado, que buscó cohesionar al país y edificar la unidad nacional promoviendo un nacionalismo basado en el valor de la cultura y economía mexicanos; estrategia, como se sabe, muy vinculada en lo económico a la sustitución de importación y la nacionaliza-

ción de varias industrias, como la petrolera. Para muchos aficionados en todo el país, incluyendo también los de la Ciudad de México, esta asociación de las Chivas con esta versión del nacionalismo basado en la autonomía resulta bastante atractivo. Versión de nacionalismo que, incluso, se puede leer como una crítica hacia la estrategia política-económica dominante actual basada en el neoliberalismo y la apertura de la economía y la cultura a inversiones e influencias extranjeras.

Equipos de futbol de la Primera división, temporada 2008-2009, según estado de la república de pertenencia⁷



Elaboración de los autores.

⁷ Incluyo el mapa de los equipos en la Primera división de la temporada 2008-2009 puesto que es cuando la mayoría de los autores de los capítulos de este volumen llevaron a cabo sus investigaciones. Este mapa cambia cada año por el descenso de un equipo de Primera división a la Liga de ascenso y el ascenso de un equipo de esta última a la Primera. Después de la temporada 2008-2009, Necaxa (Aguascalientes) descendió y Querétaro, ubicado en el centro del país, hacia el noroeste del Distrito Federal, subió. Después de la temporada 2009-2010, Ciudad Juárez descendió y Necaxa volvió a subir.

Para los aficionados de las Chivas de la Ciudad de México, esta crítica encuentra un blanco en el América;⁸ y el partido semestral entre estos dos equipos se considera "el clásico" del fútbol mexicano. Para los aficionados de las Chivas que son de Guadalajara, "ser Chiva" implica una oposición a la Ciudad de México y lo que ésta representa (Fábregas Puig 2001), incluyendo las políticas neoliberales impuestas por el gobierno federal. Este significado de seguir a las Chivas se repite entre sus aficionados en otras partes del país, donde una de las razones por las que el club de las Chivas atrae más aficionados y es menos odiado que los otros equipos nacionales, es que no es asociado con la Ciudad de México. Incluso, es común encontrar aficionados en otras ciudades que apoyan a sus equipos locales y también a las Chivas, aunque no necesariamente en este orden.

Cruz Azul, el tercer equipo nacional, pertenece desde su origen a la cooperativa de cemento del mismo nombre y por los valores que promueve (el espíritu de trabajo, la cooperación y la familia) representa no sólo a esta cooperativa, sino que simboliza más generalmente la identidad y los valores de la clase obrera. Al igual que con el ideal de autonomía nacional de las Chivas, la visión de la clase obrera representada por el Cruz Azul gozó de un fuerte apoyo⁹ del Estado en el pasado reciente, cuando éste, en tanto corporativista y centralista, patrocinó a las cooperativas y los sindicatos, muchos de los cuales se han debilitado o desaparecido completamente desde el cambio a la política neoliberal en los tempranos ochenta. Efectivamente, el Cruz Azul es un equipo menos odiado en provincia que el América y el cuarto equipo nacional, los Pumas, y eso se debe a que la clase obrera y las cooperativas no son asociadas necesariamente con la Ciudad de México. De hecho, la cooperativa tiene su sede principal en Ciudad Cooperativa Cruz Azul en el estado de Hidalgo, aproximadamente a 70 km al norte de la Ciudad de México. Los habitantes de Ciudad Cooperativa ven como rival al equipo regional y vecino de Pachuca.¹⁰ Sin embargo, como el Cruz Azul juega sus partidos en la Ciudad de México, tanto los aficionados no asociados con la cooperativa co-

⁸ Este apoyo a un ideal de puros mexicanos de parte de los aficionados capitalinos a las Chivas no es tan sorprendente si consideramos que las políticas de sustitución de importación y la nacionalización de empresas las originó el gobierno federal en la Ciudad de México.

⁹ El hecho, como en el caso de las Chivas, de que el apoyo por parte del Estado a las cooperativas y a los sindicatos en un momento histórico anterior estaba integrado a la estrategia de la centralización no está presente necesariamente en la imaginación de los aficionados.

¹⁰ Samuel Martínez, comunicación personal.

mo los aficionados de otros equipos lo asocian con la Ciudad de México. Para estos aficionados que no forman parte de la cooperativa la relación con el equipo de Pachuca no tiene importancia y consideran que los rivales más importantes son los otros equipos nacionales y en particular el América.¹¹

El cuarto equipo nacional, los Pumas de la Universidad Nacional Autónoma de México, también representa algo que no se limita a un solo lugar o región. El equipo es conocido por seguir la filosofía de "puros jóvenes", que se refiere al hecho de que juega sólo con jugadores jóvenes. La mayoría de los aficionados de los Pumas también se autoidentifican como jóvenes y explican que a diferencia de otros equipos que los excluyen, los Pumas "les dan chance" (Magazine 2008). También explican que los futbolistas de los Pumas juegan por "su amor a la camiseta" y al juego en sí mismo y no sólo por el dinero como sus rivales que son más grandes de edad. Esta motivación supuestamente distinta de los jóvenes resulta en un estilo de jugar más apasionado (Magazine 2008). Para muchos de los aficionados jóvenes de los Pumas, seguir al equipo está asociado con una crítica a la exclusión de los jóvenes, y, otra vez, esta crítica se expresa en un odio particularmente agudo hacia el América (Magazine 2001). Mientras que los aficionados del América usualmente mantienen una actitud arrogante de indiferencia hacia el odio de los otros aficionados (Varela Hernández, este volumen), en los últimos años, los jóvenes aficionados del América han respondido a este odio de parte de los Pumas, convirtiendo a la oposición Pumas-América en la rivalidad más llamativa y agresiva del país, que rebasa incluso la tradicional rivalidad entre Chivas y América.

También hay una fuerte asociación entre el equipo de los Pumas y la UNAM (Orellana Suárez, en este volumen), aunque la gran mayoría de los jugadores y de los aficionados no son y nunca han sido estudiantes de esta importante institución educativa. Si bien la filosofía de puros jóvenes es la atracción principal del equipo, la asociación con "la máxima casa de estudios" también atrae a algunos aficionados de la Ciudad de México y otros lugares, ya que la UNAM es considerada por muchos mexicanos como la mejor universidad de América Latina y como una fuente de orgullo para el país. Esta asociación hace a muchos considerar a su equipo como el de los pensantes en contraste con el de los ricos del América y los ignorantes de

¹¹ *Idem.*

Cruz Azul (Orellana Suárez, en este volumen). Al menos hasta hace poco, era común escuchar que el equipo Pumas provee a la Selección Nacional de jugadores bien formados, como la Universidad provee de científicos, doctores y otros profesionales de alto nivel al país en general.¹² El hecho de que mucha gente de otras ciudades venga a la capital a estudiar en la UNAM y luego regresen a sus lugares de origen ha contribuido a la transformación de los Pumas en un equipo nacional (Orellana Suárez, en este volumen).

Pero la UNAM también trae asociaciones negativas, especialmente para los residentes de otras partes del país, ya que se la asocia fuertemente con la ciudad capital y el gobierno central, no sólo porque esta enorme institución es un producto de las políticas centralizadoras del gobierno federal sino también por el hecho de que estudiar en ella ha sido un rito de pasaje necesario para incorporarse a los altos niveles del gobierno federal, incluyendo la presidencia. Esta fuerte asociación de la UNAM con el gobierno federal produce resentimiento en otras ciudades, haciendo de los Pumas el segundo equipo más odiado fuera de la capital después del América. En mi estudio de una porra de los Pumas (Magazine 2008), hago notar que la recepción de los aficionados de los Pumas al final de la década de los noventa en ciudades de "provincia" como Morelia, León y Pachuca fue mucho más agresiva que su recepción en los estadios de Cruz Azul y América. En varias ocasiones, los aficionados locales terminaron el partido aventando objetos como piedras, botellas y cohetes a los integrantes de la porra y gritándoles agresivamente insultos relacionados más con su procedencia de la Ciudad de México que con su afición a los Pumas. Generalmente, los visitantes ayudaron a provocar este tipo de reacción con sus burlas, cantando frases como "Ya llegó la civilización", recordando a los aficionados locales la arrogancia y dominación de los capitalinos (Magazine 2008). Al parecer sólo la presencia de las rejas que dividían las secciones y una escolta de policía para poder salir del estadio previno un ataque violento de parte de los aficionados locales. En estos estadios usualmente había una porra o una sección de aficionados locales de los Pumas, y entre este grupo y los aficionados del equipo local sí ocurrieron choques violentos ya que no aplicaron las

¹² Hasta los noventa, el equipo de los Pumas fue uno de los pocos equipos con una escuela de fútbol de "fuerzas básicas", pero ahora casi todos los equipos intentan formar jugadores jóvenes en sus propios clubes. Al mismo tiempo, los cortes de presupuesto han afectado a la UNAM y ahora algunas universidades privadas son la que están contribuyendo a la formación de los futuros gobernadores del país.

mismas medidas de seguridad para separar estos grupos opuestos de aficionados locales (Magazine 2008).

Estos ejemplos nos recuerdan que el odio de los aficionados de otras ciudades hacia los equipos nacionales de la Ciudad de México, como los Pumas y el América, se basa más en el hecho de que las relaciones interurbanas son desiguales que en los significados específicos de los equipos nacionales, como son, por ejemplo, la asociación de los Pumas con la juventud o del América con la idea de "ser el mejor". Los aficionados de los equipos capitalinos, en contraste, muestran una actitud de indiferencia hacia los equipos "chicos" —incluso cuando ocupan un lugar superior en la tabla de posiciones—, y hasta disfrutaban burlarse de la fuerte reacción de los aficionados locales. Esta relación entre los aficionados de los equipos de la capital y los equipos de otras ciudades no es sorprendente si tomamos en cuenta los efectos negativos de las políticas de centralización impuestas desde el Distrito Federal desde hace muchos años.

Aunque esta relación constituida por un intercambio de odio e indiferencia entre los aficionados de equipos regionales y los equipos nacionales representa, sin duda, un patrón común, es preciso notar que algunos de los estudios de este volumen muestran que existe una variación significativa en las actitudes hacia la capital y los capitalinos entre los residentes de diferentes ciudades. Por ejemplo, los aficionados del equipo de Toluca enfrentan otro tipo de problema: la falta de claridad de la línea que divide a la capital y su ciudad a consecuencia de la cercanía entre las dos, así como de la migración de la industria y de los capitalinos hacia Toluca. Así, los aficionados a veces intentan distinguirse, insistiendo que no son "chilangos"¹³ de ciudad pequeña" (Cortés Romero, Hinojosa Arago y García Sánchez, en este volumen), y en otros momentos aspiran a juntarse con los equipos nacionales y obtener esta denominación (Cortés Romero, Cruz Sandoval y Rueda Servín, en este volumen). Por su parte, los aficionados de Monterrey —una ciudad considerada la actual capital industrial del país— se representan como superiores a la gente del Distrito Federal por su gran ética de trabajo y el éxito económico que esto ha traído a su ciudad (Celestino Rodríguez, en este volumen). Hay un claro rechazo a los aficionados de la capital, pero supuesta-

¹³ Término usado para referirse a los originarios de la capital. Los capitalinos la usan para referirse a sí mismos con cariño, mientras los residentes de otras ciudades lo hacen de manera despectiva frecuentemente.

mente no por ser los dominadores, sino por ser flojos, mantenidos y "greñudos", aunque podemos imaginar que este rechazo también surge de la amargura provocada por lo que el gobierno federal extrae de su ciudad. Además, y como veremos en el siguiente apartado, la inserción de ciertos equipos en fuertes rivalidades regionales resta importancia a la oposición con los equipos nacionales. Sin embargo, podemos decir que los equipos nacionales, y especialmente los de la capital, difícilmente inducen indiferencia en los aficionados de otras localidades aunque la reacción que producen es algo variable de lugar en lugar.

La atención negativa y positiva que atraen los equipos nacionales no sólo se basa en acontecimientos afuera del campo de juego sino en su desempeño futbolístico también. De los 82 campeonatos celebrados entre 1944 y 2009 (desde 1996 hay dos por año), los cuatro equipos nacionales han ganado 35 (43%). Esta dominación es particularmente marcada entre 1957 y 1991, cuando estos equipos ganaron 27 de los 37 campeonatos (73%). Este periodo coincide con el proceso en el que se crea el fútbol en México como un deporte realmente nacional a través de su promoción y difusión en los medios de comunicación, particularmente en la televisión. Así, no es de sorprender que muchos aficionados, en particular los que tienen más tiempo siguiendo la liga, compartan la idea de que los cuatro equipos nacionales han dominado. Es preciso notar que este periodo más o menos coincide con el apogeo del Estado centralizado, del nacionalismo posrevolucionario, y la cerrazón económica representados por la política de "puros mexicanos" del equipo de Chivas.

Luego, entre 1992 y 2009, esta dominación prácticamente desaparece, ya que los equipos nacionales ganaron sólo 8 de los 32 campeonatos (25%), mientras que los equipos de las ciudades regionales de Toluca y Pachuca ganaron 12 entre los dos en los mismos años (38%). Esto coincide con el periodo del supuesto fin del proyecto de centralización del Estado y de la economía, con un resurgimiento de las identidades regionales. Sin embargo, de forma paralela a la economía, esta descentralización en el fútbol profesional resulta ser desigual e incompleta y, por lo tanto, no es sorprendente que los equipos nacionales sigan generando un gran nivel de atracción y odio, aun cuando su desempeño sea relativamente pobre. Tal vez no es sorprendente que no todos los equipos regionales hayan disfrutado del mismo éxito durante los últimos años; sin embargo, es interesante notar que en general los equipos que han logrado triunfar están ubicados en al-

gunas de las ciudades o regiones que más se han beneficiado de la descentralización económica. Me refiero, por un lado, a los equipos del norte del país, Santos Laguna (de la Comarca Lagunera) y Monterrey, ciudades que han disfrutado de un importante crecimiento industrial en los últimos años. Por el otro, me refiero a los equipos de Toluca y Pachuca, que representan ciudades que se han beneficiado económicamente de su incorporación a la zona metropolitana de la Ciudad de México, convirtiéndose en ciudades industriales y dormitorios. Es notable que estos cuatro equipos tengan plantillas de jugadores muy valiosas, comparables sólo con las de los equipos nacionales (véase tabla a continuación).

Valor de las plantillas de jugadores 2009-2010 (libras esterlinas)¹⁴

- | |
|--|
| 1. América: 42,885,000 |
| 2. Cruz Azul: 34,852,500 |
| 3. Monterrey: 33,435,000 |
| 4. Santos: 32,985,000 |
| 5. Chivas: 32,040,000 |
| 6. Toluca: 30,645,000 |
| 7. Morelia: 27,495,000 |
| 8. Pachuca: 27,337,500 |
| 9. Pumas: 27,000,000 |
| 10. Atlas (Guadalajara): 25,200,000 |
| 11. Tigres (Monterrey): 24,210,000 |
| 12. Chiapas: 23,985,000 |
| 13. Atlante (Cancún): 22,995,000 |
| 14. Puebla: 21,420,000 |
| 15. San Luis: 20,610,000 |
| 16. Estudiantes (Guadalajara): 20,295,000 |
| 17. Gallos Blancos (Querétaro): 14,130,000 |
| 18. Indios (Cd. Juárez): 13,635,000 |

Elaboración de los autores, con base en <http://www.transfermarkt.co.uk>

¹⁴ Dejé estas cifras en libras esterlinas en vez de convertirlas a pesos mexicanos para respetar la tabla original y porque lo que me interesa aquí es la comparación entre equipos y no las cantidades absolutas.

Independientemente de la indeterminada relación entre el éxito de un equipo y el tamaño de su presupuesto, la pregunta es si éste refleja el poder económico de su ciudad o región, o si es parte de una estrategia para mejorar su poder económico. También es posible que las dos explicaciones sean aplicables a la misma ciudad o región si su poder económico permite más inversión de una ciudad o región. Algunos estudios recientes han planteado que, para las ciudades, tener un equipo profesional, construir un estadio moderno o ser sede de un evento deportivo internacional como el mundial o las olimpiadas, ayuda a convertirlas en polos de atracción para la inversión económica (véase Carter 2006; Bairner 2006). Aunque no está claro si esta estrategia realmente funciona más allá de fomentar la identidad y el orgullo local (Barney 2009),¹⁵ parece ser que los gobernantes y las élites económicas de varias ciudades y estados mexicanos han entrado al juego, intentando atraer equipos de fútbol profesional, mantenerlos en la Primera división, o ganar campeonatos.

En este volumen, los capítulos de Zepeda Galván sobre el equipo de Necaxa y la ciudad de Aguascalientes, de Fábregas Puig sobre los Jaguares de Chiapas y, especialmente, de Lagunas sobre Pachuca, ilustran esta estrategia de poner la ciudad, región o estado en el "mapa" nacional e internacional, como una ciudad importante, moderna y digna de turismo y/o inversión económica. Planteo que la necesidad de desarrollar este tipo de estrategia está conectada con el reciente proceso de "descentralización competitiva" mencionado arriba, en el cual los inversionistas llevan su dinero a donde les conviene, mientras el gobierno federal no hace ningún intento por guiar estas inversiones a las regiones más necesitadas. Es preciso notar que las ciudades o regiones que han tenido más éxito económico también tienen más recursos para invertir en su equipo, y se vuelven, en consecuencia, todavía más atractivas para la inversión y más ricas.

Si el patrón de rivalidades futbolísticas refleja la desigualdad y competitividad del reciente proceso de descentralización, también evidencia el hecho de que este proceso es incompleto y que la posibilidad de crecimiento en otras ciudades —tanto económicamente como futbolísticamente— ha sido acompañada por el surgimiento de un control desde la Ciudad de

¹⁵ Para ejemplos de la fomentación de la identidad y orgullo local por parte de los equipos, véanse los capítulos de este volumen de Chong y Gavaldón, Macías Cervantes, Delgado R. y González, y en particular Fábregas Puig.

México. Así, los medios de comunicación nacionales siguen operando desde la capital y dando más atención a los equipos nacionales aun cuando no ganen deportivamente. Mientras, las aspiraciones de los equipos de Toluca, Santos Laguna y Pachuca de convertir sus éxitos en el campo de juego en el acceso a una porción del mercado nacional, e incluso internacional, han quedado en gran parte frustradas. Los equipos nacionales siguen siendo los únicos equipos que pueden atraer grandes cantidades de aficionados y sentimientos de oposición a lo largo del país. Los aficionados de Pachuca, por ejemplo, ven a los cuatro equipos nacionales como sus rivales más importantes (González Ponce de León, este volumen), pero muestran una actitud de indiferencia hacia el equipo de Toluca a pesar de que este último ha tenido más éxito en los últimos años y a pesar de que las dos ciudades son muy parecidas en tamaño y por su cercanía a la Ciudad de México. Se podría decir que estos aficionados están viendo más allá de la seudodescentralización representada por el éxito de equipos regionales como Toluca y el mismo Pachuca, y así reconocen y muestran inconformidad con la nueva versión del centralismo. Propongo que el enojo y el desprecio de los aficionados de los equipos regionales hacia los equipos nacionales constituyen uno de los pocos medios disponibles para expresar sus frustraciones con esta realidad de desigualdad entre localidades y, en particular, entre la capital y el resto del país.

Las rivalidades regionales

Aunque las rivalidades entre los equipos nacionales y los regionales son claves para entender a la afición futbolística en México, también es importante notar que este énfasis refleja el centralismo que estoy tratando de analizar aquí. Varios de los capítulos de este volumen sobre la afición de equipos regionales sugieren que las rivalidades con equipos de la misma ciudad o región son más importantes para los mismos aficionados que las que existen con los equipos nacionales. Estas rivalidades se pueden dividir entre las que son compuestas por dos o más equipos de la misma ciudad y las que existen entre los equipos de una misma región. No volveremos a hablar aquí de las rivalidades entre los tres equipos de la Ciudad de México, América, Cruz Azul y los Pumas, puesto que fueron descritas arriba. De todas formas, podríamos decir que estas rivalidades son distintas a las que existen en otras ciudades del país, ya que los aficionados usualmente no conceptualizan su afición en relación a la localidad. O, en

otras palabras, plantean que su equipo es el mejor o juega el mejor fútbol del país y no sólo de la Ciudad de México (ver Varela Hernández y Orellana Suárez, en este volumen). En los casos de las otras ciudades donde hay más de un equipo, Guadalajara y Monterrey, las rivalidades tienen un tinte más local, aunque de forma parecida a la de los equipos nacionales, cada equipo representa un tipo de identidad o ideal distinto.

En el caso de las rivalidades entre los tres equipos de Guadalajara, las Chivas, el Atlas y los Tecos de la Universidad Autónoma de Guadalajara (Estudiantes) —descritas en este volumen por Aceves—, las Chivas ocupan un lugar en la ciudad análogo al de los equipos nacionales a nivel de la liga entera. En comparación con los otros dos equipos, las Chivas son el equipo “grande” por su éxito en el campo de juego (ha ganado más títulos que cualquier otro equipo mexicano) y también por el número de aficionados que lo siguen en Guadalajara y en todo el país. Entonces, se puede decir que las rivalidades entre estos equipos son jerárquicas. Las Chivas también representan lo popular o el pueblo, en contraste con la asociación más elitista de los Tecos y, en particular, del Atlas (Aceves, este volumen). En oposición a esta asociación entre las Chivas y lo popular, los seguidores del Atlas consideran que su equipo tiene un estilo de jugar “académico” con el cual se refieren a un estilo más técnico, refinado o elegante (Aceves, en este volumen). Celebran el hecho de que el equipo se haya mantenido fiel a este estilo —y ellos al equipo— a pesar de su falta de éxito en el campo. Critican a las Chivas por ser ignorantes del fútbol y de comprar sus campeonatos en vez de ganarlos con un buen juego, mientras los aficionados de las Chivas consideran a los del Atlas “perdedores” (Aceves, en este volumen). Los Tecos, por su parte, tienen pocos seguidores y por lo mismo el equipo es de menor importancia como rival para los otros dos. La identidad de los aficionados de este equipo refleja la tendencia conservadora de la institución que lo alberga, la Universidad Autónoma de Guadalajara. En comparación con los otros aficionados, los de Tecos dicen que tratan a sus contrapartes con respeto, mostrando un espíritu deportivo (Aceves, en este volumen). Podríamos decir que tratan de quitar énfasis a las rivalidades, reemplazándolas con el disfrute del fútbol y la convivencia.

En el caso de la ciudad de Monterrey, la rivalidad entre los dos equipos, los Tigres de la Universidad Autónoma de Nuevo León y el Monterrey, se constituye por una oposición entre iguales, puesto que los dos son similares en relación a la cantidad de seguidores y su éxito futbolístico. Celestino

Rodríguez plantea (en este volumen) que es importante distinguir entre la representación de esta rivalidad por parte de los medios de comunicación *versus* la versión de los mismos aficionados. Los medios inventan una oposición violenta entre las clases bajas que apoyan a los Tigres y las altas que siguen al Monterrey. Según la autora, estas asociaciones se derivan del hecho de que los Tigres juegan en el estadio de la universidad pública del estado, mientras Monterrey usa el estadio de una universidad privada, el Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey (Celestino Rodríguez, en este volumen). Sin embargo, aficionados de los dos equipos reconocen que tanto ellos como sus contrapartes provienen de forma igual de las clases trabajadoras de la ciudad. Y aunque compiten entre ellos por ser la afición con más “aguante”¹⁶ de la ciudad (véase abajo), insisten en que la rivalidad es pacífica, en contraste con lo que dicen los medios (Celestino Rodríguez, en este volumen).

En cuanto a rivalidades entre equipos de la misma región, existen varias en el ámbito nacional, incluyendo las oposiciones entre los equipos de Querétaro y San Luis, y entre los de Puebla y Veracruz. En este volumen contamos con descripciones y análisis de las rivalidades entre Santos Laguna, de la Comarca Lagunera,¹⁷ y los dos equipos de Monterrey (véase Chong y Gavaldón), así como entre los equipos de la región conocida como el Bajío¹⁸ (véase Macías Cervantes y Delgado R. y González). En la rivalidad entre los aficionados del Santos y los de los equipos de Monterrey, otra vez observamos las expresiones alrededor de una relación desigual entre localidades. Sin embargo, a diferencia de los aficionados de muchos equipos regionales, quienes expresan el resentimiento del dominado, los aficionados de los Santos emplean la rivalidad para contradecir la supuesta superioridad y dominio económico de Monterrey con el afán de salir de la sombra de este rival norteco (Chong y Gavaldón, en este volumen). Es pre-

¹⁶ Con este término, los aficionados, generalmente integrantes de grupos organizados llamados “barras”, se refieren a su capacidad de aguantar condiciones adversas y amenazas y de seguir apoyando a su equipo. Este uso parece tener sus orígenes entre aficionados argentinos (véase Alabarces, comp. 2005).

¹⁷ Este equipo, aunque se ubica en la ciudad de Torreón, Coahuila, supuestamente representa a toda la región conocida como la “Comarca Lagunera”, que se conforma por varios municipios urbanos y rurales de los estados de Coahuila y Durango.

¹⁸ Una región compuesta por los llanuras y valles de los estados vecinos de Guanajuato, Querétaro, Michoacán y Jalisco. Los capítulos de este volumen se enfocan en los equipos del estado de Guanajuato.

ciso notar que Chong y Gavaldón plantean que el papel de los medios de comunicación ha sido notorio en el fomento de esta rivalidad futbolística.

Las rivalidades futbolísticas en la región del Bajío reflejan la lucha por el predominio urbano entre las ciudades de León e Irapuato. La ciudad de León basa su reclamo de predominio urbano en su superior tamaño poblacional y su importancia como centro de producción industrial —y en particular del calzado— mientras Irapuato basa el suyo en su importancia como centro de la agroindustria de la región. En contraste con la relación jerárquica entre Monterrey y la Comarca Lagunera, que ha producido una rivalidad más importante para los laguneros que para los regiomontanos, la relación entre estas dos ciudades del Bajío es más igualitaria. Por lo tanto, las historias del desarrollo del deporte y las rivalidades futbolísticas en la región han sido inseparables de la oposición entre estas dos ciudades (Macías Cervantes, en este volumen); y los aficionados de ambas ciudades comparten un interés en la intensa rivalidad futbolística entre el club León y el club Irapuato (Delgado R. y González, en este volumen). Es preciso notar que la existencia de una rivalidad regional de tal intensidad y duración es inseparable de la excepcionalidad del Bajío como región a nivel nacional en términos de su temprana integración, urbanización y desarrollo industrial y agrícola.

Las barras y las oposiciones dentro de la misma afición

Un tema que destaca en varios capítulos de este volumen es la presencia en los estadios de un nuevo tipo de grupo de aficionados designado como "barra". Éstos van de varias decenas hasta varios miles de integrantes, como la barra "Rebel" de los Pumas. Los miembros son, en general, hombres jóvenes de entre 15 y 25 años de edad, y toman prestado de la afición futbolística sudamericana varios términos y prácticas. Por ejemplo, el mismo nombre del grupo, "barra", tiene un origen sudamericano en contraste con el término mexicano más cercano: "porra". Además, se miden con otros aficionados y otras barras en términos del "aguante", una palabra adoptada de Argentina que se refiere a la cantidad de peligros y dificultades físicas y emocionales que pueden aguantar por ser fieles a su equipo. También han pedido prestado de sus pares sudamericanos la práctica de estar de pie brincando y cantando durante el partido en vez de gritar "porras" como el "Chiquitibom" que es la práctica usual entre los aficionados mexicanos. Es-

tos grupos apenas empezaron a surgir en los estadios mexicanos hace diez o quince años (Magazine 2008) pero, como muestran los capítulos de este libro, actualmente existen entre todas las aficiones del país, al menos las de los equipos de Primera división.

Una característica particularmente llamativa de estos grupos es el hecho de que construyen sus identidades no sólo en oposición a otros equipos sino también contra los elementos tradicionales o autoritarios de sus propios equipos y aficiones. En oposición a los aficionados mayores, a las "porras" o "porras familiares" (Zepeda Galván, en este volumen), a la policía (Celestino Rodríguez, en este volumen) e incluso a la directiva de su equipo (González Ponce de León, en este volumen), se representan como los jóvenes, rebeldes, marginados y descontrolados. Estas representaciones oposicionales a lo convencional se reflejan en los nombres de las barras, e incluso en su forma de deletrearlos: la Rebel (véase Orellana Suárez, en este volumen), la Komún (véase Morales Pérez, en este volumen), la Adición, y los Libres y Lokos (véase Celestino Rodríguez, en este volumen). Es interesante que, a pesar de su autodenominación como marginados, los integrantes de estos grupos se consideren superiores a los otros aficionados por ser más apasionados en sus formas de apoyar. Además, plantean que son los aficionados verdaderos porque van al estadio por su propia voluntad y no porque reciban boletos gratis de la directiva a cambio de su lealtad (véase Rodelo Pérez y Armienta Duarte; Cortés Romero, Hinojosa Arago y García Sánchez, en este volumen). En algunos casos, demuestran su amor por el equipo y su aguante asistiendo a todos los partidos a pesar del rechazo del propio equipo y su persecución por la policía (González Ponce de León, en este volumen). En respuesta, los aficionados más "tradicionales" los acusan de venir al estadio sólo para ser rebeldes y echar desmadre y no para realmente apoyar al equipo (véase, por ejemplo, Zepeda Galván, en este volumen).

Se podría decir que estas expresiones reflejan una tensión entre generaciones, pero sería todavía más preciso plantear que señalan una frustración entre los jóvenes acerca de la estructura jerárquica clientelar de la sociedad en general aunada a la que dentro del estadio los obliga a decidir entre la exclusión y persecución, por un lado; por otro, a renunciar a su individualidad y libertad para entrar en las relaciones clientelares. Quisiera agregar que a pesar del origen sudamericano, y en particular argentino de varios términos y prácticas de las barras, las oposiciones y frustraciones so-

ciales de expresión que se manifiestan a través de estas prácticas son de origen nacional y, de manera paralela a las rivalidades entre equipos de diferentes ciudades, reflejan una realidad social, política y económica más allá de los estadios de fútbol. También de manera paralela a las rivalidades entre equipos, propongo que el estudio de las barras provee una visión "desde abajo" de esta realidad, de sus injusticias y de posibles alternativas.

La organización del libro

Hemos dividido los dieciséis capítulos de este libro en cuatro diferentes secciones. La primera incluye dos capítulos, cada uno sobre el significado de ser aficionado de uno de los equipos nacionales ubicados en la Ciudad de México. Sergio Varela Hernández escribe sobre el América y las implicaciones de ser aficionado del equipo de los superlativos: "el más grande" y "el más odiado". Luego, Gerardo Orellana Suárez presenta resultados de su estudio a profundidad sobre los aficionados de los Pumas, mostrando la importancia de la asociación entre el equipo y la UNAM en la construcción del significado de ser Pumas y de las rivalidades con otros equipos.

La segunda sección está compuesta por cuatro capítulos que configuran las rivalidades entre los equipos de una misma ciudad o región. Uno de Rodolfo Aceves describe las rivalidades de los equipos de Guadalajara, enfocándose en la oposición entre la identidad "popular" de las Chivas y el estilo "refinado" del Atlas. La contribución de Teresa Celestino Rodríguez analiza la rivalidad entre los dos equipos de Monterrey, haciendo un esfuerzo por distinguir entre la manera en que los integrantes de las barras entienden esta oposición y las representaciones mediáticas. Luego siguen dos capítulos sobre las rivalidades en la región del Bajío entre las ciudades de León e Irapuato y sus respectivos equipos de fútbol. César Federico Macías Cervantes da cuenta del desarrollo histórico de estas rivalidades, mientras Efraín Delgado R. y Jaime Miguel González contrastan las identidades futbolísticas de las barras de Irapuato y León, con un énfasis sobre el papel de la música en la construcción de éstas.

La tercera sección incluye cinco capítulos que señalan la construcción de una identidad local/regional a través del equipo de fútbol. El capítulo de Andrés Fábregas Puig sobre los Jaguares de Chiapas demuestra cómo el equipo ha ayudado a crear un sentido de integración y unidad en este estado du-

rante un periodo altamente conflictivo. David Lagunas, mientras, expone cómo el éxito del equipo Pachuca ha sido empleado por el club para presentar a la ciudad como un lugar moderno, global y digno de inversión. Los capítulos de Darío Zepeda Galván sobre el Necaxa de Aguascalientes, de Blanca Chong y Eiko Gavaldón sobre Santos Laguna, y de Edith Cortés Romero, Janette Cruz Sandoval y Karla Jazmín Rueda Servín sobre el Toluca, presentan los resultados de estudios etnográficos cuidadosos sobre cómo los mismos aficionados entienden su elección de equipo y la relación entre ésta y su localidad.

Los cuatro capítulos de la última sección se enfocan en un fenómeno social que ha surgido en los estadios mexicanos en los últimos años: las barras. Miguel Ángel González Ponce de León describe la rivalidad entre dos barras que apoyan al equipo de Pachuca. Una de ellas es reconocida como la barra oficial y disfruta del apoyo del club mientras la otra construye su identidad en oposición al control social a través de relaciones clientelares. Edith Cortés Romero, Daniela Hinojosa Arago y Adrián García Sánchez presentan una etnografía redondeada sobre La Banda del Rojo de Toluca, de la que destacan los esfuerzos de los integrantes por definirse más allá de los estereotipos: no oficial, pero tampoco violento, con influencia sudamericana, pero particularmente toluqueños. Jesús Manuel Rodelo Pérez y Wendy Anahy Armienta Duarte describen detalladamente las prácticas de la barra de los Dorados de Sinaloa. Muestran cómo los integrantes del grupo refutan la denominación de "narcos", que surge de la asociación entre este estado y el narcotráfico, pero al mismo tiempo disfrutaban la atención que les trae y el miedo que provocan entre los demás. Finalmente, J. Alfredo Morales Pérez, en su estudio sobre La Komún de Santos Laguna, pone atención especial en el lenguaje de los integrantes de la barra en sus prácticas dentro y fuera del estadio. Además, muestra que la organización interna del grupo es un reflejo de la organización socio-espacial de los barrios de la ciudad de Torreón.

Hemos organizado los capítulos de esta forma con el fin de facilitar su lectura y destacar ciertos temas que nos parecen importantes. Sin embargo, es necesario hacer notar que las contribuciones no se limitan al tema de la sección en la que están ubicadas, ya que abordan los múltiples aspectos que surgieron durante las investigaciones entre los aficionados. Por ejemplo, el capítulo de Zepeda Galván sobre el Necaxa no sólo toma en cuenta la construcción de una identidad local sino también de los conflictos entre diferentes grupos de aficionados dentro del estadio y, en particular, entre la barra y

las porras familiares. El capítulo de Delgado y González, por su parte, trata la rivalidad regional entre León e Irapuato, pero la explora a través de una mirada hacia las barras de los dos equipos. Además, hay varios temas que cubren los autores que no hemos mencionado en esta introducción y no hemos tomado en cuenta en la organización del libro, pero que merecen, sin duda, atención y análisis. Se puede mencionar, por ejemplo, el análisis sobre el género en el estadio, de Cortés Romero, Cruz Sandoval y Rueda Servín, y la discusión sobre la música en el capítulo de Delgado y González. Si la confluencia de temas en cada artículo complicó la organización del libro en secciones, también es muestra de la riqueza existente en el estudio de los aficionados al fútbol para las ciencias sociales.

PARTE I

**AFICIÓN Y CENTRALISMO:
LOS EQUIPOS "NACIONALES"
DE LA CIUDAD DE MÉXICO**

var las relaciones de transmisión de conocimiento y "tradiciones" entre padres e hijos, tan sólo por mencionar algunas de las posibilidades de estudio que se abrirían.

Evidentemente, estos puntos no son exhaustivos ni concluyentes, sino meros apuntes para una reflexión que evidentemente se antoja colectiva y de un plazo temporal amplio en las décadas por venir. Mi ejercicio propositivo no quiere sino señalar ciertas coordenadas generales hacia donde podría dirigirse la mirada académica, de ninguna manera pretende establecer algún canon. Depende de la propia experiencia investigadora, desde distintos puntos de vista regionales, generacionales y de género, el abrirse nuevos campos de conocimiento.

Bibliografía

- Abarca, Humberto, 1999, *Discontinuidades en el modelo hegemónico de masculinidad*, Universidad de Chile, La Florida, en <http://inicia.es/de/cgarciam/abarca.html> (noviembre 2008).
- Acoltzin, Olga y David Lagunas, 2009, "Antes que aficionados, somos creyentes. Los Tuzos como hecho social total" en *Pachuca*, Editorial Milenio, Hidalgo, México.
- Aguirre Baztán, A. y J. Francisco Morales, 1999, *Identidad cultural y social*, Ediciones Bardenas, Barcelona.
- Alabarces, Pablo (comp.), 2000, *Peligro de gol. Estudios sobre deporte y sociedad en América Latina*, CLACSO, Buenos Aires.
- Alabarces, Pablo *et al.*, 2005 y 2006, *Hinchadas*, Prometeo Libros, Buenos Aires, Argentina.
- Alabarces, Pablo, 2003, *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*, CLACSO/ASDI, Buenos Aires.
- Anderson, Benedict, 1991, *Imagined Communities*, Verso Editions & NLB, Londres.
- Angelotti, Gabriel Héctor, 2008, *Fútbol e identidad. La formación histórica del deporte y la construcción de identidades colectivas en torno al fútbol en México*, Tesis doctoral, Colegio de Michoacán, Zamora, Michoacán.
- Angelotti, Gabriel Héctor, 2004, *La dinámica del fútbol en México*, Tesis de Maestría, Colegio de Michoacán, Zamora, Michoacán.
- Aragón, Silvio, 2007, «*Los trapos se ganan en combate*»: Una mirada etnográfica sobre las representaciones y prácticas violentas de la "barra brava" de San Lorenzo de Almagro, Antropofagia, Buenos Aires.
- Archetti, Eduardo, 1985, "Fútbol y ethos", en *Monografías e Informes de Investigación*, Núm. 7, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales.
- Archetti, Eduardo, 1998, "El potrero y el pibe. Territorio y pertenencia en el imaginario del fútbol argentino", en *Nueva Sociedad*, núm. 154, marzo-abril, Caracas, pp. 101-119.
- Archetti, Eduardo, 2001, *Potrero, la pista y el ring: las patrias del deporte argentino*, Fondo de Cultura Económica, Argentina.
- Archetti, Eduardo, 2003, *Masculinidades: Fútbol, Tango y Polo en la Argentina*, Antropofagia, Buenos Aires, Argentina.
- Armstrong, Gary, 1998, *Football Hooligans: Knowing the Score*, Berg, Oxford.

- Armstrong, Gary y Richard Giulianotti (comps.), 2001, *Fear and Loathing in World Football*, Berg, Oxford.
- Arroyo Arredondo, Susana, 2006, "La estructura de la telenovela como relato tradicional", *Culturas Populares. Revista Electrónica* 2 (mayo-agosto) en <http://www.culturaspopulares.org/textos2/articulos/arroyo1.pdf>
- Augé, Marc, 1987, *Travesía por los Jardines de Luxemburgo*, Gedisa, Barcelona.
- Augé, Marc, 1998, *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos*, Gedisa, Barcelona.
- Augé, Marc, 2001, *Ficciones de fin de siglo*, Gedisa, Barcelona.
- Bahamonde, Ángel, 2002, *El Real Madrid en la historia de España*, Taurus, Madrid.
- Bairner, Alan, 2006, "Titanic Town: Sport, Space and the Re-imag(in)ing of Belfast" en *City & Society*, vol. 18, num. 2, pp. 159-179.
- Balandier, Georges, 1994, *El poder en escenas. De la representación del poder al poder de la representación*, Paidós, Barcelona.
- Bañuelos Rentería, Javier, 1998, *Crónica del futbol mexicano. Balón a tierra (1896-1932)*, Clío, México.
- Bañuelos Rentería, Javier, 1998a, *Crónica del futbol mexicano. Los años difíciles (1970-1986)*, Clío, México.
- Barney, Robert K., 2009, "Some Thoughts on the General Economics of Cities/States/Provinces after Hosting the Olympic Games" en *Esporte e Sociedade*, vol. 4, num. 12, pp. 1-11.
- Béjar Navarro, Raúl y Héctor Manuel Cappello, 1990, *Bases teóricas y metodológicas en el estudio de la identidad y el carácter nacionales*, UNAM-CRIM, Cuernavaca, México.
- Bertaux, Daniel, 1997, *Los relatos de vida. París: Nalhan. Universidad Nacional de Salta, Metodología de la Investigación II. Ciencias de la Educación*, ficha de cátedra, Mónica Moons (trad.), revisión de María Ves Lozada, julio de 1999.
- Bodgan y Taylor, 1988, *Métodos cualitativos de investigación*, Paidós, México.
- Boniface, Pascal, 2006, "La planète football. Rencontre avec...". en *Sciences Humaines*, 173:34-36.
- Bourdieu, Pierre, 1984, *Sociología y Cultura*, CONACULTA-Grijalbo, México, pp. 193-215.
- Bourdieu, Pierre, 2000, *Cuestiones de sociología*, Istmo, Madrid.
- Bourdieu, Pierre, 2002, *La distinción: criterios y bases sociales del gusto*, Taurus, España.
- Brading, David A., 1975, *Mineros y comerciantes en el México Borbónico (1763-1810)*, FCE, México.
- Bromberger, Christian *et al.*, 1993, "'Allez l'O.M, forza Juve': The Passion for Football in Marseille and Turin", en Redhead, Steve, *The Passion and the Fashion: Football Fandom in the New Europe*. Aldershot, Avebury, pp. 103-151.

- Bromberger, Christian, 1995, *Le match du football*, Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme, París.
- Bromberger, Christian, 1995 y 2000, "El futbol como visión del mundo y como ritual", en Roque, María Ángeles (ed.), *Nueva antropología de las sociedades mediterráneas. Viejas culturas, nuevas visiones*, Icaria, Barcelona.
- Bromberger, Christian, 1999, "Tercer medio tiempo para el futbol iraní", en S. Segurota (ed.), *Futbol y pasiones políticas*, Debate, Barcelona, pp. 97-105.
- Bromberger, Christian, 2001, *Significaciones de la pasión popular por los clubes de futbol*, Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- Brune, François, 1999, "Un resumen de la condición humana", en S. Segurota (ed.), *Futbol y pasiones políticas*, Debate, Barcelona, pp. 19-27.
- Calderón Cardoso, Carlos, 1998, *Crónica del futbol mexicano. Por amor a la camiseta (1933-1950)*, Clío, México.
- Calderón, Cardoso, Carlos, 2000, *Pachuca la cuna del futbol*, Gobierno del Estado de Hidalgo, México.
- Callois, Roger, 1994, *Los Juegos y los hombres, la máscara y el vértigo*, FCE, México.
- Cappa, Ángel, 2004, *¿Y el futbol dónde está?*, Editorial Ficticia (Ediciones del Futbolista), México.
- Carrillo, Jaeneth, 2007, "Mensaje en la celebración del día mundial de población dictado el 11 de julio de 2007 en Costa Rica", en http://www.americlatinagenera.org/mecanismos/documentos/agenda/julio/discurso_dia_mundial_poblacion.pdf.
- Carter, Thomas F., 2006, "Introduction. The Sport of Cities: Spectacle and the Economy of Appearances" en *City & Society*, vol. 18, num. 2, pp. 151-158.
- Castells, Manuel, 1999, *La cuestión urbana*, Siglo XXI, México.
- Castells, Manuel, 2001, "La cultura de las ciudades en la era de la información", en Susser, Ida (ed.), *La sociología urbana de Manuel Castells*, Alianza Editorial, Madrid, pp. 461-487.
- Castells, Manuel, 2001b, *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*, vol. II, 3ª ed., Siglo XXI, México.
- Cerutti, Mario, 2000, *Proprietarios, empresarios y empresas en el norte de México. Monterrey: de 1848 a la globalización*, Siglo XXI, México.
- Conde, Mariana, 2006, "La invención del hinchado en la prensa deportiva", en Albarces, Pablo *et al.*, *Hinchadas*, Prometeo Libros, Argentina.
- Conde, Mariana y María Graciela Rodríguez, 2002, "Mujeres en el futbol argentino: sobre prácticas y representaciones", en *Alteridades* 12 (23) Universidad Autónoma Metropolitana -Iztapalapa (UAM-I), pp. 93-106.
- Corona, S., 2005, *La Comarca Lagunera, constructo cultural. Economía y fe en la configuración de una mentalidad multicentenario*, UIA Laguna.
- Chihu, A. (coord.), 2002, *Sociología de la identidad*, Miguel Ángel Porrúa y Universidad Autónoma Metropolitana-Iztapalapa, México.

- Da Matta, Roberto *et al.*, 1987, *Universo do futebol: Esporte e sociedade Brasileira*, Pinakotheke, Río de Janeiro.
- De Biasi, R. y P. Lanfranchi, 1997, "The Importance of Difference: Football Identities in Italy", en Armstrong, Gary y Richard Giulianotti (comp.), *Enter the Field*, Berg, Oxford.
- De la Torre, Sindy *et al.*, 2009, *Identidad cultural. El caso de la Comarca Lagunera de Coahuila*, Secretaría de Desarrollo Regional de La Laguna, Gobierno del Estado de Coahuila.
- Debord, Guy, 1999, *La sociedad del espectáculo*, Pre-textos, Valencia.
- Delgado Guembes, César, 2009, *Las teorías del conflicto: de la estructura al sujeto (el neo y post-marxismo)*, monografía disponible en: <http://www.scribd.com/doc/19357077/CDGTeorias-del-Conflicto-Sociologia>, consultada el 13 de junio de 2010.
- Delgado, Manuel (ed.), 2004, *La otra cara del Fòrum de les cultures S. A.*, Edicions Bellaterra, Barcelona.
- Delgado, Manuel, 2007, *La ciudad mentirosa. Fraude y miseria del "modelo Barcelona"*, Los libros de la Catarata, Madrid.
- Dicks, Bella, 2000, *Heritage Place and Community*, Cardiff, University of Wales.
- Domínguez M., A., 2009, "Palco Deportivo" en *El Universal*, 21 de enero.
- Doraro, Christian, 2006, "Aguantar no es puro chamuyo. Estudios de las transformaciones en el concepto nativo", en *Hinchadas*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Dumolard, Pierre, 1993, "Región y regionalización. Una aproximación sistémica", *Secuencia*, Revista de historia y ciencias sociales, núm. 25, enero-abril.
- Dunning, Eric (comp.), 1976, *The sociology of Sport: a selections of readings*, SAGE, Londres.
- Edelman, Robert, 2002, "A Small Way of Saying 'No': Moscow Working Men, Spartak, and the Communist Party, 1900-1945", *American Historical Review* (diciembre):1441-1474.
- Ehrenberg, Alain, 1987, "Le show méritocratique, Platini, Stéphanie, Tapie et quelques autres", en *Esprit*, 4.
- Elias, Norbert y Eric Dunning, 1955 y 1992, *Deporte y ocio en el proceso de civilización*, FCE, México.
- Esquivel, Gerardo, 1999, "Convergencia regional en México, 1940-1995" en *Trimestre Económico*, vol. 66, núm. 264, Fondo de Cultura Económica, México.
- Fábregas Puig, Andrés, 2001, *Lo Sagrado del Rebaño, el futbol como integrador de identidades*, El Colegio de Jalisco, Jalisco, México.
- Fábregas Puig, Andrés, 2005, "Identidades en juego: El futbol en Jalisco", en Luis Antonio González Rubio (comp.), *Encuentros sociales y diversiones. Guadalajara*, Secretaría de Cultura de Jalisco, Jalisco, pp. 29-51.

- Fábregas Puig, Andrés, 2006, "Chiapas: futbol y modernidad", *Pueblos y Fronteras* Revista digital, 002, en <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=90600207&iCveNum=7247>
- Fernández, Claudia y Andrew Paxman, 2000, *El Tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, Raya en el Agua-Grijalbo, México.
- Fernández Christlieb, Pablo, 2000, *La afectividad colectiva*, Taurus, México.
- Flores, Julia Isabel, 2005, "Presentación", en Willem Doise, Alain Clémence y Fabio Lorenzi-Cioldi, *Representaciones sociales y análisis de datos*, Instituto Mora, México, pp. 9-18.
- Freseros.com, 2009, *Historia Club Irapuato*, disponible en http://www.freseros.com/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=188:esta-es-la-historia&catid=73:historia-primera-parte&Itemid=133
- Galande, Emiliano, 2001, *Sexo y amor, anhelos e incertidumbres de la intimidad actual*, Paidós, Argentina.
- Galindo Cáceres, Jesús, 1992, *Apuntes de metodología en investigación cualitativa*, <http://www.geocities.com/comunicologiaposible/>
- Galindo, Jesús, 1994, *Aproximación a la cultura en ciudades mexicanas de los ochenta. Exploración configurativa de su composición y organización*, disponible en <http://www.geocities.com/comunicologiaposible/>
- Galindo, Jesús, 2009, "Comunicología y futbol. La vida social, el deporte y el espectáculo desde una perspectiva constructivista", *Razón y palabra*, núm. 69 (julio, agosto, septiembre), disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- García Canclini, Néstor, 2003, "México 2010: una ciudad que improvisa su globalización", en *Alteridades*, 13(26):7-14.
- García Canclini, Néstor (coord.), 2005, *La antropología urbana en México*, FCE, México.
- Garriga Bucal, José, 2006, "Soy macho porque me la aguanto", en *Hinchadas*, Prometeo Libros, Buenos Aires.
- Garza, Gustavo, Pierre Filion y Gary Sands, 2003, *Políticas urbanas en grandes metrópolis: Detroit, Monterrey y Toronto*, Colegio de México y Programa interinstitucional de estudios sobre la región de América del Norte, México.
- Geertz, Clifford, 1978, *La interpretación de las culturas*, Gedisa, México.
- Geertz, Clifford, 2000, *La Interpretación de las Culturas*, Gedisa, Barcelona.
- Gilbert, Alan, 1997, *La ciudad latinoamericana*, Siglo XXI, México.
- Giménez, Gilberto, 2000, "Materiales para una teoría de las identidades sociales", en Valencia Arce, José M. (coord.), *Decadencia y auge de las identidades*, Plaza y Valdés-Colegio de la Frontera Norte, México, pp. 45-78.
- Giménez, Gilberto, 2007, *Estudios sobre la cultura y las identidades sociales*, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes/Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente, México.
- Giraldo Neira, Octavio, 2002, *Nuestras sexualidades. Sexología de género y la orientación*, Litocencia Editores, Cali.

- Giulianotti, Richard, 1997, "Enlightening the North: Aberdeen Fanzines and Local Football Identity", en Armstrong, Gary y R. Giulianotti (comps.) *Entering the Field*, Berg, Oxford.
- Giulianotti, Richard, 1999, *Football: a Sociology of the Global Game*, Polity Press, Cambridge.
- Gledhill, John, 2000, *El poder y sus disfraces*, Barcelona, Edicions Bellaterra.
- Goffman, Irving, 2001, *La presentación de la persona en la vida cotidiana*, Amorrortu, Argentina.
- Gómez, Jaime, 1997, *Chivas. La historia oficial del Guadalajara*, Ágata, Guadalajara.
- González Arriata, Leticia, 2005, *Consideraciones sobre la historia de La Laguna*, Dirección Municipal de Cultura, Torreón.
- González Chávez, Jorge Edgar, 2006, *Un Mundo subterráneo: cómo se ha desarrollado la subcultura ska en León, Gto.*, Universidad Iberoamericana, León, Guanajuato.
- González Ponce de León, Miguel Ángel, 2008, *Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México. Un análisis multiregional. El caso de los aficionados al Club de fútbol Pachuca*, tesis de licenciatura, Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, Pachuca, Hidalgo.
- González Sánchez, Laura, 2000, *El consumo cultural del fútbol que es realizado por las mujeres jóvenes en su asistencia al estadio Toluca 70-86*, tesis de licenciatura, UAEM FCPyAP, México.
- Guajardo Alatorre, Alicia (coord.), 2002, *Análisis estratégico del área metropolitana de Monterrey. Un diagnóstico para el desarrollo*, Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey-Centro de Estudios Estratégicos, Monterrey.
- Guano, Emanuela, 2004, "The Denial of Citizenship: 'Barbaric' Buenos Aires and the Middle-Class Imaginary", en *City & Society* XVI(1):69-97.
- Gutiérrez, Esthela, 1999, "Monterrey en el contexto de la globalización económica de México" en Esthela Gutiérrez (coord.) *La globalización en Nuevo León*, Ediciones el caballito, UANL, Monterrey, Nuevo León, pp. 19-41.
- Gutiérrez, Irma, 1990, *Hidalgo: sociedad, economía, política y cultura*, UNAM, México.
- Hannerz, Ulf, 1998, *Conexiones transnacionales*, Cátedra Ediciones/Universitat de Valencia, Madrid.
- Hansen, D.R., 1971, *The Politics of Mexican Development*, The John Hopkins Press Baltimore, Londres.
- Heller, Agnes, 1998, *Sociología de la vida cotidiana*, Ediciones Península, Barcelona.
- Huerta, H. y G. Dellmary, 1986, *Tiempo y espacio: El fútbol como fenómeno psico-social del siglo XXI*, Impresores de Guadalajara, Guadalajara, Jalisco.

- Huerta, Rojas Fernando, 2005, "Finezas y sutilezas misóginas en el juego del hombre", en Cazés Daniel y Fernando Rojas (coords.), *Hombres ante la misoginia: miradas múltiples*, Universidad Autónoma de México y Plaza y Valdés, México.
- Jameson, Fredric, 1999, *El giro cultural. Escritos seleccionados sobre el posmodernismo 1983-1998*, Manantial, Buenos Aires.
- Lagarde, Marcela, 1997, "Género y feminismo. Desarrollo y democracia" en *Cuadernos Inacabados*, núm. 25, Horas y Horas, España, pp. 9-40.
- Lahud Guedes, Simoni, 1998, *O Brasil no campo de futebol. Estudos Antropológicos sobre os significados do futebol brasileiro*, EDUFF, Niteroi.
- Lamas, Marta, 2002, "Volver a la diferencia sexual", *Nexos*, núm. 290, año 24, México.
- Lassig, Adriana, 2009, *Análisis social de la cumbia villera y su poder de persuasión*, disponible en: <http://www.rppnet.com.ar/analissocialcumbiavilleraypersuacion.htm>
- Lefebvre, Henri, 1973, *El derecho a la ciudad*, Península, Barcelona.
- Loeza, María S., 1988, *Clases medias y política en México*, El Colegio de México, México.
- Macías Cervantes, César Federico, 2004, "Ajustes dinámicos posrevolucionarios y la práctica deportiva en el estado de Guanajuato hacia la década de 1940" en César Federico Macías Cervantes (coord.), *Anuario de Estudios Históricos 1.*, Facultad de Filosofía y Letras Universidad de Guanajuato, Guanajuato, México, pp. 129-155.
- Macías Cervantes, César Federico, 2007, "Deporte y modernidad posrevolucionaria en Irapuato", en *Boletín del Archivo Histórico de Irapuato*, Nueva época, núm. 2, Presidencia Municipal de Irapuato, Irapuato, México, pp. 31-48.
- Magazine, Roger, 2001, "'The Colours Make Me Sick': America FC and Upward Mobility in Mexico", en Armstrong, Gary y Richard Giulianotti (comps.), *Fear and Loathing in World Football*, Berg, Oxford.
- Magazine, Roger, 2007, *Golden and Blue Like My Heart. Masculinity, Youth and Power Among Soccer Fans in Mexico City*, The University of Arizona Press, Tucson, Arizona.
- Magazine, Roger, 2008, *Azul y oro como mi corazón: Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*, Universidad Iberoamericana-Afínita, México.
- Magazine, Roger y José Samuel Martínez López, 2009, "El sistema de rivalidades futbolísticas en México. Reflexiones en torno al proyecto 'Identidades, prácticas y representaciones de los aficionados al fútbol en México: un análisis comparativo multiregional'", *Razón y palabra*, núm. 69 (julio, agosto, septiembre) en <http://www.razonypalabra.org.mx/>
- Magazine, Roger, José Samuel Martínez López y Jacques Ramírez, 2010, "Las rivalidades futbolísticas y la construcción de la nación. Una comparación entre México y Ecuador", *Íconos. Revista de Ciencias Sociales*, núm. 36, enero: 157-169.

- Martín-Barbero, Jesús, 2002, *Oficio de cartógrafo. Travesías latinoamericanas de la comunicación en la cultura*, FCE, Chile.
- Mauss, Marcel, 1979, *Sociología y antropología*, Taurus, Madrid.
- Mead, George Herbert, 1973, *Espíritu, persona y sociedad*, Paidós, Barcelona.
- Medina, F. Xavier y Ricardo Sánchez (eds.), 2003, *Culturas en juego: ensayos de antropología del deporte en España*, ICARIA-Institut Català de Antropologia, Barcelona.
- Mejía Arauz, Rebeca y Sergio Antonio Sandoval [coords.], 1999, *Tras las vetas de la investigación cualitativa. Perspectivas y acercamientos desde la práctica*, ITESO, Jalisco, México.
- Monsiváis, Carlos, 1992, "Just Over That Hill: Notes on Centralism and Regional Cultures" en Van Young, Eric (comp.), *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.
- Moreira, María Verónica, 2006, "Trofeos de guerra y hombres de honor", en *Hinchadas*, Prometeo Libros, Buenos Aires, Argentina.
- Moreira, Verónica, (s/f), "Ralações de gênero, feminismo e subjetividades", *ST 33*, Instituto de Investigación de Gino Germani-UBA, Buenos Aires, tomado de http://www.fazendogenero7.ufsc.br/artigos/M/Maria_Veronica_Moreira_33.pdf, consultado en enero 2008.
- Muniesa, Bernat, 2005, *Repensar Barcelona-Recuperar la Ciutat, Jornades de debat obertes*, Barcelona.
- Muñoz, Jaime, 1999, *La ruta de los guerreros. Vida, pasión y suerte del Santos Laguna*, Edición Jaime.
- Nivón, Eduardo, 2003, "Las contradicciones de la ciudad difusa", en *Alteridades*, 13(26):15-33.
- Nuño, Alfonso, y Gregorio González, 1991, *El Atlas en sus primeros 75 años. Edición conmemorativa*, Impre-Jal, Guadalajara, Jalisco.
- Olveda, Jaime, 1996, "Empresarios e inversiones extranjeras en Jalisco. Siglo XIX", en Olveda, Jaime (ed.), *Inversiones y empresarios extranjeros en el noroccidente de México. Siglo XIX*, El Colegio de Jalisco, Zapopan, pp. 139-158.
- Orellana Suárez, Juan Gerardo, 2010, *Aficionamiento al fútbol: El caso de los Pumas de la Universidad Nacional Autónoma de México*, tesis de doctorado, UNAM, México.
- Padiglione, Vincenzo, 1996, "Antropología del deporte y del ocio", en Prat, Joan y Ángel Martínez (eds.), *Ensayos de antropología cultural. Homenaje a Claudio Esteva-Fabregat*, Ariel, Barcelona, pp. 394-404.
- Panfichi, Aldo y Jorge Thieroldt, 2008, "Clubes y barras: Alianza Lima y Universitario de Deportes" en Panfichi, Aldo (comp.), *Ese gol existe: Una mirada al Perú a través del fútbol*, Fondo Editorial de la Pontificia Universidad Católica del Perú, Perú, pp. 177-190.

- Parnreiter, Christof, 2005, "Tendencias de desarrollo en las metrópolis latinoamericanas en la era de la globalización: los casos de Ciudad de México y Santiago de Chile" en *Revista eure*, vol. XXXI, núm. 92, Santiago de Chile, pp. 5-28.
- Pérez Herrero, Pedro, 1992, "Regional Conformation in Mexico, 1700-1850: Models and Hypotheses" en Van Young, Eric (comp.), *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.
- Pérez Negrete, Margarita, 2008, *La Ciudad de México en la red mundial: Articulación al sistema y procesos de diferenciación socioespacial*, Universidad Iberoamericana, México.
- Pliego, Roberto, 2006, *Corazón chiva: cien años*, Planeta, México.
- Poli, Raffaele, 2006, "Identidades nacionales y globalización" en *Vanguardia*, dossier, núm. 20, Vanguardia Ediciones, Barcelona, pp. 47-50.
- Pollini, Gabriel, 1990, "Appartenenza socio-territoriale e mutamento culturale" en Vicenio, Cesareo (ed.), *La cultura dell'Italia contemporanea*, Edizioni della Fondazione Giovanni Agnelli, Turín, pp. 185-225.
- Pontón Daniel y Carlos Pontón, 2006, "Breve historia de las grandes rivalidades en el fútbol ecuatoriano" en Carrión, Fernando (comp.), *La Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano*, Flasco Ecuador-IMDMQ, Quito.
- Portal, María Ana, 2001, "Del centro histórico de Tlalpan al centro comercial Cuicuilco: la construcción de la multicentralidad urbana", en Sevilla, Amparo y Abilio Vergara (coords.), *La ciudad desde sus lugares. Trece ventanas etnográficas para una metrópoli*, UAM/Conaculta/Miguel Angel Porrúa, México, pp. 239-269.
- Portillo Sánchez, Maricela, 2006, "Juventud, identidad y ciudad: Algunos apuntes para su reflexión", en *Andamios, Revista de Investigación Social*, año/vol. 2, núm. 004, Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México.
- Pozas Garza, María de los Ángeles, 1999, "Estrategias de globalización y encadenamientos productivos" en Esthela Gutiérrez (coord.), *La globalización en Nuevo León*, El Caballito-UANL, Monterrey, pp. 115-154.
- Pujadas Muñoz, Juan José, 1992, *El método biográfico: el uso de las historias de vida en ciencias sociales*, Centro de Investigaciones Sociológicas, Colección Cuadernos Metodológicos, núm. 5, Madrid.
- Pujadas, Joan J., 1996, "Antropología urbana", en Joan Prat y Ángel Martínez (eds.), *Ensayos de antropología cultural*, Ariel, Barcelona, pp. 241-255.
- Ramonet, Ignacio, 1999, "Un hecho social total", en S. Segurota (ed.), *Fútbol y pasiones políticas*, Debate, Barcelona, pp. 11-19.
- Reguillo, Rossana, 2000, *Emergencia de culturas juveniles. Estrategias del desencanto*, Norma, Argentina.
- Remy, Jean, 1974, "Utilización del espacio, innovación tecnológica y estructura social", en Beringuier, Christian *et al.*, *Urbanismo y práctica política*, Los Libros de la Frontera, Barcelona, pp. 31-78.
- Ritzer, George, 1996, *La McDonalización de la sociedad*, Ariel, Barcelona.

- Rivera, Enrique, 2006, "Fútbol, cultura y comunicación: indicios y conjeturas", en *Comunicología@*, UIA, Primera Época, 6, (otoño), disponible en http://revistacomunicologia.org/index.php?option=com_content&task=view&id=150&Itemid=125.
- Roberts, Bryan, 1992, "The Place of Regions in Mexico" en Van Young, Eric (comp.), *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.
- Robertson, Roland y Richard Giulianotti, 2006, "Fútbol, globalización y glocalización", *Revista Internacional de Sociología*, vol. LXIV, núm. 45, septiembre-diciembre: 9-35.
- Robson, Garry, 2000, *No One Likes Us, We Don't Care: The Myth and Reality of Millwall Fandom*, Berg, Oxford.
- Rodríguez, Ernesto, 2002, "Juventud y políticas públicas en América Latina: Experiencias y desafíos desde la gestión", en *Última Década*, núm. 13, Centro de Investigación y Difusión Poblacional de Achupallas, Villa del Mar, Chile.
- Rosales, S., 2001, *Huellas de La Laguna. Ensayos de historia regional*, Ayuntamiento de Torreón 2000-2002.
- Ruiz Durán, Clemente, 2004, *Dimensión territorial del desarrollo económico en México*, Facultad de Economía, UNAM, México.
- Salerno, Daniel, 2006, "Apología, estigma y represión. Los hinchas televisados del fútbol...", en *Hinchadas*, Prometeo Libros, Buenos Aires, Argentina.
- Salmerón, Fernando, 1996, *Intermediarios del progreso*, CIESAS, México.
- Santibáñez García, Ernesto, 1992, *La Comarca Lagunera. Ensayo monográfico*, Tipográfica Reza, Torreón, México.
- Sassen, Saskia, 1999, *La ciudad global: Nueva York, Londres, Tokio*, Eudeba, Buenos Aires.
- Seoane, José A. y Taddei, Emilio, 2003, "La conflictividad social en América Latina", en revista *OSAL-CLACSO*, disponible en: <http://www.scribd.com/doc/12272229/Conflictos-Políticos>, consultado el 13 de junio de 2010.
- Shepherd, John, 2003, "Contium Encyclopedia of Popular Music of the World", en *Media, Industry and Society*, Vol. I, Continuum, Nueva York, pp. 364.
- Signorelli, Amalia, 1993, *Antropología urbana*, Anthropos, Barcelona.
- Sotelo Montaña, Greco, 1999, *Chivas. La construcción de un orgullo*, Clío, México.
- Swartz Marc, Victor Turner y Arthur Tuden, 1994, "Antropología política: Una Introducción", en *Alteridades*, núm. 8, UAM-I, México.
- Tannembaum, Frank, 1966, *Peace by Revolution. Mexico after 1910*, Columbia University Press, Nueva York.
- Tejera, Héctor, 1992, "La identidad cultural y el análisis regional", *Revista Nueva Antropología*, año/vol. XII, 041.
- Tovar Rangel, Rafael, 2003, *Geografía de Guanajuato: escenario de su historia*, Centro de Investigaciones Humanísticas Universidad de Guanajuato, Guanajuato.

- Treviño Aguirre, Gilberto, 2004, *Programa Estatal de la Juventud del Estado de Nuevo León: 2004-2009*, Gobierno del Estado, tomado de http://www.nuevoleon.gob.mx/P=p/estatal_juventud PDF, pp. 1-35.
- Turner, Víctor, 1990, *La selva de los símbolos*, Siglo XXI, Madrid.
- Uribe Inieta, Rodolfo, 2007, *Perspectivas para el estudio de procesos culturales regionales desde la complejidad. Etnicidad y discursos científico-institucionales*, Universidad de Guadalajara, México.
- Valenzuela, José Manuel, 2003, *Jefe de jefes. Corridos y narcocultura en México*, Plaza y Janés, México.
- Van Young, Eric, 1992, "Introduction: Are Regions Good to Think?" en Van Young, Eric (comp.), *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.
- Vargas Lobsinger, M., 1984, *La hacienda de "La Concha" una empresa algodonera de La Laguna 1883-1917*, UNAM, México.
- Vázquez Montalbán, Manuel, 2005, *Fútbol. Una religión en busca de un Dios*, Random House Mondadori, Barcelona.
- Vigarello, Georges, 2004, "Le sport est-il encore un jeu? Entretien avec Georges Vigarello", en *Sciences Humaines*, 152:43-45.
- Villoro, Luis, 1982, "El sentido de la historia", en *Historia ¿para qué?*, Siglo XXI, México.
- Wacquant, Lóic, 2001, *Parias Urbanos. Marginalidad en la ciudad a comienzos del milenio*, Manantía, España.
- Wilkie, W. J., 1968, *The Mexican Revolution. Federal Expenditure and Social Change since 1910*, University of California Press, Berkeley y Los Angeles.
- Zepeda Galván, Darío, 2008, *Dos juegos en uno, el fútbol y la porra en Aguascalientes; violencia, poder y procesos de identidad urbanos*, tesis de doctorado, Universidad Autónoma Metropolitana Iztapalapa.

Sitios consultados en internet

- <http://www.tecos.com.mx> Consultado en 2009.
- <http://www.uag.mx> Consultado en 2009.
- <http://www.clubamerica.com.mx/socio-aguila/>
Historia Club León, disponible en <http://www.verdiblanco.com/club/historia/historia.asp> Consultado en 2009.

Cinematografía

- Gómez Bolaños, Roberto (dir.), 1979, *El Chanfle*, 106 minutos, Televisión S.A. de C.V.
- Gómez Bolaños, Roberto (dir.), 1982, *El Chanfle II*, 90 minutos, Televisión S. A. de C. V.

Videografía en internet

ESPN-Deportes, s/f, *Hazaña. El deporte vivo*, tomado de <http://www.youtube.com/watch?v=Wzkcd60LmgA>

Televisa Deportes, 2006, reportaje del 90 aniversario del club América, tomado de <http://www.youtube.com/watch?v=nPjJGoQ6Tsk>

Otras fuentes

Borja, Enrique (futbolista representado en el comic), ca. 1972-1974, *Borjita*, Editorial Dimensión.

Fuentes hemerográficas citadas

Cancha, suplemento deportivo del periódico *Mural*, diario editado en la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

El Informador, diario publicado en la ciudad de Guadalajara, Jalisco.

El Siglo de Torreón, 2009, <http://www.elsiglodetorreon.com.mx>. 28 de septiembre

Eso, diario de Irapuato, Gto., 1995, "Recuerdos de mi Irapuato, de mi tiempo, de mi gente", 19 de marzo: 3.

Guanajuato, diario del Bajío (Irapuato, Gto.), 1944, "El colegio derrotó a Lobos de León", 28 de marzo: 4.

Guanajuato, diario del Bajío (Irapuato, Gto.), 1950a, "El equipo de futbol representante de Irapuato, venció al contrincante leonés", 26 de septiembre: 1.

Guanajuato, diario del Bajío (Irapuato, Gto.), 1950b, "Antideportivismo del público de León", 27 de septiembre: 1.

Guanajuato, diario del Bajío (Irapuato, Gto.), 1950c, "La afición deportiva irapuatense establece la verdad en unos calumniosos ataques", 28 de septiembre: 1.

La Gaceta, boletín informativo de la Universidad de Guadalajara, Jalisco.

La Opinión, 2009, <http://www.laopinionmilenio.com>, consultado el 28 de septiembre.

El fútbol, se sabe y se repite, desata emociones y mueve grupos a favor y en contra de equipos en las distintas divisiones del país. Rara vez, sin embargo, la afición al fútbol profesional es tomada como objeto de estudio en las ciencias sociales en México. En un intento serio por romper ese vacío, este libro reúne quince estudios etnográficos de la afición a catorce equipos en once diferentes ciudades de México.

Estos estudios exploran tanto las prácticas de los aficionados en los estadios y su entorno, como los significados que dan a su afiliación futbolística, incluyendo sus percepciones y sentimientos hacia otros equipos. El objetivo principal de la presente compilación es proponer una visión nacional de la afición, es decir, conceptualizar el patrón nacional de las rivalidades y alianzas entre los aficionados de los diferentes clubes y reflexionar sobre la relación entre ese patrón y el sistema urbano nacional.

Asimismo, el volumen permite ver aspectos fundamentales de las identidades futbolísticas creadas en torno al género, grupos de edad, clases sociales y la forma en que dichas identidades se conectan con los consumos culturales y los proyectos ideales de nación que enarbolan los aficionados en tanto ciudadanos de un país multirregional como México.

