

▪ MIGUEL ADOLFO ORTIZ BRIZUELA¹

Gabriel Angelotti Pasteur.

Chivas y Tuzos. Íconos de México: identidades colectivas y capitalismo de compadres en el fútbol nacional.

Zamora: El Colegio de Michoacán, 2010.

EL FUTBOL MEXICANO COMO CONDENSADOR DE IDENTIDADES COLECTIVAS

Gabriel Angelotti, doctor en Antropología por El Colegio de Michoacán, presenta, en la obra que aquí se reseña, un acercamiento fino a las manifestaciones culturales que se producen y reproducen a través del deporte. Es decir, abarca relaciones entre las prácticas deportivas y los campos político, social y económico. Hace notar, basándose en estudios como los de Norbert Elias o Eric Dunning, que el fenómeno deportivo no está aislado de otros, como la modernidad o la economía neoliberal. Afirmación que contrasta con las expuestas por algunos autores, como José Luis Domínguez, que hacen ver dichas prácticas como autónomas y libres de contextos espaciotemporales. Se centra en el fútbol *soccer*. Juego que ha sido observado desde la teoría crítica del deporte como un producto de consumo, derivado exclusivo de la racionalización instrumental.

Para rebatir estas tesis, el autor elabora una investigación histórica y etnográfica. Así, lo vincula al concepto *habitus*, que se hace notorio en la vida cotidiana de aquellos involucrados en el fútbol; es decir, aficionados, jugadores, directivos y empresarios. Propone, sustentándose en autores como Pérez Monfort, que la promoción de dicho deporte y su consolidación como forma de identificación es el resultado de dos factores. Por un lado, de la utilización del fútbol como un medio para lograr fines específicos, no sólo de mercado, y por otro, de relaciones sociales sustentadas en una memoria histórica (351).

¹ Estudiante del doctorado en Ciencias Sociales. El Colegio de San Luis, A. C.

Por medio de un estudio de larga duración enfocado en la cotidianidad, Angelotti presenta al fútbol como medio para lograr distintos objetivos, por distintos actores sociales, en distintas etapas temporales y en espacios sociales específicos. La investigación se centra en México, bajo la premisa de que en cada espacio social y en cada campo, en términos de Bourdieu, se apropian prácticas importadas de formas variadas y particulares. Es decir, una de sus hipótesis se ocupa de hacer notar la particularidad del ejercicio de dicho deporte en México y de sus diferencias con el fútbol de otros territorios. Ya sea por las regulaciones impuestas, por los valores simbólicos/funcionales que se le atribúan o atribuyen, por condiciones espaciales particulares y por relaciones sociales específicas.

Su estudio abarca desde los inicios decimonónicos del fútbol en México hasta nuestros días. Originalmente, el fútbol fue practicado en México por inmigrantes europeos, principalmente ingleses, durante el último cuarto del siglo XIX, con fines de ostentación y de diferenciación social en términos veblenianos. Era, según la investigación del autor, un juego de las elites para las mismas elites. No se dejaba participar, ni siquiera mediante la observación, a otros que no fueran extranjeros. Aunque también fue practicado por mexicanos de las clases altas en años posteriores. Como práctica de las elites, se intentó mantener una distancia con “la plebe”, razón por la que fueron construidos clubes sociales como acciones territoriales que hicieron hermética la práctica del fútbol y de otros deportes con esta valoración.

Después de la Revolución mexicana surgen cambios importantes en la valoración simbólica de algunos deportes. El fútbol comienza a extenderse a todas las esferas sociales. Así, se pierde paulatinamente la connotación del fútbol como un deporte exclusivo de las elites. Esto sucede, en parte, por las acciones del gobierno posrevolucionario. Vasconcelos, al frente de la Secretaría de Educación Pública, acepta la inclusión de deportes extranjeros a los programas de las misiones educativas posrevolucionarias, a pesar de sus ideales nacionalistas y tradicionalistas, primordialmente porque fueron vistos como medios de difusión de valores culturales y como ejercicios para mejorar la salud. Funciones ligadas a ideales progresistas y de modernidad.

Durante el periodo cardenista, los deportes, tanto los afiliados a la Confederación Deportiva Mexicana (CODEME), encargada de la

distribución de reglas oficiales, como los ejercidos en instituciones particulares, se centralizan y se controlan por el Departamento Autónomo de Educación Física. Se pretendía con esta acción popularizar los deportes de forma organizacional con fines de aprendizaje vinculados al patriotismo. Fueron y son testimonio de estos objetivos los rituales cívicos vinculados al deporte, institucionalizados desde este periodo.

Como nos muestra el autor, la práctica del fútbol por la elite comienza a desprestigiarse porque se populariza. Esto pone en evidencia que la elección de ejercer o no algún deporte, por distintos actores sociales, va más allá de la mera naturaleza del juego. Apunta a que la diferenciación entre “los que son como uno” y “los otros” también se da en actividades lúdicas. Angelotti evidencia que el deporte, incluidos su práctica y disfrute, son experiencias influenciadas por factores extradeportivos.

Antes de su profesionalización en 1943, en un periodo conocido como “periodo marrón” (186), el fútbol cobra sustancial importancia como deporte en México. Se convierte en un espacio social que articula las problemáticas vividas en contextos extradeportivos. Prueba de ello es el conflicto que analiza el autor entre jugadores y aficiones de equipos que representaban a los extranjeros en México, como el Club Asturias, y los equipos en cuyas filas “militaban” nacidos en territorio nacional. La investigación de Angelotti refiere algunas obras cinematográficas de la época para hacer notorio dicho conflicto. También hace mención del altercado de la quema del estadio del Club Asturias sucedido en 1939, durante un partido contra el Club Necaxa, equipo conformado por jugadores nacionales (176). En esta etapa de la historia del fútbol en México ya era posible notar que los espectadores, aficionados a dicho deporte, y no sólo los jugadores, compartían un sentido de pertenencia, una identidad colectiva por selección, a partir de la construcción de la otredad, personalizada en el rival y en sus aficionados. A manera de una “guerra simbólica” (definida así por el autor), el partido de fútbol ya se extendía a espacios sociales fuera del espacio concreto de su práctica, es decir, fuera del terreno de juego.

Hasta este periodo, el futbolista se beneficiaba del deporte por las facilidades que los directivos le otorgaban para conseguir un empleo, generalmente, fuera de los deportes. En ocasiones, se les pagaba por jugar algunos partidos, pero no de forma regular, no a manera de salario fijo.

Una vez convertido el fútbol en un deporte profesional, el futbolista comienza a recibir ingresos por jugar. Ya desde el periodo marrón, el futbolista se cambiaba de equipo para tener mejores oportunidades económicas, pero es durante la nueva etapa de profesionalización que se convierte en un ejercicio regular. Dejando a los aficionados como los verdaderos portadores de los símbolos de su equipo.

Otro análisis de fundamental importancia en la obra es el que se refiere a las olimpiadas celebradas en México, en 1968, que muestra como los deportes amateur se convirtieron, de forma progresiva, en un puente que reafirmaría a México como nación en el mundo, a pesar de los conflictos internos y de la sangre derramada. Angelotti apunta a que las olimpiadas fueron todo un acontecimiento cuyo arraigo se remonta a las participaciones en exposiciones universales y olimpiadas anteriores.

La popularización del fútbol trajo consigo su profesionalización y mercantilización. El estudio de Angelotti demuestra que las acciones emprendidas para ganar la asignación de la Federación Internacional de Fútbol Asociación (FIFA) sobre la gestión del Mundial de fútbol de 1986 “impondría” un capitalismo de compadres o *crony capitalism*, término acuñado por John Freedman. Los gastos para la elaboración del evento provendrían del Estado, gastos impuestos por la misma FIFA para la creación y adecuación de infraestructura. Y los beneficios económicos serían para empresas privadas. En este caso, el Grupo Televisa se vería beneficiado con 75 por ciento de los ingresos obtenidos por la transmisión del evento a todo el mundo. Cabe señalar que el coordinador general del comité formado para la realización de dicho evento fue Alejandro Burillo Azcárraga, vicepresidente del mismo Grupo Televisa (194).

El capitalismo de compadres no cesaría y se convertiría, ya en el periodo neoliberal, en un factor clave para el éxito de algunos equipos miembros de la Federación Mexicana de Fútbol (FMF), tema que se abordará en esta reseña al mostrar la investigación realizada por Angelotti en dos casos de estudio, el Pachuca y el Guadalajara.

Se agrega que en esta etapa de la investigación de Angelotti se abarcan otras justas deportivas, y otros ejercicios, así como un amplio compendio de datos sobre los antecedentes del deporte moderno, sobre su clasificación y sus raíces. Datos de fundamental importancia para la comprensión profunda, contextualizada, del deporte como lo conocemos en nuestros días.

Para los estudios de caso y para la elaboración de sus estudios etnográficos, el autor elige dos equipos-instituciones-empresas. Uno por estar vinculado directamente a los orígenes del fútbol mexicano y otro por ligarse a ideales nacionalistas que se remontan a la elección posrevolucionaria de símbolos para unificar la identidad del país. El Club Pachuca y el Club Deportivo Guadalajara. Los dos convertidos en empresas lucrativas y con estrategias de mercado sustentadas en “la historia oficial”, que los hace significativos en el contexto del fútbol mexicano.

El Club Pachuca es de importancia para su investigación por el espacio concreto que lo vio nacer como institución. El estado de Hidalgo es considerado como la cuna del fútbol en México. En este contexto, es posible observar una especie de conflicto entre dos municipios para legitimarse como el lugar donde inició la historia de este deporte en México. Unos apuntan a la ciudad de Pachuca, capital del Estado, y otros a la provincia de Real del Monte. El autor muestra que una de las acciones que se intentan implementar en dicha provincia, para estos fines, es la construcción de una estatua que conmemore y recuerde tal hecho. Como emblema de una identidad colectiva, la estatua se conforma por dos jugadores, uno mexicano y otro inglés. Elementos que contrastan con la descripción histórica del autor debido a que, como se ha mencionado, el fútbol originalmente fue un ejercicio únicamente de inmigrantes en el país. Estas prácticas de reafirmación de identidades manifiestan que el deporte va más allá de su mera práctica, hasta convertirse en un condensador de colectividades, en un medio de difusión de emblemas unificadores de identidades colectivas (17).

Así lo demuestran, también, las etnografías elaboradas por Angelotti en partidos de fútbol del Club Pachuca. En éstas, el autor da cuenta de cómo se construye una identidad colectiva, o forma de identificación, a partir de la observación de dicho deporte por los aficionados y no tanto por su práctica. Generalmente, existe un conflicto con “los otros”, los aficionados de otros equipos. Incluso existen apelativos para quienes van a los estadios a presenciar un partido de fútbol y no tienen preferencia por un equipo en particular o no se consideran a sí mismos aficionados del equipo local a pesar de radicar en Pachuca; a éstos se les dice “villame-lones”. La “identidad regional oficial”, que antes sustentaba sus emblemas en la minería, ahora lo hace en el fútbol, razón por la que —Angelotti

comenta— el fútbol en Pachuca es de relevancia para los aficionados locales y para los pachuqueños que no tienen un gusto por este deporte. Como muestra de lo anterior, se puede mencionar el escudo del equipo, que tiene en su centro el reloj decimonónico construido en el centro histórico de la ciudad. Otro elemento importante es la mascota del equipo, un tuzo, animal que se relaciona, a manera de metáfora, con la minería.

El club deportivo, convertido en empresa, ha sabido explotar el valor simbólico que la localidad le ha otorgado al fútbol. Su slogan “El equipo de todos los mexicanos” (369) vincula directamente la historia oficial del fútbol nacional con sus fines lucrativos. En el Club Pachuca también es posible observar el capitalismo de compadres ya referido. La investigación muestra cómo se privatizó el club y cómo, mediante el intercambio de favores entre gobierno y empresa, se han podido legitimar ambos, en sus respectivas áreas. Ejemplo claro son las campañas publicitarias del partido político dominante en la localidad, el Partido Revolucionario Institucional (PRI), en las que es posible observar a niños portando la playera del club deportivo. A su vez, la empresa se beneficia del gobierno al utilizar el estadio Hidalgo, que pertenece a este último y que se le presta al club sin cobrar por los servicios derivados de su uso y mantenimiento. Cabe comentar que los ingresos recaudados por la venta de boletos para asistir a los partidos son para el beneficio exclusivo de la empresa.

Otro fenómeno importante es el de las llamadas barras, conjunto de aficionados que son financiados, en el caso del Club Pachuca, por la empresa-club para animar los partidos. En contraste con las “porras” mexicanas, que tienen un sistema totalmente distinto para apoyar a su equipo, las barras mantienen una relación más cercana a las formas o usos de aficiones de Centro y Sudamérica. El fenómeno de las barras se extendió a otros clubes nacionales, pero mantienen una diferencia con la del Club Pachuca, ya que son grupos autofinanciados que no dependen del club.

En el caso de los integrantes de barras del Club Deportivo Guadalajara resulta notorio que han podido formar auténticas redes sociales a lo largo y ancho de todo el país para apoyar a su equipo. Esto evidencia la condición de dicho club como referente de un nacionalismo inculcado y asido en la memoria histórica de sus aficionados desde antes de que la institución cambiara su razón social, de asociación civil a sociedad

anónima. Las Chivas, apelativo con el que se conoce a este club de fútbol, se han convertido en un equipo referente de México, dentro y fuera del territorio nacional. Así lo demuestra Angelotti al hacer referencia a otro club de la misma empresa, el Chivas USA, que juega en una liga estadounidense con sede en Los Ángeles, California, y que es el favorito de muchos mexicanos, “legales” e “ilegales”, que radican en Estados Unidos.

Las estrategias de mercado refuerzan el aspecto del Guadalajara como “ícono nacional”: el hecho de que sus jugadores sean todos mexicanos o, más significativo aún, que hayan nacido todos en el territorio nacional, así como la práctica de entonar el Himno Nacional Mexicano, al inicio de cada partido que juega el club de local, por un cantante vestido de charro son elementos extradeportivos que se interrelacionan con la “historia oficial” del país y que se condensan en valoraciones semióticas o formas de identificación vinculadas al deporte. Éstas se manifiestan en las acérrimas rivalidades que se han gestado entre los aficionados de las Chivas y los hinchas de otros equipos, como las que mantienen con los del Atlas, en lo regional, y con los del Club América, en lo nacional. Las disputas se sostienen más en el terreno social que en el lúdico. Es decir, más que una competencia entre deportistas es una disputa por la victoria entre “el equipo del pueblo” (Chivas) y el equipo de la “aristocracia” (Atlas), entre “el equipo de México” (Chivas) y “el equipo de los extranjeros” (América).

Como pudo fundamentar con amplitud el autor de esta obra, los aficionados son quienes se interesan más por lo que ocurre en este deporte. Más que los empresarios, dueños de los clubes, que buscan el lucro, y más que los jugadores, que regularmente cambian de equipo debido a mejores ofertas económicas. Por eso, esta forma de identificación, que se fundamenta en los significados de los equipos y en sus símbolos, es “protegida” y “conservada” por quienes apoyan activamente a un equipo de fútbol.

El arraigo que se tiene hacia un club define, en parte, una identidad colectiva. Pero ésta se reafirma a la par con la defensa de sus emblemas, y en los deseos de fracaso, proclamados abiertamente, hacia los que apoyan equipos considerados como “los otros”. Tanto es así que, como explica Angelotti, los aficionados se vanaglorian de la derrota de sus rivales, aunque hayan sido vencidos por otros equipos y en otras ligas en las que el

equipo de su preferencia no compite. Al respecto, cabe señalar un punto relacionado con las diferencias entre el fútbol en México y el practicado en otros países, como en el caso de Inglaterra. Por ejemplo, cuando un equipo londinense se enfrenta a otro, no británico o no londinense, los aficionados de otros equipos de la misma región se unen para apoyar al equipo local. Según el autor, en México esto no sucede; los aficionados de equipos que juegan en territorio nacional tienden a apoyar al equipo extranjero para que pierda el equipo que es considerado como la alteridad.

Para concluir, habrá que recomendar ampliamente el libro de Angelotti, pues, más allá de una antropología del deporte, es un estudio antropológico centrado en la vida cotidiana; es decir, en las relaciones sociales que crean y recrean significados. También es importante resaltar cómo se hace visible en esta obra que los conflictos o dramas experimentados en la cotidianidad, a su vez, impactan en prácticas rituales y lúdicas, prácticas que, como se hizo notar en la obra que es motivo de esta reseña, no se encuentran del todo separadas; no se puede distinguir una frontera clara entre lo lúdico y lo ritual.

En defensa del autor y en contra de las suspicacias levantadas al respecto de la importancia de elaborar estudios de este tipo de temas, se pueden recordar los estudios de Norbert Elias, Fernand Braudel o Thorstein Veblen, que apuntaron hacia un estudio interdisciplinario de la cotidianidad. En las investigaciones de estos autores no se duda en hacer referencia a los más mínimos detalles, al uso y desarrollo de los medios de transporte, de los cosméticos, o al consumo, uso y apropiación de productos de uso cotidiano, pues este campo de estudio es esencial para la comprensión de relaciones sociales, de conflictos e intereses.