



**Casa abierta al tiempo**

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA

División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Licenciatura en Geografía Humana

Mariana Díaz Valdovinos.  
Matricula: 206329739

Estadios de futbol: Santuarios de identidad, pasión y fe en México.

Asesor: Miguel Angel Aguilar Díaz

Año:2014



**Casa abierta al tiempo**

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA**

División de Ciencias Sociales y Humanidades  
Licenciatura en Geografía Humana

Mariana Díaz Valdovinos.  
Matricula: 206329739

Estadios de futbol: Santuarios de identidad, pasión y fe en México.

2014

---

Lector: Dra. Alicia Lindón Villoria.

---

Coordinadora de la Lic.: Rocío

Rosales Ortega

## INDICE

Introducción.....	1
-------------------	---

### Capítulo 1. Marco conceptual

1.1 Significando espacio.....	5
1.2 Identidad social y cultural e identificación territorial .....	8
1.3 Espacios de ocio y movilidad espacial .....	12
1.4 Reinención del espacio.....	16
1.5 Religiosidad: lo sagrado, lo profano y la mediatización .....	19
1.6 Sentimiento y percepción. Aficionados, hinchas, jugadores y el estadio.....	24
1.7 El futbol en México.....	27

### Capítulo 2. Metodología

2.1 Estrategia metodológica.....	31
2.2 Participantes.....	35
2.3 Procedimiento.....	38

### Capítulo 3. El estadio Olímpico Universitario como espacio de observación etnográfica

3.1 Antecedentes del estadio Olímpico Universitario la hinchada y la afición.....	40
3.2 Prácticas y apropiación en el estadio desocupado.....	45
3.3 Prácticas y apropiación en el estadio durante un partido .....	48
3.4 Identidad, arraigo y presencia de los medios de comunicación.....	50
3.5 Vínculos con el equipo.....	52
3.6 Vínculos con el estadio.....	59
3.7 El futbol como espectáculo.....	63

## Capítulo 4. Estadio Olímpico Universitario: santuario de pasión y fe

4.1 Religiosidad y fútbol.....	65
4.2 Símbolos, ceremonias y rituales .....	69
4.3 Liminaridad entre el ocio y lo sagrado .....	74
4.4 Movilidad espacial y encuentro.....	79

Conclusiones.....	85
-------------------	----

Notas.....	88
------------	----

Bibliografía.....	90
-------------------	----

### Índice de Figuras

Figura 1.....	43
Figura 2.....	71
Figura 3.....	81
Figura 4.....	82
Figura 5.....	83

### Índice de Fotografías

Fotografía 1.....	41
Fotografía 2.....	53
Fotografía 3.....	54
Fotografía 4.....	56
Fotografía 5.....	73

## Introducción

El deporte y en particular el fútbol, se ha convertido en un importante tema de investigación para muchas disciplinas de las ciencias sociales. Es así como con el paso del tiempo los académicos se han dado cuenta de que el fútbol es un tema que compete al conocimiento de aspectos sociales, políticos, económicos, psicológicos e incluso geográficos.

En México se han hecho estudios basados en las prácticas sociales relacionadas con las diferentes disciplinas y actividades deportivas, sin embargo no se han abordado desde una visión geográfica. Existe material desarrollado por antropólogos y sociólogos que se han dado a la tarea de investigar el deporte, en específico el fútbol enfocándose en las conductas sociales que se desatan a partir de la práctica y la afición por cierto equipo.

Desde una visión geográfica han sido pocos los trabajos que se han realizado, pues el interés por investigar lo futbolístico se ha limitado a unos cuantos países de Europa y Sudamérica (Lemus, 2012) como Reino Unido, España, Francia, Argentina y Brasil. Uno de los máximos exponentes de la geografía del deporte es John Bale (1994) pionero en la geografía del deporte con su obra "Sport, space and the city", cuyo trabajo se enfoca en el fenómeno del fútbol en el Reino Unido. Algunos otros ejemplos son "*Le sport*" de Robert Ferras, "*Le football et l'exception française* de Thérèse Saint-Julien" y "*Os (des) caminhos de um pesquisador do futebol*" de Rafael Moreno Castellani.

Si bien, es cierto que los antropólogos han visto esta disciplina como un oasis en cuanto a los temas de cultura, significado y tradición, lo que me ha hecho pensar en la idea de la apropiación de los espacios públicos destinados al ocio como lo son los estadios, pensados como un escenario de entretenimiento y que hoy en día se están "alternando" con el significado religioso.

El deporte es algo que se vive y se siente, que desborda emociones, orgullo e identidad, a fin de cuentas es una fiesta, que de alguna manera genera religiosidad en una afición o hinchada (Bromberger, 2009), y esto es posible

debido a que “la dimensión lúdica del fútbol alcanza, por su simplicidad y eficacia, las audiencias más diversas en términos sociales, culturales y geográficos” (Barranco, 2001).

El fútbol es un fenómeno social cotidiano pero a la vez temporal. Los estadios se convierten en un escenario simbólico de enfrentamientos entre dos equipos. Cada fin de semana el silencio de los estadios desaparece con las voces de miles de personas que, de diferentes maneras, apoyan y dan ánimo a su equipo con gritos y cantos acompañados de la identidad multicolor en su vestimenta transportando a los aficionados a dimensiones míticas generadas por la pasión y la gran convocatoria que se desata.

Cada aficionado vive y se envuelve en su pasión por unos colores en especial. “Escoger un equipo es una forma de decidir los fines de semana. Los que buscan domingos fáciles le van al campeón, los románticos se ilusionan con oncenas inestables, los estoicos soportan su pasión por el colero, y los masoquistas se quejan de que solo perdieron 4 a 1” (Villoro, 1995). La decisión depende de experiencias, sensaciones y recuerdos que cada individuo genera y que, para bien o para mal lo inducen a identificarse con un nombre, unos colores, un símbolo y un lugar.

El fútbol puede verse como un acontecimiento festivo. Una fiesta transitoria que brinda un sentimiento de comunidad. Es una representación cuya función principal es “espectacularizar una determinada comunidad humana, mostrándola a sí misma y a las otras, como dotada de unos límites simbólicos específicos y otorgándole a sus miembros la posibilidad de experimentar una determinada verdad identitaria” (Delgado. 2002: 167).

Toda fiesta necesita de un público que se vea representado a sí mismo dentro de un ritual. El fútbol es un acto que divide la sociedad en dos: quienes celebran la fiesta y quienes no. Genera eventos que transforman, para algunos, el mundo de la vida cotidiana, de lo banal, de la rutina y también produce el espacio propicio para lo épico, lo grandioso, la gloria, lo increíble en fracciones límites de tiempo.

Por mucho tiempo se ha concebido al fútbol como un mero espectáculo generador de ingresos económicos y de procesos políticos. Y es aquí donde llega el punto central de la investigación: el lugar.

La concepción del estadio de fútbol se ha ido modificando al mismo tiempo que el frenesí que causa este deporte incrementa. El recinto se ha ido convirtiendo en un espacio liminar entre el ocio y lo sagrado, ya que en algunas ocasiones el fútbol deja de ser un simple espectáculo y se convierte en una práctica religiosa que necesita un espacio en donde profesar y albergar a sus fieles. Entonces... ¿Podemos llamar a esto una cultura del fútbol? ¿La afición, la hinchada y los aprendices del fútbol son quienes forjan simbolismos religiosos a un estadio? ¿El ocio ha sido desplazado por la religiosidad? ¿La identidad y la identificación con un lugar suele confundirse con la fe al mismo?

La finalidad de esta investigación es justamente el responder la interrogante central de esta investigación: realmente, ¿Los estadios de fútbol son espacios liminares entre el ocio y lo sagrado?

Para esto, se pretende estudiar el estadio de fútbol Olímpico Universitario (CU) de la Ciudad de México como un espacio liminar entre el ocio y lo sagrado, esto debido a que es un estadio que cumple con todos los acontecimientos, prácticas y rituales que lo convierten en un espacio “sagrado” en el momento de la justa deportiva. Lo anterior se llevará a cabo a partir del análisis pertinente a la “reinención del espacio” urbano circundante al estadio, así como la identidad con el lugar, el peculiar proceso de sacralización de los estadios de fútbol y la movilidad espacial producida dentro y fuera del mismo. Esta investigación se basará en las diferentes formas de apropiación del espacio (estadio de fútbol) incluidas en las prácticas del ocio y de lo sagrado. En como el lugar se convierte en generador de identidades, ideologías, guerras y santuarios de fe y de identificación. Se tomarán en cuenta los diferentes grupos relacionados con el equipo local (barras, porras, aficionados y jugadores de fuerzas básicas del equipo de los Pumas).

El Estadio Olímpico Universitario es un estadio multiusos perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México, es el segundo estadio más grande de México después del Estadio Azteca en la Ciudad de México. Es sede del equipo Pumas de la primera división de fútbol.

El Estadio Olímpico Universitario, guarda una doble magnificencia, cuando está vacío, hace resaltar su serena grandeza y cuando hay confrontación deportiva, el imponente cuadro multicolor de la multitud, hace parecer que nace del terreno con la misma potencia de los conos volcánicos que forman el horizonte del paisaje (DGSG, UNAM 2013).



## I. Marco conceptual

### 1.1 Significando el espacio

Dentro de la ciudad existen muchos espacios públicos que solemos frecuentar para el ocio, los deportes, la recreación y el traslado diario que generan aspectos muy importantes en la relación que existe entre el espacio físico y el espacio social. El espacio público integra las infraestructuras urbanas y los escenarios de convivencia colectiva de representación social.

En la ciudad de México resulta de gran importancia analizar cómo en la vida urbana los espacios públicos se han transformado en espacios de significación individual o colectiva, en donde las actividades de convivencia, ocio, entretenimiento y movilidad obtienen una carga y sentido que influyen en el modo de vida de la población.

De esta manera, como menciona Pierre Bourdieu (1999), las condiciones de vida de la población producen diferentes géneros de vida, en los que la manera de percibir e interpretar el espacio se asocia a ciertas formas de posición (opiniones, representaciones, juicios, etc.) acerca del mundo físico y social.

El uso y apropiación del espacio urbano está influido por la costumbre y la fiesta que se desarrolla con fines de ocio, de desplazamiento y las actividades comunitarias tanto sociales, culturales y físicas.

Esta apropiación del espacio es un fenómeno surgido de la construcción social del espacio mismo en conjunto con quienes lo habitan y lo ocupan. Es un fenómeno que busca las diferentes interconexiones que existen entre las personas y los lugares. El concepto de apropiación entonces es el proceso mediante el cual los grupos sociales hacen suyo el espacio significándolo, es decir,

es cuando se generan identificaciones particulares sobre un lugar específico. Este es un proceso en el que no sólo se le otorga sentido al espacio, sino que se generan elementos que favorecen la identificación y la pertenencia. (Portal, 2009)

Para Gilberto Giménez (2004) la apropiación del espacio se puede manifestar en dos vertientes: “utilitaria-funcional” y “simbólico-cultural”. La primera se refiere a un espacio utilizado para el intercambio de recursos y el habitar mismo, es decir, el espacio o territorio que se usa como medio de subsistencia o refugio; por ejemplo las personas en situación de calle que usan el espacio público urbano como un lugar para vivir. Y en la segunda se ve al espacio como un conjunto de relaciones y significados culturales, siempre ocupando el espacio de manera fragmentada poniendo en evidencia el comportamiento de los diferentes grupos e intereses sociales que pretenden usar el espacio fuera de la simple funcionalidad. Ejemplo de lo anterior son las manifestaciones que se llevan a cabo en la Ciudad de México y las grandes peregrinaciones a los distintos santuarios religiosos de la misma. Ante esto, el territorio debe de ser considerado como un espacio culturalmente construido ya que es objeto de una apropiación relativa por parte de los actores sociales urbanos y sus sentimientos de pertenencia que refuerzan la identidad.

Durante la última década, la significación de diferentes espacios públicos ha ido en constante incremento. Si bien, es cierto que el lugar siempre ha tenido vínculos muy fuertes con el individuo, ya sea espiritual o físicamente. Los espacios destinados a las diferentes ideologías políticas, religiosas y sociales empiezan a ceder parte de su poderío a aquellos lugares destinados al entretenimiento y el ocio. Como dice Henry Léfèbvre (1976) no siempre hay coincidencia entre las intenciones de las personas que planifican un espacio, las prácticas espaciales que se realizan después y los significados que estos espacios tienen para quienes los utilizan. Las prácticas sociales que se llevan a cabo en el espacio público tienen características específicas que no forman parte del mismo, todo depende de cómo los diversos actores lo perciben y lo viven. Lo público en el sentido del espacio de interacción y comunicación es algo que no puede pensarse como algo único (Portal, 2009), es necesario tener en cuenta las condiciones culturales que

generan nuevas formas de apropiación del territorio así como su importancia dentro del tejido urbano y el ordenamiento territorial.

El comportamiento de los individuos con su ciudad, a través del uso de su espacio público (Yori, 2007), no sólo otorga un sentido al espacio de la ciudad, sino que también genera escenarios en los que la colectividad y la construcción social abren espacios para la interacción y la participación de diversos actores sociales. Entonces la construcción de lo público se da a partir de una tendencia a la fragmentación, exclusión y la revalorización y reapropiación en su uso, en donde se privilegian la comunicación y la participación (Portal, 2009). Lo que se pretende es comprender lo público como un nuevo producto de la sociedad moderna, con transformaciones y prácticas específicas que desarrollan formas de apropiación y significación.

A pesar de lo anterior, es necesario realizar una confrontación entre lo que se concibe como público y lo privado. Como bien se sabe, los espacios han ido adquiriendo connotaciones distintas a partir de su uso. El espacio público y espacio privado son dos conceptos que no pueden ir por separado, ya que un espacio privado se ve rodeado y enriquecido por un espacio público.

Esta confrontación nos lleva a la idea del espacio semipúblico que nos es más que un espacio privado que pretende ser público en el que la gente consume y se identifica. Es un lugar de identificación, de expresión comunitaria y relaciones culturales y sociales, además puede ser visto como un espacio de simultaneidades que propician la integración social.

## 1.2 Identidad social y cultural e identificación territorial

Las personas establecen vínculos con ciertos espacios ya sea a través de la identidad, la identificación, una ideología, etc. Estos son parte de la interacción de los hombres y las mujeres con su entorno y sus efectos. En el territorio, el fenómeno de la apropiación ha sido marcado por conflictos que nos permiten explicar la manera en que este es producido, ya sea a partir de prácticas tanto económicas, políticas, sociales y/o culturales.

El proceso de la construcción simbólica en una ciudad “no se restringe a la significación del territorio habitado, sino que abarca muchos otros aspectos de la misma. Se construye con elementos de muy diversos campos semánticos entremezclados, pero que hacen inteligible la ciudad y quizás lo más importante, facilita ubicarse, desplazarse y tener una imagen de ciudad” (Licona, 2012).

A través de diferentes actividades de la vida cotidiana se generan procesos de identidad con el territorio en el que vivimos pues cada una de las formas físicas de la ciudad integra un conjunto de interacciones espaciales con características propias y es a partir de ellas que la ciudad se convierte en un escenario en el que se llevan a cabo los diferentes fenómenos que la construyen.

Uno de los fenómenos culturales y deportivos más importantes dentro de las sociedades modernas es sin lugar a dudas el *fútbol*. Si bien, es cierto que los antropólogos han visto esta disciplina como un oasis en cuanto a los temas de cultura, ya que es un evento lleno de significado y tradición, lo que me ha hecho pensar en la idea de la apropiación de los espacios públicos destinados al ocio como lo son los estadios, pensados como un escenario de entretenimiento y que hoy en día se están “alternando” con el significado religioso. El deporte se vive y se siente, desborda emociones, orgullo e identidad, es una fiesta.

El fútbol es considerado un acontecimiento festivo y momentáneo que brinda un sentimiento de comunidad, cuya función esencial es llevar a una determinada comunidad humana a una sociedad espectacular (Bañuelos y Jacob, 2009),

mostrándola a sí misma y a las otras, como dotada de unos límites simbólicos específicos y otorgándole a sus miembros la posibilidad de experimentar una determinada verdad identitaria” (Delgado. 2002: 167). Toda fiesta requiere de un público que se vea personificado a sí mismo dentro de un ritual , pues de esta manera se logra experimentar una ruptura con la cotidianidad y la rutina, en la que la pasión por un equipo se desborda y se contagia de unos a otros. El fútbol es un suceso que divide la sociedad: quienes celebran la “fiesta” y quiénes no. Así el juego se convierte en un generador de eventos que transforman, para algunos, el mundo de la vida cotidiana produciendo un espacio propicio para que lo grande, lo maravilloso, la satisfacción, lo extraordinario se lleve a cabo, a pesar de ser en fracciones límites de tiempo.

Entonces, el fútbol se convierte en un factor significativo, se convierte en un vehículo cuya exigencia de significación es tan grande que lo único que no admite es la ausencia de significado (Levi-Strauss, 1968). Este deporte es contenedor de sentidos y valores sociales ilimitados. Muestra de esto es la forma de apropiación por parte de los grupos sociales que se ven envueltos en la práctica. Anteriormente, la mayoría de los seguidores de este deporte eran parte de grupos sociales principalmente de clase baja y además se concentraba el sector masculino. Para el hombre urbano, por su carácter cíclico, su dimensión ritual, la organización del tiempo y las rutinas de la cotidianidad son un elemento clave, el fútbol marca las actividades y el ritmo de vida en las ciudades y en la vida de las familias. Para otros es un mero bien de consumo mediático (Medina, 2009).

De esta manera, podemos decir que el fútbol es un fenómeno que se lleva a cabo en cualquier lugar. La calle, el parque, la casa y cualquier otro espacio son suficientes para jugarlo. A pesar de ello, se ha ido creando una especie de significación a un lugar determinado: el estadio.

El estadio se representa como el lugar en el que se desbordan pasiones, donde se lleva a cabo rituales y enfrentamientos entre dos equipos que generan identidad con un grupo determinado de individuos. El espacio significado parte de la construcción social de realidades e imaginarios. Sin embargo, la significación del espacio no se limita solamente al estadio y sus alrededores, sino que se

distribuye en zonas específicas de la ciudad dando un nuevo giro a la significación del espacio. Así, se empieza a construir una geografía simbólica que de alguna manera establece los diferentes modos, formas y usos de la ciudad. El fenómeno futbolístico se convierte en un operador simbólico que modifica el uso de la ciudad (Reguillo, 1998).

Dicho en otras palabras, la significación del espacio se da a partir de experiencias colectivas y rituales que en determinado momento generan identidad con otros individuos, grupos sociales e instituciones. Entonces, el espacio significativo es la disputa entre el espacio vacío y el espacio lleno (Remedi, 2000), representa el lugar en donde se llevan a cabo relaciones, participación, el encuentro, las experiencias, los intercambios, las interrelaciones sociales y la recreación de ocio y tiempo libre.

La identidad desde una perspectiva geográfica es una expresión de referencia territorial que sostiene el arraigo al territorio y liga a las especificidades de cada espacio geográfico (Benedetto, 2010). La relación entre la identidad y el territorio son un factor importante dentro de la estructura espacial, pues son los que determinan las diferencias y las similitudes entre un lugar y otro a partir de dinámicas culturales, sociales, económicas, etc. Es parte importante para la construcción social de los lugares que resultan ser un referente para una fracción específica de la sociedad. Cuando uno retoma el concepto de identidad se hace referencia a las costumbres, rasgos particulares en el estilo de vida e ideologías que se dinamizan en cuanto a la interacción con los otros, las producciones sociales y culturales que dan forma a la sociedad ya sea individualmente o colectivamente.

En los espacios públicos es casi imposible no formar un vínculo entre el territorio y el individuo ya sea por acontecimientos sociales, culturales, históricos, etc. Así se genera una conciencia de pertenencia territorial, que se forma a partir de la vida cotidiana. Esto es el resultado de la apropiación del territorio que forma parte de la vida y la referencia de identidad (comunitaria e individual) y está lleno de símbolos y salpicado de santuarios (Belhedi, 2006). La identificación se lleva a cabo del espacio-temporal basado en la interacción entre el individuo, la

comunidad y el territorio, que puede ir desde una perspectiva local a la global. El fútbol se considera un fenómeno cultural con diversos factores (prensa, tv, etc.) que lo convierten en un integrador de identidades que pueden ir de lo local a lo nacional y/o lo global, y, que de alguna manera otorga cierta libertad ante la elección de grupos y lugares específicos.

La ciudad puede verse como un elemento complejo en el que se generan puntos y lugares en los que se forman identidades tanto humanas como urbanas. Ante esto, la ciudad resulta ser el lugar en donde las dimensiones afectivas y los deseos ciudadanos forjan los vínculos emocionales, las expectativas específicas de un territorio (Caruso, 2001). Se habla entonces de un consumo de la ciudad en el que los espacios intermediarios<sup>1</sup> juegan un papel muy importante es en estos donde existen diferentes formas de uso partiendo de las necesidades humanas y los imaginarios sociales que se construyen en base a las prácticas sociales, culturales, de ocio y entretenimiento que establecen grupos en el que la gente pueda sentirse identificada e integrada.

### 1.3 Espacios de ocio y movilidad espacial

El mundo actual se encuentra inmerso en un modelo sociedad consumista que de alguna manera influyen en los modos de vida de las personas y es así como la vida en el espacio se divide y se expande hacia un modo de vida influenciado por las deidades e ideologías que se producen por la interacción humana y los medios de comunicación. Montaner (1997) afirma que "toda colectividad necesita de unos lugares arquetípicos cargados de valores simbólicos; si la ciudad no se los ofrece, los grupos sociales los crean". El ocio y el pasatiempo reflejan condiciones en las que las relaciones complementan un sistema en el que la experiencia colectiva y simultánea comprende el consumo del espacio urbano.

El crecimiento y expansión en los espacios de la ciudad que se vinculan con el ocio y el tiempo libre han desarrollado un gran interés por parte de las industrias del entretenimiento, provocando transformaciones notables en estos sistemas de reproducción social (Sánchez, 2007). Este brusco interés es consecuencia de las masas que experimentan efusivamente los grandes espectáculos y eventos deportivos que se convierten en ilusiones instantáneas colectivas que expresan las emociones e ideologías colectivas.

El estudio de las prácticas del ocio puede ser entendido como aquello que es esencial del ser humano para armonizar con su espacio. Sin embargo, estos se han presentado en una visión desarticulada y desde miradas fragmentadas del sujeto, que solo han dado lugar a la búsqueda de motivaciones intrínsecas de las actividades subjetivas, funciones psicológicas y han desatendiendo lo referente a la práctica cultural y los espacios que hacen eso posible, cuestión que dificulta su estudio en cuanto al trabajo-ocio, ocio-tiempo, tiempo-libre recreación-juego; originando confusión entre los estudios de las actividades de dimensión social entorpeciendo el desarrollo de instrumentos de investigación que permitan hacer comparables las prácticas culturales en su multitud de determinaciones y complejidades entre las distintas sociedades concretas (Decanini, 2010).



El tiempo libre ha dejado de ser parte del tiempo vacío para los individuos, se ha convertido en un tiempo dinámico que se debe aprovechar. Actualmente el ocio se ha convertido en un ente institucional en el que diversos grupos crean diversas formas de diversión y entretenimiento. El desarrollo del ocio ha sido gran impulsor de la construcción de grandes y pequeñas obras de infraestructura moderna (Sue, 1982), que, además cumplen con el supuesto de zonas de recreación común; pueden ser con la participación e interés de los gobernantes locales o bien de empresas privadas.

Las actividades de ocio además de tener como finalidad la ocupación del tiempo libre, se han convertido en un pretexto para la comercialización, como dice Escudero Gómez (2008:49): “ocio y consumo son indisociables, pues el uno encierra al otro, para recrearse se consume y para consumir se pasa un rato agradable”. Cada uno de los espacios destinados a la recreación se proyecta dentro de un orden capitalista creando un ambiente confortable y decidido a captar la atención de los visitantes.

Para todo geógrafo existe una dimensión esencial de la movilidad en la que el espacio geográfico resulta de gran importancia. Al pensar en las varias características de movilidad espacial de la población inmediatamente se nos viene a la mente el tema de las migraciones, sin embargo, en las últimas décadas el acercamiento hacia la concepción de movilidad va más allá de los hechos meramente migratorios de grandes distancias, pues las formas de movilidad temporal/circular (Dureau y Flórez, 1997) contribuyen de manera importante en el proceso de la construcción social de manera local, tales como los movimientos cotidianos (trabajo, estudios, compras, etc); los estacionales o temporales de corta duración y cíclicos (laborales, estudio, ocio) y los que se involucran en los cambios de residenciales dentro y/o fuera de la ciudad (Contreras, 2001).

La movilidad espacial es un fenómeno sensible a diferentes características demográficas, permite replantear la definición territorial de población y la delimitación de los argumentos geográficos que influyen en los procesos y el desarrollo de las futuras dinámicas socio-espaciales. Existen diversos tipos de

movilidad que no afectan la localización definitiva o de residencia de las personas y se generan a partir de movibilidades de costumbre elevada; con una visión que va más allá de la descripción de los flujos de origen-destino.

Dentro de lo funcional de los distintos espacios urbanos se plantean problemáticas sobre la movilidad urbana y el acceso de las personas a sus recursos (Duereau, 2012). La movilidad cotidiana ha sido relacionada frecuentemente con la desigualdad social en la que algunos individuos quedan excluidos del acceso a los recursos y bienes urbanos, por tanto, la proyección de la movilidad no vislumbra las características propias de cada individuo siendo que los ciudadanos imponen el nivel de acercamiento con ciertos lugares y actividades.

La temporalidad en los desplazamientos que se realizan de forma cotidiana, así como la regularidad de los movimientos son aspectos que contribuyen en la relación funcional dentro de la ciudad. Además, estos desplazamientos de la población repercuten de manera significativa en los ámbitos económico y territorial generando transformaciones al interior de las metrópolis. Entonces, dentro de estas temporalidades es necesario tener en cuenta tipo de espacios con los que se va a trabajar.

Este caso en particular va enfocado principalmente a la apropiación de espacios públicos/semipúblicos que sufren la apropiación simultánea y temporal de manera periódica; son lugares en los que la cotidianeidad se hace notar, lo que nos lleva ante la necesidad de hacer una diferenciación entre las diferentes formas de cotidianeidad. Hacer mención de los lugares prácticos que van más allá de la observación del comportamiento y las diferentes formas de estar en un lugar. A partir de una serie de prácticas que se desarrollan fuera de las actividades de la vida diaria se pueden distinguir dos formas de cotidianeidad. Marthis Stock hace referencia a lo anterior diciendo que pueden ser distinguidas entre dos lógicas: *hors-quotidien* y *quotidien* (Stock, 2012). Por un lado se encuentran los lugares cotidianos que comprenden los diferentes espacios ocupados, consumidos, vividos, etc.; y por el otro se hallan las prácticas cotidianas que involucran la recreación y aquellas actividades recursivas (que se pueden repetir indefinidamente).

Una vez aclaradas las diferencias entre actividades y lugares cotidianos es pertinente hacer mención sobre la movilidad pendular. Este concepto ha sido de utilidad en los estudios e investigaciones referentes a los cambios de residencia y las grandes migraciones, sin embargo, me atrevo a utilizar este concepto de una manera "localista", que puede abarcar grandes distancias, pero sin cambio de residencia y de corta duración. A partir de esto, podemos concebir a la movilidad pendular como los movimientos que fungen como expresión de las distintas dimensiones de la economía y de las sociedades contemporáneas; y lo que se busca es averiguar desde qué punto y hacia dónde y por qué se mueven ciertos grupos de la población (Contreras, 2001).

La movilidad pendular urbana puede ser cíclica o frecuente, donde la población que viaja con una frecuencia mínima por razones de trabajo o de estudio; de compra o venta de productos; visitas familiares, médicas o de recreación (Corona y Nuñez, 2008).

## 1.4 Reinención del espacio

La ciudad es en donde coinciden, se articulan y definen cuestiones tales como la función urbana de la estructura circulatoria, los significados que asumen tanto espacios públicos como privados, el carácter y la lingüística arquitectónica de sus edificios más representativos (Betti, 2004). Es en donde los individuos concentran los ideales, los sueños, los valores, los hábitos y preferencias.

La acción colectiva cumple como una forma de organización de la participación social informal y espontánea y nos es útil en el análisis de comportamientos tales como las multitudes, los espectadores, los disturbios, los motines, la histeria colectiva, el pánico, la afición pasajera o moda, el contagio social, y el rumor (Caballero, 2001). Es un hecho social construido a partir de “redes de movimiento o áreas de movimiento” (Melucci, 1999) que comparten culturas e identidades mediante las cuales se produce una valorización del medio, de la economía y las acciones mismas.

Una vez más nos encontramos con una construcción social en la que los individuos se apropian de ciertos espacios, y que además, lo usan y lo reinventan de manera temporal dependiendo de sus necesidades. Es entonces cuando el espacio social tiende a funcionar como un espacio simbólico, un espacio en el que se expresan diversos modos de vida y diferentes grupos sociales. Así, el espacio geográfico resulta ser un espacio que se crea una y otra vez a partir de procesos que no sólo tienen lugar en lo material sino, cada vez más, en el campo de lo simbólico (Nuñez. 2000).

En la ciudad, los espacios urbanos son vistos como simples escenarios que el individuo crea, imagina y construye historias, prácticas e identidades simbólicas en las que existen grupos de gustos y consumo semejantes. Aunado a lo anterior, es pertinente hacer mención de otro tipo de reinención espacial que se encuentra fuera de las dinámicas físicas y prácticas en la ciudad.

Los medios de comunicación son un elemento de gran peso para esta “reinención espacial”. El medio y el espacio son espectacularizados, ya no se

trata de un mundo social; la necesidad de interactuar a través de una práctica específica nos colocan frente a un tipo de apropiación del espacio urbano llamado *apropiación diferenciada del espacio urbano* (Lefebvre, 1976; Castells 1999). Esto quiere decir que el espacio urbano no es más que un medio para el desarrollo de las prácticas sociales. Sin embargo, más que referirse a prácticas sociales, se trata de *participación de la ciudadanía* y de *planificación participativa*; que se construyen colectivamente con un orden social y espacial en la que el individuo tiene la libertad de producir sus propios ideales y derechos en el ejercicio individual y colectivo (Yori, 2007).

El fútbol, es una práctica social que se mueve dentro y fuera de la cancha; es una práctica ciudadana que reinventa el espacio urbano en donde los significados se generan a partir de las interacciones, los actores/individuos, el consumo, la normatividad y la movilización social (Hannerz, 1998). Y es a partir de esto que la reinención del espacio urbano se logra debido a la conexión de unos con otros en un momento y lugar determinado; dotándolo de valor, significado y uso.

De esta manera, el espacio urbano se convierte en un espacio en el que se vive, se observa y se experimentan las diferentes formas de vida en conjunto, en sociedad. Es aquí en donde el individuo pasa a ser considerado como un “transeúnte<sup>2</sup>” (Delgado, 1999) de un espacio en movimiento inestable, reinventado, dinamizado y construido; un escenario que bien puede ser idealizado por los diferentes grupos que se identifican y lo comparten. Lo anterior me remite a lo que Frédéric M. Thrasher<sup>3</sup> denomina *sociedades intersticiales* en las que aparecen nuevas formas de etnicidad que no se fundamentan en los vínculos religiosos, históricos o territoriales, sino en la convivencia, la comunicación y la apropiación urbana en su forma espacio-temporal que en determinado momento desencadena diferentes estrategias de ritualización eventual o permanente.

El espacio urbano puede ser reinventado de múltiples maneras y una de ellas es la liminaridad (liminalidad) espacial. En un intento por definir el concepto de liminaridad, Turner (1967) coincide en que un espacio liminar es un lugar en donde existe una gran concentración de significados y además se generan las interrelaciones entre diferentes grupos, lo que lo convierte en un “espacio de

ansiedad” para la comunidad, especialmente notable en sus puntos de ruptura (vanos, entradas), objeto-espacios transicionales que materializan “todo un cosmos de lo entreabierto” (Bachelard, 1994: 222). Manuel Delgado retoma esta idea y lo introduce a lo urbano que se entiende como “la sociedad que producen las personas, la manera que éstas tienen de gastar el espacio que utilizan” (Delgado, 1999). A partir de lo anterior podemos decir que un momento liminal es aquél que se lleva a cabo cuando la sociedad hace uso del espacio urbano, se encuentra en él, pero no en el sentido en el que finalmente está siendo usada, sino a modo de escenario en el que se producen y reproducen relaciones sociales pasivas.

A partir de un conjunto de significados o bien, lo *liminar*, podemos afirmar que hay gran diferencia entre lo que concebimos como “cosa” y como “valor”. El primero tiene que ver con el contenido, lo físico, lo tangible. Mientras que el segundo involucra los vínculos, la memoria y los recuerdos pasados (Aguilar, 2008). Cada una de las representaciones sociales que se dan lugar en el espacio urbano, contribuyen de cierta manera a la ya mencionada reinención del espacio dando como resultado el intercambio de significados y valores a un lugar específico.

Pareciera ser que en los últimos años, las actividades deportivas, de recreación y ocio se han convertido, hasta cierto punto, en una forma de escape y refugio frente a la “crisis” a la que se enfrenta la mayor parte de las instituciones religiosas, políticas y económicas. Un claro ejemplo de esto es quizá la carga afectiva, emocional y simbólica que se le ha otorgado a actividades y espacios que estaban inspirados fundamentalmente en el entretenimiento y el consumo. Los centros comerciales y las compras; las plazas y el andar; los parques y el juego; auditorios y los espectáculos; estadios y deporte, se han convertido en “santuarios” en los que las multitudes encuentran un espacio de confort, fe y expresión que parten de la connotación histórica y simbólica.

## 1.5 Religiosidad: lo sagrado, lo profano y la mediatización

El hombre siempre ha tenido la necesidad de obtener respuestas a necesidades espirituales (creencias, deidades, ideologías y religiones) y así, establecer sedes e instituciones de poder (iglesias, templos) con fuertes manifestaciones en la construcción y organización para las sociedades. Debido a la multiplicidad de creencias y religiones de la actualidad, los escenarios y prácticas cotidianas se enfocan en lo sagrado, permitiendo comprender la “configuración de los espacios sagrados, vivenciales, saturados de sentido y significación desde el ejercicio de la fe” (Santarelli y Campos, 2011:1).

La religiosidad se concibe como un conjunto de prácticas simbólico-rituales que se establecen en relación a lo sagrado, no es exclusivamente religiosa, ya que puede darse en relaciones políticas, progresistas, etc. De aquí parte la idea propuesta por Jean-Pierre Sironneau (1982) de que la concepción de lo sagrado se ha complejizado debido a que el mundo occidental moderno se encuentra secularizado y desacralizado, y que además, no se desliga de la vida social, sino que interacciona con las actividades socio-económicas y culturales que a consecuencia genera espacios profanos.

Es cierto que la religiosidad total no existe, es decir, no podemos encontrarla en su estado más puro (Eliade, 1985[1]). La religiosidad se constituye por un proceso integrado por prácticas simbólicas y rituales que de alguna manera establecen vínculos con lo sagrado. Para Cornwall, Albrecht, Cunningham y Pitcher (1986) existen seis dimensiones en la religiosidad: saber, entendimiento; sentir, afecto, hacer, comportamiento. En el caso del fútbol sería pertinente vincularlo con el tema de la religiosidad popular, que envuelve la fantasía, el espíritu festivo, el anticonformismo, la comunión social y una estrecha fusión entre culto y vida cotidiana separación entre el momento del culto y la compleja trama de la existencia cotidiana.

El ámbito del fútbol se puede ver como parte de “un cuerpo de prácticas y creencias relativas a las cosas sagradas, es decir, todo aquello que se identifica

con las cosas dejadas de lado y prohibidas; creencias y prácticas que dan unidad a una comunidad moral concreta.”(Morris 1995: 147). En este caso, el concepto de lo sagrado puede usarse como un elemento con una dimensión simbólica, que de alguna manera, permite que ciertos grupos de la sociedad se sientan identificados y representados por otro grupo de individuos más reducido. La idea de lo sagrado siempre se debe asociar con elementos tales como las deidades y los rituales que cumplen su función como un mecanismo que expresa y fortalece los momentos emocionales del grupo, así como también la construcción de una solidaridad entre ellos mismos.

Para José Velasco Toro (1993) en el escenario y tiempo de lo sagrado se manifiestan diversas relaciones jerárquicas que contienen características físicas, sociales y simbólicas que buscan igualdad, respeto, autonomía e independencia comunitaria. El que es llamado escenario se convierte entonces en un espacio sagrado en el que cada creyente y cada fiel se transportan a un medio distinto de aquel en el que transcurre su existencia, y para que esto suceda, es necesaria la intervención del hombre religioso para mantener el contacto entre lo omnipotente y el mortal, todo esto a través de mitos, rituales y símbolos; elementos indispensables para la sacralización.

Los elementos que construyen la idea de lo sagrado no son más que el reflejo de los diferentes hechos sociales que corresponden a la interacción del individuo y/o el grupo con un objeto sagrado en espacios previamente pensados y destinados a los actos rituales, es decir, los espacios sagrados. Además, son parte de un sistema transitorio que destaca por considerarse una herencia de las generaciones anteriores a las futuras.

La experiencia religiosa original es la de la heterogeneidad del espacio según la cual el espacio se fractura y se rompe distinguiéndose un espacio fuerte y significativo, que es el espacio consagrado, de un espacio fluido y homogéneo que es conocido como el espacio profano (ibid, [1]). La distinción entre estas dos formas de espacio es la que aparece entre un espacio real, un espacio que existe realmente, y una inmensa extensión circundante no-real.



El “espacio sagrado”, es entonces un lugar en donde se produce algo extraordinario dentro de la ordinaria homogeneidad que admite la aparición de lo sacro dentro de lo profano y, por lo tanto, el lugar se convierte en el espacio que conecta dos mundos: el mundo de los hombres y el mundo de los dioses.

La elección de un lugar sacro es un hecho ajeno y diferente a todo lo cotidiano, se transforma en signo de la “voluntad divina” y el hombre comprende que ha accedido a un lugar diferente a partir del cual su percepción del mundo cambia drásticamente, y es en ese momento en el que debe dar paso a algo que tiene valor y significado para constituir un “nuevo” mundo, transformando el espacio consagrado en referente de orientación para comenzar a dar sentido y valor a todo lo demás, convirtiéndose de esta manera en el primer evento necesario para empezar a crear el mundo siempre adquiriendo cada lugar y cada momento su significado y su valor dentro de un cosmos que se caracterizará por su heterogeneidad (ibíd. [1]).

En la actualidad, muchas de las actividades que se llevan a cabo se han relacionado con los actos religiosos de manera desmedida. Con el avance de la tecnología la comunicación social ha incrementado y mejorado sus métodos e instrumentos para satisfacer las necesidades de la población. Los medios de comunicación masiva tales como la televisión y el internet se han convertido en una forma de mediatización en diferentes aspectos sociales y culturales.

La mediatización de la cultura es la que se produce mediante la tecnología. Pero no es ella una mediatización cultural, sino que son elementos sociales impregnados desde lo simbólico, es algo que va más allá de lo que surge con los medios de comunicación en nuestra vida cotidiana, como las costumbres, creencias, formas de pensar. A partir de esto, podemos considerar que la mediatización de la sociedad es parte del proceso colectivo de producción de significados a través del cual un orden social se comprende, se comunica, se reproduce y se transforma, el cual, se ha rediseñado a partir de la existencia de las tecnologías, medios de producción y transmisión de la información. Para Roger Silverstone (2004), la mediatización es parte de cada individuo el cual realiza una traducción de las formas simbólicas y los desafíos conceptuales que

se le presentan. Opera a través de diversos mecanismos según los sectores de la práctica social que interese y produce en cada sector distintas consecuencias.

La cultura mediática, constituye una nueva forma de estructuración de las prácticas sociales, marcada por la existencia de los medios. Los medios compiten por la novedad, y construyen una realidad anterior en base a una información para lograr tener la primicia. Los individuos, consumen productos del lugar de donde pertenecen y productos que atraviesan el mundo, es decir, más allá del territorio geográfico que ocupan, más allá de las fronteras.

Como es bien sabido, el fútbol y los medios de comunicación mantienen una relación sólida, debido a que son dos instituciones sociales, que técnicamente nacieron de la mano y que han crecido de la misma manera. En el mundo de lo simbólico existen constantes movimientos de significado. La percepción de los productos mediáticos es un proceso activo y creativo. Las diferentes formas en que los individuos dan sentido a los productos mediáticos varían acorde con su conocimiento y experiencia social, así como sus circunstancias; de ahí que un mismo mensaje pueda comprenderse de manera distinta en contextos distintos (Carrión y Kintto, 2006).

Desde este momento los comunicantes aparecen con más fuerza en el fútbol, siendo en muchos casos protagonistas y de alguna manera logran que la peculiar forma de expresión simbólica alimente la pasión de la sociedad por el juego.

Se trata de un espectáculo en el que, Además de ser un deporte, es considerado como un negocio que genera muchas ganancias gracias a su popularidad. Cada una de las expresiones y actividades de los medios de comunicación generan ideologías e incluso pasiones desmedidas en el ámbito futbolístico.

Los medios empezaron a incursionar en el deporte para mantener la información relevante durante los primeros mundiales. En aquel entonces se utilizó el cine para transmitir las imágenes de los primeros torneos futbolísticos con el firme objetivo de expandir los horizontes del fútbol. Pero no solo a través de este

tipo de transmisión, sino que la radio y la prensa escrita tuvieron un papel importante en cuestiones de difusión.

Con el paso del tiempo, el futbol ha alcanzado un nivel de desarrollo y popularidad muy importante. Los medios se han encargado de magnificar el entretenimiento de tal manera que se ha llegado a construir una especie de institución cargada de simbolismos e identidad para con los espectadores.

## **1.6 Sentimiento y percepción. Aficionados, hinchas, jugadores y el estadio**

Los aficionados y los hinchas en un principio solían ser sinónimos uno del otro. Los conceptos se usaban para referirse a un grupo organizado compuesto por aficionados. Sin embargo, con el paso del tiempo se ha ido separando la idea de la sinonimia entre ellos (Nilo, 1968).

En la actualidad, un aficionado se considera a aquel seguidor de determinado equipo que busca una actividad de entretenimiento sin una remuneración económica, que solo demuestra afecto o apego por un equipo en específico. Se considera aficionado a aquel que sigue los encuentros a través de las emisiones de los medios masivos de comunicación, el que acude al estadio dependiendo de sus posibilidades; es el ama al equipo incondicionalmente.

Muchos dicen que cualquiera puede hacerse llamar aficionado e irle a cualquier equipo solo porque cree que este está de moda, pero un fanático se caracteriza por su pasión en cada uno de los encuentros. Ser un fanático del fútbol implica desde el uso de la playera hasta los actos rituales que se llevan a cabo para ver a los 22 hombres peleando y corriendo tras de un balón.

El aficionado es el que usa la playera como si se tratara de un estandarte, portando con orgullo los colores, es el que sabe con precisión con quien, en donde y a qué hora juega su equipo. Sabe todos los acontecimientos importantes pasados y recientes y considera el estadio como un templo sagrado.

Ahora bien, el hincha es considerado un ser que va más allá de una afición, es el que anima desmedidamente a su equipo, es el que no falta a un solo encuentro Como dice Eduardo Galeano, “jugador número doce que es quien sopla los vientos de fervor que empujan la pelota cuando ella se duerme” (Galeano, 1995). Metido en la barra brava, es quien alienta y hace del momento una fiesta. El hincha es un ente peligroso que no mira el partido, está inmerso en una especie de paranoia en la que los del equipo contrario se convierten en un enemigo a muerte que asecha en cualquier lugar y en cualquier momento.

Los jugadores de fuerzas básicas son los que se encuentran en formación, es desde ese entonces cuando se les forja el sentimiento de identidad con el estadio y de identificación con los hinchas y aficionados. Es en esta fase de la carrera en la que se les enseña y se les exige la capacidad de portar la insignia y los colores del equipo para defenderlo con sentimiento y entrega.

Para un club, disponer de una estructura base de jugadores que mantienen una misma filosofía de trabajo, puede suponer (además de un extraordinario ahorro en cuanto a fichajes), que los jugadores hayan jugado desde pequeños de la misma manera, por lo que de una forma natural, se pueden encontrar jugando en el primer equipo y adaptarse a conceptos y exigencias del juego desde el primer día.

La cantera<sup>4</sup> es en donde el jugador hace diferencias entre los rivales y sabe cuál es el equipo, claro está, deportivamente hablando. Es tan fuerte la carga afectiva y simbólica que no importa si el jugador está lastimado o no, es en donde se aprende a jugar y defender la camiseta a muerte.

Entonces el jugador, es un actor fundamental de los procesos sociales y culturales que se viven en el estadio de fútbol, ya sea antes o después de un partido. Se prepara desde lo más básico para ser “digno” de llevar los colores y demostrar una entrega total por ellos, todo esto para satisfacer a la audiencia, a los medios y por supuesto a su orgullo.

Un estadio es una construcción cerrada con graderías para los espectadores, destinado a competiciones deportivas que puede ser al aire libre o techado. Principalmente es usado para varios tipos de deportes que son populares a nivel mundial como el fútbol.

Estas infraestructuras influyen de manera muy importante en la economía de un país albergando toda clase de eventos deportivos, musicales y culturales, dependiendo de la capacidad que presentan.

Su diseño comprende un campo de grandes dimensiones rodeado por una estructura diseñada para que los espectadores puedan estar de pie o sentados viendo el acontecimiento. Guarda una doble suntuosidad, cuando está vacío, hace resaltar su templado esplendor y cuando hay alguna confrontación deportiva,

se convierte en una grandiosa imagen animada llena de colores multitudinarios que hacen parecer que el terreno se funde en el paisaje.

El estadio es, ni más ni menos, que el lugar en donde se produce la relación entre el espectáculo-espectador, que se transforma funcionalmente durante el gran evento. Hoy en día los estadios de fútbol son los grandes sets de la vivencia festiva de un grupo de personas que se identifica y se deja llevar por su pasión y afición por este deporte.

Como cualquier otro escenario, el estadio se transforma en cuanto el encuentro se aproxima. Las taquillas abren sus ventanas, los jugadores entrenan dentro del recinto y uno que otro fan imagina desde afuera lo que se aproxima para el siguiente encuentro. Se sabe que desde hace mucho tiempo han formado parte de la vida cotidiana de las personas.

## 1.7 El fútbol en México

Los inicios del fútbol mexicano se remontan aproximadamente a finales del siglo XIX, aunque no se sabe exactamente en qué fecha y fue introducido por los británicos. En ese entonces (Porfiriato), el país se encontraba en un proceso de modernidad y progreso. Esta fue una época marcada por la inversión y la introducción de nuevas formas de enriquecimiento a través de la apertura de las fronteras. Uno de los principales productos provenientes de Europa fue sin duda el deporte y los ingleses aprovecharon el momento y se establecieron rápidamente en el mercado nacional a través del fútbol. Durante los primeros años fue practicado esencialmente por extranjeros y personas acaudaladas, pues esta actividad suponía ser parte del progreso, la modernidad y el alto decoro que solo unos cuantos podían poseer y/o alcanzar.

Entre el periodo de 1900-1909, migrantes ingleses que trabajaban en las minas de Pachuca y el municipio de Real del Monte fundaron el primer equipo oficial del país; Pachuca A.C (el nombre original era Pachuca Athletic Club). Se ha dicho mucho sobre el surgimiento del primer equipo de este deporte ya que el equipo Orizaba reclama el crédito de ser el primer equipo formal del país. El primer torneo oficial nacional de fútbol se integró por los equipos: Pachuca Athletic Club, Orizaba, Reforma, México Cricket y British cuyo ganador fue el equipo de Orizaba. A raíz del surgimiento de estos equipos y el torneo, cada uno de los estados del país formara su propia liga.

En 1908 se dio un hecho relevante para la historia del fútbol nacional; en Jalisco, se creó la Federación Deportiva de Occidente de Aficionados que se convertiría en la primera liga mexicana en establecer divisiones, en esta liga participaron equipos de gran tradición como el Guadalajara y el Atlas. Ya para 1910, en el inicio de la Revolución Mexicana, los equipos contaban con refuerzos provenientes del extranjero principalmente de España.

Durante los inicios de la década de los 50, los equipos que participaban en la liga eran invitados directamente por la Federación Mexicana de Fútbol o bien

solicitaban su ingreso, no obstante la popularidad del fútbol en México y el prestigio de la Federación comenzó a crecer y los equipos interesados en participar en la liga fueron en aumento, por lo que necesariamente se creó la Segunda División que integró a los equipos: Zamora, Morelia, Toluca, Pachuca, Irapuato, Queretaro y Zacatepec, que se enfrentarían y el ganador del torneo ascendería a la Primera División ocupando el lugar del último lugar del torneo de primera. En 1961 la Federación Mexicana de Fútbol (FEMEXFUT) se afilió a la Confederación de Fútbol Asociación de Norte, Centroamérica y el Caribe, con lo que comenzó a participar en los torneos internacionales organizados por dicha confederación; Copa Oro, Copa de Campeones (después llamada Liga de Campeones), por mencionar algunos. En el 2007 la Federación creó la Super Liga Femenil, disputada por 24 equipos; la cual es la primera liga femenil profesional de fútbol disputada en México. Además se creó el Sector Aficionado con el objetivo de administrar el balompié a nivel no profesional o amateur y el cual organiza la Liga Nacional, la Liga Internacional y la Liga Femenil y las Ligas Sub 20 y Sub 17 en las cuales participan los equipos filiales de la Primera División, que no sobrepasen el límite de edad establecido.

El deporte y en particular el fútbol, se han convertido ya en materia de investigación para muchos investigadores, sobre todo de las ciencias sociales. En muchos países europeos y de la región sur del continente americano, el fútbol ha sido un tema de gran interés e impacto debido a la carga simbólica, social, económica, geográfica y cultural.

En México, cada fin de semana los estadios se ven envueltos en una fiesta que se integra por miles de aficionados llenos de euforia y ánimo que visten y dan forma al lugar de encuentros entre dos equipos de fútbol. Todo lo anterior va acompañado de una vestimenta característica de individuos que hacen acto de presencia para animar con gritos, trompetas y tambores el espacio. Diferenciados por las insignias y los colores de sus equipos; los cánticos inician la confrontación. Todos y cada uno de los aficionados vive y se rodea de pasión por unos colores. Una vez alguien me dijo que el equipo que elegimos determina la forma en que las personas viven su fin de semana, que en base a diversas experiencias, recuerdos,



sensaciones e ideologías de cada individuo, llegamos al punto en el que nos identificamos con los colores, el nombre, los símbolos y los lugares, pero... ¿Qué tan profundo y cierto es esto en México?

A decir verdad, en nuestro país, la aparición del deporte como un fenómeno cultural es muy reciente (Fábregas, 2001). El fútbol aparece entonces como un espectáculo multitudinario que ha ido tomando formas de alguna manera trascendentales. La concepción que se tiene de este deporte ha ido cambiando con el paso del tiempo. Desde su aparición en el siglo XIX hasta el siglo XXI ha pasado por diferentes “usos”. Primero se concebía como el deporte de los adinerados y extranjeros, después como el deporte que atraía y deseaban los pobres, también como el generador de progreso y apariencia ante el mundo; un negocio y finalmente como una nueva deidad, una nueva religión, un nuevo Dios.

Podemos darnos cuenta de que la convocatoria y las pasiones del fútbol son una actividad social, que transportan a los aficionados a una dimensión mítica trayendo consigo la interrogante: *¿Existe algo en que el fútbol se asemeje a Dios?* Para Eduardo Galeano (1995), la respuesta a lo anterior es que el fútbol y Dios se parecen tanto en la devoción que le tienen muchos creyentes y en la desconfianza que le tienen muchos intelectuales. Probablemente uno de los principales fenómenos que se han provocado debido a la pasión y afición por este deporte sea la “sacralización” del mismo.

Durante los últimos tiempos, la sociedad ha ido perdiendo el sentido de significación y la sociedad misma ha cubierto sus necesidades significantes, identitarias e ideológicas con el fútbol.

Como en otros países del mundo como España, Argentina y Brasil, en México el fútbol se ha relacionado con la religión y se ha creado un nuevo rito pagano de la sociedad posmoderna con los aficionados que se vuelven fanáticos al alza mientras las religiones tradicionales, especialmente cristianas, están dramáticamente a la baja en un mundo secularizado. (Barranco, 2010). Los individuos buscan una nueva institución, una nueva fe en la que puedan sentirse salvaguardados, conformes y cómodos; es una nueva religión única, en la que el ateísmo no existe (Galeano, 1995).

Es un juego que se acerca de sobremanera a lo sagrado, cada partido se convierte en un evento que incluye grandes peregrinajes hacia los grandes santuarios que se convierten en espacios en los que se llevan a cabo rituales, en los que la pasión por el juego mismo y por los equipos se refleja de manera temporal.

El transporte público es tomado por ciertos grupos que se desplazan hacia el lugar del encuentro, muchos otros deciden utilizar el auto e incluso la bicicleta, unos más devotos deciden caminar hacia el estadio. Las calles aledañas son tomadas y abarrotadas por las masas y la cotidianeidad se rompe con una fiesta que engrandece el sentimiento de pertenencia e identidad.

A pesar de lo anterior, se puede comprobar como el fútbol ha ido invadiendo de forma impresionante el mundo de la cultura religiosa. Ejemplo de esto es que algunos, si no es que todos los futbolistas, son supersticiosos y suelen tener comportamientos que quedan impregnados en la memoria de los aficionados y espectadores, lo que implica en algunos casos al imaginario de una fuerza omnipotente que se impregna en cada rincón del recinto.

Como se ha mencionado en apartados anteriores, la participación de los medios masivos de comunicación ha sido un factor muy importante en el desarrollo de las nuevas percepciones del deporte y por consiguiente del lugar en el que se lleva a cabo. Actualmente, después de ver el gran negocio que esta disciplina es, los medios se han dado a la tarea de re conceptualizar el significado y la intención de un espectáculo como es el fútbol.

Los espacios deportivos han sido requeridos como lugares significativos para las masas. El lugar donde se realizaban los deportes, pasó a ser un lugar significativo para apoyar a “nuestro” equipo.

## **2 Metodología**

### **2.1 Estrategia metodológica**

La presente investigación, se presenta como un estudio de caso visto siempre desde un enfoque cualitativo de tipo descriptivo-comprensivo.

El enfoque cualitativo es conveniente ya que se busca comprender una realidad social como fruto de un proceso de construcción a partir de la lógica de sus protagonistas y sus aspectos particulares. Es decir, se llevara a cabo "...en un plano llevado a la reivindicación de lo subjetivo, lo intersubjetivo, lo significativo y lo particular, como prioridades de análisis para la comprensión de la realidad social" (Sandoval, 1996: 37).

Cuando uno hace investigaciones de corte cualitativo es más probable que el investigador se sumerja en un análisis del conocimiento de la realidad humana, la subjetividad de la construcción social y la vida cotidiana para crear un escenario en el que pueda comprender la realidad socio-cultural (Muccheielli, 1991). Intenta describir lo que sucede por medio del lenguaje, los simbolismos, las significaciones y conocimientos de cada uno de los actores involucrados, o, como diría Hall (2010), desde la perspectiva del otro. Desde el método cualitativo, es posible comprender la relación entre cada uno de los sentidos subjetivos que circulan en los participantes, en este caso: hinchas, aficionados, espectadores, las barras, las porras, estudiantes y jugadores.

En esta investigación se busca la liminaridad entre el ocio y lo religioso en el ambiente de un estadio de futbol a partir de la identidad y la identificación con el lugar, el equipo o la gente.

Para abordar el tema en cuestión es necesario formar una base metodológica que permita estudiar el caso desde una escala local. Lo que se debe tomar en cuenta es la parte simbólica del lugar, la interacción de los sujetos en el espacio próximo y distante al estadio, así como los diferentes ritmos de vida que se

generan antes, durante y después de un encuentro. Es decir, lo que se busca es la parte experiencial y simbólica de los fenómenos “cotidianos”.

El Estadio Olímpico Universitario guarda cierto misticismo. Cuando está vacío, es posible deleitarse con su imponente sosiego y, cuando hay alguna justa deportiva, la fiesta se hace presente, las masas se impregnan de un aire de identidad y transforman de manera brusca el paisaje.

El primer momento analítico de la investigación es identificar las diferentes formas de uso y apropiación del espacio dentro y fuera del estadio antes, durante y después de un partido. Para ello será necesario acudir al estadio en los días en los que hay partido y además en los que no hay un encuentro deportivo. Esto implica un trabajo etnográfico. La etnografía consiste en observar las prácticas culturales de los grupos humanos para así, presentar una reconstrucción de los hechos mediante un trabajo de campo (Guber, 2004). Cuando tiene éxito, la etnografía proporciona una información sobre la vida social mucho más rica que la mayoría de los restantes métodos de investigación. Una vez que sabemos cómo se ven las cosas desde dentro de un determinado grupo, es probable que alcancemos una comprensión más profunda de por qué determinadas personas actúan de una manera dada, proporciona al investigador más flexibilidad que otros métodos, ya que le permite adaptarse a circunstancias nuevas e inesperadas y aprovechar las oportunidades que pudieran surgir durante el estudio.

Para esto, es conveniente utilizar técnicas como la *observación flotante*, que permite estudiar un espacio público en movimiento y además apreciar y captar imágenes separadas o fragmentadas que aprueban al investigador como parte y no parte de ellas, ambos al mismo tiempo (Delgado, 1999). Además, La *observación participante* resulta ser una herramienta útil dentro de esta investigación, ya que por medio de esta podemos construir una observación organizada y predeterminada enfocada en las actividades, las personas y el espacio-tiempo.

Como segundo momento analítico se pretende analizar la movilidad espacial como un fenómeno de comportamiento social agrupado dentro de un itinerario predeterminado (“peregrinaciones”/rituales).

Para esto se realizarán recorridos con los aficionados e hinchas hacia el estadio. Además se contemplarán algunas de las actividades antes, durante y después del encuentro dentro y fuera del recinto.

Debido a que la movilidad es importante en los estudios geográficos, y en este caso en especial, es de gran relevancia retomar la técnica de los *mapas cognitivos*, ya que se busca un acercamiento a situaciones reales del vivir cotidiano, un mapa dentro de la mente de la persona común que realiza muchos desplazamientos cotidianos, casi siempre repetitivos y sin la necesidad de un plano o mapa. Lo importante de esta estrategia es la capacidad del individuo de recordar un recorrido a partir de referencias espaciales (De Castro, 1999). Otro recurso sustancial es *la revisión de materiales de imagen* como la fotografía y el video como una técnica de registro etnográfico. (Hernández Espejo, 1998).

Para el tercer momento a razonar se busca descifrar el tipo de identificación que los individuos crean con el estadio de fútbol. Para ello la información necesaria será producida a través de entrevistas con los aficionados y los hinchas con los que ya debe haber un establecimiento de confianza previo. El *Relato de vida* es una de las herramientas que mayor importancia tiene en esta investigación. Se pretende realizar entrevistas tanto individuales como grupales. Esta estrategia metodológica tiene por característica central la subjetividad (en el caso individual) el locutor es el héroe de la locución, se trata en principio de la vida de un sujeto, cualquier cosa tiene que ver con su vida. Mientras que en la entrevista grupal se reproducen artificialmente las interacciones cotidianas de la vida social desde el punto de vista de varias personas que hablan y opinan sobre lo mismo al mismo tiempo (Scribano, 2008, Barral, 1998).

Finalmente, con las metodologías señaladas anteriormente se puede analizar el proceso de sacralización de un estadio de fútbol que se genera en base a la identidad tanto territorial como cultural, a la identificación con otros, a las prácticas y “rituales” en el espacio y al sentido de comunidad, que de alguna manera,

provoca el interés de ciertos grupos y personas con el lugar en cuestión. Lo que se debe tomar en cuenta para ello es la parte simbólica del lugar, la interacción de los sujetos en el espacio próximo y distante al estadio, así como los diferentes ritmos de vida que se generan antes, durante y después de un encuentro. Es decir, lo que se busca es la parte experiencial y simbólica de los fenómenos “cotidianos”.

## 2.2 Participantes

Para seleccionar a cada una de las personas que participan en la investigación será necesario realizar una selección por conveniencia (Gertz, 1998) que de alguna manera facilita el acceso a lo que se necesita saber, así como a las personas que apoyan al investigador. Lo que llama la atención de este tipo de selección es que permite que las características se adapten a los objetivos de la investigación.

El grupo de participantes de la presente investigación, con el propósito de conocer y describir los referentes particulares que estas personas le otorgan a la configuración su identidad.

Será conformado por cuatro sujetos de edad variada, 3 hombres y 3 mujeres, los cuales son integrantes de la barra “La Rebel<sup>5</sup>”. Esta “institución” se caracteriza por su influencia e intereses económicos y políticos. Además la intervención de seis integrantes de la “Porra Plus<sup>6</sup>” de Pumas que se maneja de diferente manera a la Rebel. Se trata de un grupo de personas con un apego hacia el estadio en cuestión. Este apego se puede dar de diferentes maneras ya que los integrantes de este grupo de animación se unen al mismo por diferentes razones (pasión, moda, lealtad, herencia, etc.).

Será necesaria la intervención de 4 personas más, parte de la audiencia general (no pertenecientes a ninguna barra o porra). Se pretende ubicar a estas personas a partir de su “afición” al deporte y popularidad entre los aficionados, hinchas, jugadores y periodistas. Esto servirá como apoyo para dar un contexto histórico a la pasión que va en constante ascenso en el deporte, sobre todo en el equipo de los Pumas de la UNAM.

La participación de los medios de comunicación también es de suma importancia para la presente investigación. Por lo tanto se pretende un acercamiento con un periodista deportivo, que tenga un conocimiento e interés profundo por la institución. Entonces, así se puede llegar a conocer el modo y nivel de mediatización en el que incurre la práctica del fútbol.

Los jugadores también forman parte fundamental de los procesos de significación e identidad para con el estadio. El arraigo que existe en ellos con el lugar se va formando o inculcando a aquellos que provienen de la cantera, es decir, las fuerzas básicas del equipo. Vale la pena mencionar que justamente en el equipo de los Pumas de la UNAM existe una cantera productiva en cuanto a jugadores se refiere. Este tipo de participantes aportan una forma de arraigo e identificación incluso más fuerte que en la afición y la hinchada. La participación de cuatro jugadores de distintas divisiones inferiores a la primera división que cuenten con al menos dos años dentro de la institución es fundamental dentro de este trabajo.

Estos participantes serán entrevistados uno por uno a través de entrevistas semi-estructuradas con el fin de posibilitar una aproximación inicial acerca de elementos que articulan la configuración identitaria. Para tener una unidad de análisis con las mayores ventajas para los fines que persigue la investigación los sujetos serán convocados por medio de una invitación directa, es decir, a partir de una comunicación telefónica o bien por medio de las redes sociales. . Esto implica también una recolección de imágenes fotográficas y videos.

La significación e identidad en un lugar como el estadio Olímpico Universitario no solo se construye a partir del gusto o pasión por un deporte. La importancia que esta infraestructura tiene para quienes estudian en esta casa de estudios (UNAM) también influye en la concepción y uso del espacio. Para esto se realizara una sesión con un grupo de estudiantes pertenecientes a diferentes campus de dicha institución para determinar la relevancia de el lugar desde un contexto más histórico y social.

### **CATEGORIAS DE ANALISIS**

- Vinculación
- Identidad
- Identificación
- Religiosidad
- Ocio



- Ruptura de la cotidianeidad

Para el análisis de la movilidad y apropiación espacial se realizará un recorrido al estadio en un día de partido a manera de observador y dos más, uno con un grupo integrado por la Rebel Norte (que ayudaran en otras actividades) y otro con un grupo de la Porra Plus (6 de confianza) con el que se llevara a cabo la misma acción pero en un día diferente. Igual de importante es saber lo que se suscita mientras el estadio se encuentra en su momento de descanso En otras palabras, se hará un trabajo de corte etnográfico.

Posteriormente se establecerá una reunión en la que un pequeño grupo de cada compañía de animación exprese de manera grupal sus relatos y formar una concepción del lugar como espacio colectivo. Para esto se implementara la estrategia de mapas cognitivos y el relato de vida. Además durante el proceso se retomaran los aspectos espacio-temporales para la inclusión y elaboración de los prismas de Hagerstrand.

### **CATEGORIAS DE ANALISIS**

- Movilidad espacial
- Temporalidad espacial
- Apropiación espacial
- Ritualización
- Reinención del espacio

Por último, se pretende la elaboración de un análisis general con base en los acercamientos y actividades anteriores. Esto supone la integración de los distintos resultados y las reflexiones.

Al ser un estudio de caso el propósito es descubrir las propiedades del mismo y llegar a entender a los sujetos y los objetos de estudio para poder desarrollar afirmaciones teóricas sustentadas sobre la liminaridad existente entre las prácticas de ocio y las sagradas (Guba y Lincoln, 1981).

## 2.3 Procedimiento

Durante mucho tiempo se ha utilizado el método de relatos de vida para la investigación dentro de las ciencias sociales para comprender los procesos de construcción social y el comportamiento humano a través del tiempo y de los lugares. De esta manera, nos enfrentamos a nuevas y diferentes experiencias tales como la construcción de confianza y el reforzamiento de los mismos con la persona a la que se le realizó la entrevista.

Para la elección de los entrevistados fue necesario tener una base de conocimiento previo sobre su experiencia espacial. A partir de un trabajo de campo experiencial<sup>7</sup>, se inició el acercamiento con las personas para así poder comprender su vida en el lugar (Hiernaux y Lindón, 2008). Todo inició con lo más importante para la realización de las entrevistas, el prólogo; el primer encuentro o “conversación preliminar” (Chanfrault, 1988:7), en la que se establecen y definen las pautas del contrato. Para esto, fue necesario generar lazos de confianza y proponer con cierta claridad las condiciones tanto del entrevistado como del entrevistador. En esta ocasión, la mayoría de las personas fueron contactadas de manera indirecta, es decir se realizaron a través de las redes sociales y otros de una manera más directa, es decir, personalmente.

En cuanto al contrato narrativo<sup>8</sup>, este se realizó sin la elaboración de un guion preestablecido. Las preguntas siguieron el patrón de la conversación misma. Todo esto con la intención de no intervenir demasiado en el relato del entrevistado.

La espacialidad fue un factor muy importante dentro de los discursos narrativos de los entrevistados, así como la significación y la identidad de ciertos lugares mencionados. Algunos hicieron referencia a sus desplazamientos, a su permanencia en lugares específicos y otros hicieron alusión a mundos, paisajes y simbolismos imaginarios.

Como se menciona en apartados anteriores, el trabajo de campo etnográfico es muy importante en este tipo de investigaciones. Es por eso que el trabajo de campo etnográfico se realizó en las instalaciones del estadio Olímpico Universitario durante el partido de ida de semifinales del torneo Clausura 2013 de la Liga MX que se llevó a cabo el día 8 de mayo. La observación flotante fue la herramienta que se utilizó principalmente. Al celebrarse un partido en el que se jugaba el pase para avanzar a la final y contra el máximo rival del equipo local el lugar se llenó y me permitió observar diferentes aspectos referentes a la investigación. En primer lugar se observó la llegada de algunos miembros de la barra La Rebel a la explanada del estadio, de igual manera se pudieron observar algunos de los rituales que hacen a su llegada y a su salida del estadio. Otro punto importante que se pudo observar fue la apropiación de los espacios por parte de los asistentes y de los comerciantes establecidos en las zonas aledañas. Y finalmente, se pudieron captar los momentos y lugares simbólicos que se crean en el enfrentamiento durante un clásico como el Pumas vs América.

### **3 El estadio Olímpico Universitario como espacio de observación etnográfica**

#### **3.1 Antecedentes del estadio Olímpico Universitario la hinchada y la afición**

El estadio Olímpico Universitario es considerado uno de los estadios más grandes del país. No se trata solo de una estructura que funge como contenedor de un espectáculo como el fútbol o el fútbol americano, sino que es parte fundamental de una institución mexicana como lo es la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM).

Se encuentra en un espacio de terreno hondo situado en el Pedregal de San Ángel y fue el 7 de agosto de 1950 se colocó la primera piedra de lo que hoy es el Estadio Olímpico Universitario. Para el 20 de noviembre de 1952 abrió, sus puertas con una ceremonia inaugural, encabezada por el presidente Miguel Alemán y el rector Luis Garrido, para después, dar paso a los II Juegos Juveniles Nacionales.

El estadio ha sido seleccionado como sede de eventos internacionales como los Juegos Olímpicos de 1968, el Campeonato Mundial de Fútbol de 1986, los Juegos Panamericanos de 1955 y 1975, el Campeonato Panamericano de Fútbol de 1956, los Juegos Centroamericanos y del Caribe de 1954 y 1991 así como la Universiada de 1979.

El Estadio Universitario se concibió con una visión futurista del deporte, tiene espacio suficiente para que en su entorno se edificaran canchas de calentamiento, una alberca, un gimnasio cerrado y un jardín botánico. Su apariencia del suele equipararse con un sombrero de charro y algunas otras veces con el cráter de un volcán, forma que se dio gracias a la disposición de los accidentes topográficos del terreno. El Estadio Olímpico Universitario tiene capacidad para 68 mil 954 espectadores y dispone de estacionamientos que dan cabida a 2 mil 618 vehículos. Su fachada principal está decorada con un mural policromado en relieve, titulado *"La Universidad, la Familia y el Deporte en México"*, obra del artista

plástico mexicano, Diego Rivera, quien habría de definir su creación monumental como la realización más importante de su vida. Actualmente, este recinto universitario es la sede del equipo de futbol de Primera División de los Pumas<sup>9</sup>.

Es reconocido como patrimonio cultural de la humanidad por la UNESCO. El estadio se encuentra al interior de Ciudad Universitaria por lo que muchos lo llaman el “estadio de CU” y es un claro referente para los habitantes de la ciudad de México.



*Foto1: Estadio Olímpico Universitario (CU)*

El estadio de CU es una construcción en la que en su interior se llevan a cabo justas estrictamente deportivas, y en el exterior, se realizan prácticas culturales, religiosas, económicas y sociales. Por un lado están los aficionados al futbol, por otro los del futbol americano, por otro los estudiantes que hacen de la construcción un punto de encuentro y/o convivencia y por ultimo están quienes laboran o encuentran su modo de sobrevivir en las instalaciones.

Los significados, los símbolos y la identidad son cuestiones que dependen de diversos factores que se desarrollan dentro del ámbito deportivo, educativo y cultural. Bien podría pensarse que un estadio es simplemente la configuración física del deporte, la recreación y el ocio. Sin embargo, el contexto que se le otorga a este tipo de recintos va mucho más allá de eso. Si uno se da a la tarea de visitar el mismo lugar en diferentes momentos, es posible encontrar que existe una fuerte reconfiguración del espacio y por lo tanto del paisaje. Esta reconfiguración se relaciona con los diferentes modos de apropiación espacial y de los diferentes modos de vida que construyen la configuración cultural, espacial y simbólica del lugar en cuestión.

Como es bien sabido, los estadios fueron construidos con el fin de albergar espectadores que comparten el gusto o la afición por alguna actividad deportiva, y brindar así un espectáculo con cierta comodidad y de esta manera desarrollar un negocio en el que el producto es el deporte mismo. Sin embargo, con el paso del tiempo esta idea se ha ido transformando en algo más allá de un simple intercambio monetario y de intereses, pareciera ser que todas las prácticas y actos que se generan dentro y fuera del inmueble son producidos por la identidad, la significación y los simbolismos.

En México más del 50% de la población ven, juegan o están enterados de lo que ocurre en el fútbol. Cada año se realizan encuestas para conocer la situación en la que se encuentra el deporte y las preferencias de la gente hacia ellos, ya sea por cuestión de mercado o de identificación e identidad. El equipo de los Pumas está dentro del grupo denominado los “4 grandes”, este es el nombre que se le da a los cuatro equipos con mayor número de seguidores a nivel nacional. En la clasificación correspondiente a la afición en el DF (Fig. 1) en primer lugar está el América, en segundo lugar las Chivas, en tercero Cruz Azul y como cuarto se encuentran los Pumas.

A partir de esta estadística se puede decir que el equipo de Pumas es uno de los equipos con mayor cantidad de aficionados dentro de la ciudad de México. El hecho de ser uno de los equipos “favoritos” de la afición nacional, tiene que ver quizá con el valor significativo que tiene para los aficionados al futbol pues genera identidades y simbolismos que se ven plasmados en el espacio a partir de la construcción social que se desarrolla.

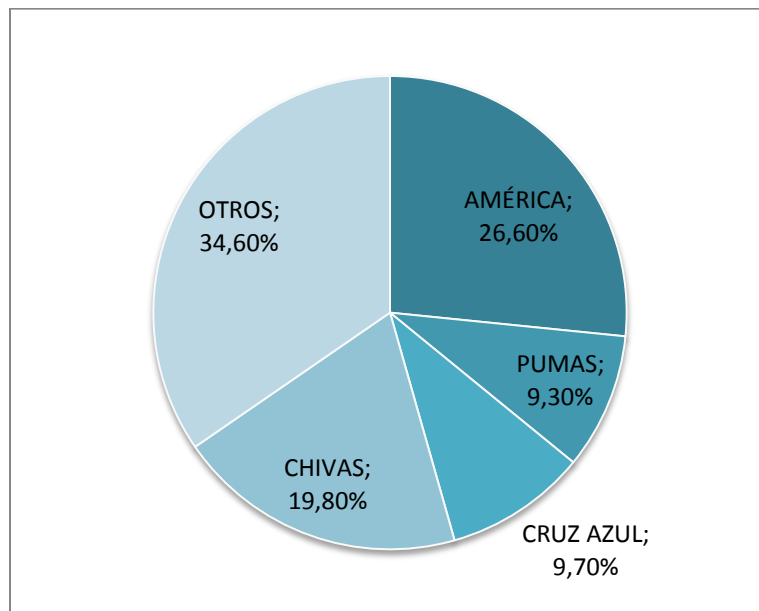


Fig. 1 FUENTE: Consulta MITOFSKY, 2012.

Las sensaciones y pasiones que despierta con el futbol en la sociedad representan un conjunto de símbolos que quedan marcados tanto en los individuos como en el territorio. Muestra de lo anterior es la apropiación de diferentes espacios públicos/semipúblicos cuando acontece un enfrentamiento entre dos equipos de futbol. Cada uno de estas confrontaciones traza un conjunto de movimientos y usurpaciones del espacio que varían dependiendo de qué equipo se enfrenta con la escuadra local, puesto que no es lo mismo un partido regular a uno de los que se denominan como clásicos. Estos partidos se vuelven parte de los imaginarios que transportan al ferviente espectador a un campo de

batalla en el que se desatan y se representan guerras que de alguna manera están cargadas de simbolismos e identidad con los equipos participantes.

La carga simbólica que se otorga al fútbol viene en mayor parte de la afición y la hinchada. Son ellos quienes incitan a la celebración con sus cantos, los que imponen el uso de los colores como rasgo distintivo de los seguidores, y además son quienes deciden la distribución y ocupación espacial dentro del estadio. Como dice Galeano (1995:13) “jugar sin la hinchada es como bailar sin música”.



*“El deporte otorga otro  
valor al tiempo, pero  
también al espacio.”  
Juan Villoro*

### **3.2 Prácticas y apropiación en el estadio desocupado**

“¿Ha entrado usted, alguna vez, a un estadio vacío? Haga la prueba. Párese en medio de la cancha y escuche. No hay nada menos vacío que un estadio vacío, nada menos mudo que las gradas sin nadie” escribió Eduardo Galeano (1995:12). Ir al estadio cuando no hay más que el sonido de los que laboran en él, de la gente que pasa inadvertidamente por ahí o del referente a la soledad del estadio: “un estadio vacío es un esqueleto de la multitud”. En el estadio de CU es un lugar lleno de componentes sociales diferentes que están determinados temporalmente. Uno de esas temporalidades corresponde al lapso de tiempo en el que el estadio se encuentra “vacío”.

La percepción que se tiene sobre el lugar cambia de manera radical durante los días en los que el inmueble permanece libre del bullicio y el caos que se desarrolla por la confrontación entre un equipo y los Pumas. El estadio se encuentra inmerso en una serenidad paz que pareciera engrandecer su existencia; de la misma manera, apenas se postra la luz del sol sobre su estructura se puede ver su esplendor y da la sensación de estar en un lugar lleno de energías míticas, por así decir. La gente comienza a aparecer en cuestión de minutos; trabajadores, estudiantes, académicos y otros tantos hacen acto de presencia, que va desde el simple tránsito hasta la estadía por un lapso de tiempo considerable, la permanencia en el lugar se convierte en algo efímero que transforma las sensaciones y perspectivas tanto espaciales como temporales.

En este contexto, podemos ver como espacio se va transformando de acuerdo a quien lo está ocupando, es decir, quien permanece en el lugar es quien construye la percepción de los otros. A pesar de que en la mayoría de los casos la permanencia es efímera el ambiente y las sensaciones en el lugar se transforman. Por ejemplo, algunos estudiantes pertenecientes a la UNAM que se reúnen con el fin de llevar a cabo actividades académicas y de ocio se plantan en el exterior del recinto convirtiéndolo en un punto de encuentro y de espera. De la misma manera se pueden observar personas interesadas en la arquitectura del estadio y en los murales que se pueden apreciar.

De esta manera el estadio Olímpico Universitario es un recinto que puede tener diferentes usos y significados. Los días en los que no hay caos, gritos y mares de gente pueden ser apreciados desde diferentes perspectivas. Al ser un lugar dedicado al deporte, no es cosa rara caminar por ahí y encontrarse con aficionados que se toman fotografías o que eligen ese día y ese lugar en específico para organizar lo que se espera para el fin de semana. También es posible encontrar turistas, ya sea en grupo o solitarios que se acercan, contemplan la construcción y comienzan a tomar fotografías, este tipo de acercamiento se genera a partir de la historia misma del estadio, los Juegos Olímpicos y el mundial, los murales de Diego Rivera, su arquitectura y su innegable vínculo con la Institución educativa más importante de América Latina son motivo de interés.

La apropiación de los espacios en el estadio de fútbol cuando se encuentra libre de todo acto deportivo y lo que este conlleva es totalmente diferente. Mientras hay un partido la mayoría de los espacios se encuentran ocupados por los aficionados y quienes laboran dentro y fuera del recinto; y cuando no hay uno los espacios son ocupados por estudiantes, turistas, trabajadores, etc. A pesar de que los Pumas son el equipo representativo de la casa de estudios, es muy común encontrarse con aquellos a quienes no les interesan los aspectos deportivos, aquellos para los que el estadio forma simplemente parte de su paisaje cotidiano.

A pesar de que cada una de las actividades que se realizan fuera y dentro del estadio en un día normal, es decir, cuando no hay un partido de fútbol, se puede

percibir un aire de cotidianeidad que se ve interrumpida cuando los Pumas juegan en CU. La cotidianeidad se presenta dentro del tránsito público que se genera en los alrededores del lugar, se consolida a través de la reproducción de formas de vida diferentes en el mismo espacio.

### **3.3 Prácticas y apropiación en el estadio durante un partido**

La naturalidad y la tranquilidad que se puede encontrar en un estadio que no tiene más que el ambiente de la cotidianidad se rompe con la aparición del juego. Los domingos se convierten en una gran fiesta sin importar si el equipo gana o pierde, cada uno de los partidos tienen la función de integrar a los aficionados ya sea durante la celebración del triunfo o la tristeza de la derrota que al final se constituyen como un acto de solidaridad en un momento y un espacio determinado generando así una identidad colectiva en la que la mayoría de las veces no importa el grupo de animación al que se pertenece.

Los domingos a partir de las 9:30 am el estadio comienza a perder la tranquilidad que emanaba durante la semana. Las puertas se abren y se logran ocupar espacios que en un día común se encuentran restringidos, además la aparición de vendedores ambulantes, policías revendedores y aficionados cambian por completo el ambiente y el paisaje fuera de las instalaciones.

Si bien, la manera de ocupar la explanada del estadio es diferente de acuerdo al tipo de partido que se va a jugar. Como los mismos aficionados dicen, “no es igual un Pumas vs Jaguares que un Pumas vs América”. La concurrencia resulta ser en mayor número en un partido que es denominado clásico, en ocasiones como esta el incremento de los precios en los boletos es inminente, la aparición de porras y barras del equipo contrario y la cantidad en cuanto a miembros de seguridad se refiere.

Una vez que la porra y las barras locales hacen su aparición se despliega una imagen multicolor y de celebración. Los gritos y los canticos se escuchan aun a lo lejos mientras se acercan y hacen un estruendo cuando arriban a la explanada, camiones, autos, incluso bicicletas son tomadas como transporte se apoderan de las avenidas y calles circundantes al recinto. Los medios de comunicación también se hacen presentes, camionetas de prensa y de televisión se alistan para tener la

cobertura del encuentro, se hacen entrevistas, se hacen reportajes y se toman videos y fotografías de lo que sucede instantes antes de ver el partido.

Una vez adentro las porras comienzan a tomar sus respectivos lugares y los vendedores empiezan a distribuir sus productos. La Rebel Norte es dueña de la cabecera norte del estadio, justo bajo el pebetero olímpico, las secciones de Xochimilco, Tlalpan, Iztapalapa y las demás también ocupan sus respectivos lugares. Mientras tanto en la explanada solo se puede ver a los vendedores esperando la salida de los aficionados y a uno que otro desubicado que llegó tarde y aquellos que siguen en busca de un boleto con los revendedores. Los elementos de seguridad del exterior bajan su alerta y se relajan un poco hasta que el encuentro termine y las porras y barras empiecen a desalojar la construcción. El ruido es tal que aun fuera del estadio y sin poder ver las imágenes uno está al tanto de lo que ocurre.

### **3.4 Identidad, arraigo y presencia de los medios de comunicación**

En estas páginas se intentará responder a diferentes interrogantes relacionadas con los diferentes lazos afectivos y aquellos factores que influyen en la vinculación con el equipo de los Pumas, con el estadio de CU y los diferentes grupos de animación partiendo de entrevistas realizadas a diferentes actores pertenecientes a la esfera social del equipo universitario.

Una pregunta fundamental dentro de este trabajo es: ¿cuáles son las diferentes formas de identidad e identificación de determinados grupos (aficionados/hinchas/jugadores) con el equipo?

Naturalmente, muchas son las razones por las que las personas formamos cierto tipo de vínculos asociados a las diferentes formas de institucionalización que existen en la sociedad y muchas de estas van de acuerdo a las preferencias particulares de cada individuo. Las porras y barras de los equipos de futbol son mecanismos de orden social y cooperación que rigen las acciones de un determinado grupo de individuos en relación con su entorno, sin importar el número de miembros que este tenga, es decir, si son un grupo pequeño o numeroso. Estas tienen la función de brindar apoyo al equipo y crear un ambiente hostil para el equipo visitante.

Como se ha mencionado en páginas anteriores los Pumas poseen el cuarto lugar de las preferencias en cuanto a equipos de futbol se refiere. Es uno de los tres equipos de la ciudad más grande del país y es una de las escuadras representativas de una institución educativa. Esto nos lleva a pensar en los diferentes tipos de identidad social colectiva e individual y las formas de identificación con los espacios en los que ocurren actividades relacionadas a los encuentros deportivos.

Para que un producto como el futbol sea rentable, es necesaria la intervención de los medios masivos de comunicación. Cada uno de estos medios tienen como

meta la difusión y la maximización de los equipos y jugadores para crear ídolos y de la misma manera engrandecer los escenarios en los que se monta el espectáculo del fútbol.

“El sentimiento de pertenencia a un equipo  
es superior al sentimiento de victoria.  
Aunque pierdas, sigue siendo tu club”  
(Áxel Torres, 2012<sup>11</sup>)

### **3.5 Vínculos con el equipo**

La preferencia por un equipo de fútbol depende de muchos factores, entre ellos están la moda, la tradición, la pasión colectiva, la lealtad y la diversión. El fútbol mexicano cuenta con un total de 18 equipos en la primera división, cada uno de estos equipos cuenta con barras y porras que cumplen con apoyar al equipo, con instituciones y/o empresas que los respaldan.

Como he mencionado antes hay muchas razones para escoger a un equipo específico. Puede que uno se decida a seguir la tradición familiar, apoyar al equipo de la ciudad o la escuela, o incluso mirar con buenos ojos al equipo de moda.

A lo largo de mi experiencia con los entrevistados me encontré con una variante que se repitió en casi todas las charlas que tuve. Todos coinciden en que lo importante para un aficionado al equipo de los Pumas es la conexión entre los aficionados y el equipo, la fuerza mística que atrae a las personas, el significado de los colores de la playera que portan y la energía que despiden los aficionados en el estadio para apoyar al conjunto.

Existen aquellos que le van al equipo por cuestiones familiares. Por ejemplo, Esteban es un chico de 22 años proveniente del Estado de México, su pasión por el fútbol inició desde la infancia pues su papá fue estudiante de la UNAM y un gran aficionado al equipo de los Pumas. Su padre le transmitió ese sentido de identidad con los colores del equipo universitario, ya que para él significa un momento muy importante en su vida. También está el caso de una mujer de 43 años que se identificó con el equipo a raíz de un programa de televisión que transmitía un



especial sobre los Pumas. Su pasión por el equipo se la transmite directamente a su hijo a quién lleva periódicamente al estadio Olímpico Universitario para ser testigo de lo que ahí se lleva a cabo.



*Foto 2. Familia Puma. Fuente: Rincón Auriázul. La fotografía muestra a una familia de la ciudad de México aficionada al fútbol y en específico al equipo de los Pumas.*

Otro relato importante es el de un joven de 26 años con una tradición familiar Puma muy arraigada. Sin embargo, su decisión de irle al equipo no se dio por las circunstancias familiares. En un principio siguió la tradición de irle al equipo, sin embargo, durante un tiempo se identificó de mayor manera con el equipo del Veracruz. Finalmente regresó a ser aficionado Puma debido a un partido que se llevó a cabo en el estadio de CU (como él lo llama) en el que se disputó la final contra el equipo de León. A pesar de haber sido derrotados, la imagen del estadio abarrotado de banderas auriazules, los cantos, los gritos y el ambiente que se genera en un encuentro con ese peso y carga simbólica. Este caso en particular se enfoca en la identidad por diversión colectiva. Lo que a él le atrae es la unidad e integración que existe entre los aficionados y como se hacen uno con el fin de apoyar al equipo.

Es entonces como se crea el sentido de pertenencia a partir de una multitud

enardecida que victorea y reclama cada jugada del equipo local, del contrario o del árbitro. La pasión que se genera en las tribunas y alrededor de las instalaciones del estadio es un factor importante dentro de la elección del equipo. Todos se sienten parte de una institución y comparten puntos de vista que producen y amenizan la convivencia entre unos y otros. Esto me remite a unas palabras de uno de los entrevistados:

*“... escuchar los cánticos apoyando a los felinos es increíble, incluso cuando el equipo pierde o gana o cuando es visitante, la afición nunca los abandonaba. Yo siempre quise ser parte de eso”.*

Otra de las razones por las que una persona se identifica o forma vínculos con un equipo en especial es la moda. El boom en el aumento de los aficionados a los Pumas se dio cuando lograron un bicampeonato bajo el mando de Hugo Sánchez en el torneo Apertura 2003 y Clausura 2004. El equipo se puso de moda. Sin embargo, de acuerdo a lo que se recaudó en las entrevistas, la moda no fue por el hecho de que el equipo fuera campeón, sino más bien por las imágenes que se transmitían de las porras y barras encargadas de apoyar al equipo. En palabras de los mismos entrevistados, le van a los Pumas por el ruido y el caos que se genera dentro del estadio, aunque uno no sea aficionado se vuelve un completo Puma con el simple hecho de estar en la tribuna gritando, consumiendo bebidas alcohólicas y otro tipo de “energetizantes” para aguantar los disturbios que vienen más adelante. La concepción que se tiene de la afición de los Pumas en la actualidad es de un grupo problemático y violento. Las disputas empiezan incluso antes de ingresar al estadio y muchas veces terminan en una trifulca fuera de las instalaciones del recinto.



*Foto 3. Afición Puma apoyando al equipo durante un partido. Fuente: Fotografía proporcionada por uno de los entrevistados. La foto muestra la pasión y la organización que se genera en las tribunas mientras hay un partido de futbol en el estadio Olímpico Universitario.*

Muchos de los seguidores del equipo acuden al estadio solo en la espera de un enfrentamiento con los animadores del equipo visitante. Esto ocurre frecuentemente en los partidos que se denominan clásicos. Uno de los más difíciles en el que se enfrentan Pumas y América. La mayor parte de la barra se encuentra bajo influencia del alcohol o de estupefacientes creando además de un ambiente hostil, un lugar peligroso para los demás aficionados.

*“Le voy a los Pumas porque me gusta tomar hasta caerme”, “le voy a los Pumas porque los hinchas le dan con todo a los rivales”, “le voy a los Pumas porque tiene mucha porra”* son respuestas que algunos entrevistados dieron cuando se les preguntó porque le iban a ese equipo. Apropiarse de un lugar para poder sacar su ira o frustración es algo que ha existido desde tiempo atrás.



*Foto 4. Violencia en CU. Fuente: Fotografía proporcionada por uno de los entrevistados. La fotografía muestra a uno de los sectores causantes de los disturbios dentro del estadio Olímpico Universitario*

Otro tipo de vínculo con el equipo es la que se produce por la pertenencia a la institución educativa que representa. La Universidad Nacional Autónoma de México es la institución educativa más importante del país y tiene una gran cantidad de estudiantes. Muchos de los aficionados a los Pumas son estudiantes, trabajadores o egresados de la universidad. Según las entrevistas realizadas el vínculo que existe entre los estudiantes y la institución educativa se trasladan casi inmediatamente al equipo de fútbol. Es algo equiparable al sentimiento nacionalista o localista. La mayoría coincide en que le van a los Pumas porque se sienten representados por el equipo y algunos otros dicen que la universidad representa al equipo.

De la misma manera los medios masivos de comunicación son parte fundamental de la preferencia por una escuadra. Las transmisiones televisivas van más allá de mostrar un simple espectáculo para entretenimiento y diversión. En los últimos años la presencia de las televisoras ha generado un sistema de difusión en el que los equipos y los jugadores se convierten en algo más que eso.

Hacen parecer que son personas inalcanzables y se ponen como ejemplo para los televidentes desarrollando un sentimiento de conexión entre los jugadores y la afición. Esto es parte de la identidad individual que se genera entre estos dos actores en la que se puede apreciar una conexión que existe entre una persona y una institución, en la que las relaciones sociales influyen directamente en la elección de un club.

A pesar de lo anterior, la pasión que uno siente por determinado equipo es un sentimiento que puede llegar a ser contagioso. La unión de dos o más personas que comparten este tipo de gustos y sentimientos por una institución llegan a desarrollar una identidad colectiva, que no es más que la integración de individuos que se encuentran unidos por valores, imágenes o mitos en la diversidad de espacios sociales y culturales y creencias (Habermas, 1987) en la que se encuentran formas de participación, donde reafirman continuamente su pertenencia y diferencias con los otros.

Los aficionados de los Pumas buscan involucrarse en las actividades que satisfacen sus intereses aunque no siempre estén de acuerdo con lo que se establece por los líderes de las porras y las autoridades del equipo y el estadio. Lo que hacen es parte del proceso de resignificación tanto espacial como simbólica. Ejemplo de lo anterior es la participación de algunos entrevistados que son parte de los grupos de animación como La Rebel y La Plus.

Estos son sectores de aficionados que comparten un sentimiento por el equipo que va más allá de una simple afición. Son grupos que a pesar de sentirse representados por la misma institución, con los mismos héroes, ídolos, líderes y leyendas tienen una base de participación con características diferentes. Esto se debe a que entre estos dos grupos existen expectativas y aspiraciones completamente desiguales.

En el caso de La Rebel, la mayor parte de sus adeptos se encuentran inmersos en una pasión desmedida que surge probablemente con la afición al fútbol, este conjunto se deja llevar más por la pasión generada por el lugar que por la pasión

al deporte, es decir, los integrantes de La Rebel son atraídos por el bullicio generado en los puntos de encuentro, en las calles aledañas al recinto y a las tribunas del mismo estadio de CU.

La Plus es una porra prácticamente familiar y joven a la vez que se ha construido casi en su totalidad por la tradición y el sentimiento de pertenencia a la institución universitaria. Para los miembros de este conjunto se trata de apoyar las jugadas, los aciertos y los errores de los jugadores dentro de la cancha. Se sienten identificados con la mayor parte de los jugadores debido a que el equipo recurre a gente joven para reforzarse en cada torneo. Son personas que no piensan en el equipo desde una visión económica, donde no se han dejado corromper por los laureles de la fama y el dinero, son jugadores que se esfuerzan y dan todo por dejar en alto el nombre de la institución a la que representan.

Entonces, si los aficionados se identifican con un equipo, se desarrolla un tipo de proyecto social y una visión ideal en las que el grupo describe, además de lo que ve a su alrededor, lo que imagina que el equipo puede llegar a lograr en un futuro. Magazine (2008). En este caso, la identificación con un grupo requiere de una red de relaciones sociales, a través de las cuales los sujetos van apropiándose del sistema simbólico cultural en donde se establecen los requisitos para formar parte del grupo. Una vez que se ha definido el sentido de pertenencia los grupos se forman y empiezan con la construcción de redes sociales, de comunicación y de movilidad para acudir al estadio de manera que ese sentimiento de pertenencia se vea reflejado en las diferentes formas de apropiación espacial colectiva creando a su vez un lazo afectivo no sólo con el sector de animación, sino con el lugar, es decir con el estadio.

### 3.6 Vínculos con el estadio

El arraigo hacia un lugar, como se menciona anteriormente, viene de la construcción social y la significación del espacio. Todo esto a través de experiencias colectivas o individuales que generan vínculos tanto sociales, culturales y espaciales que van de la mano con el espacio y el territorio. Al desarrollarse en base a una construcción social, el espacio va adquiriendo un significado y una significación importante con lo que se puede asegurar la existencia de un territorio. Este, bien puede ser considerado como un escenario en el que se producen fragmentos del mundo que nos rodea, en el que cada una de los miembros pertenecientes a un grupo adquiere objetivos simbólicos.

Así, la pertenencia organiza una entrada al problema teórico de la territorialidad, sobre todo si no es vista en la perspectiva más conductual para la cual la territorialidad es simplemente la posibilidad de “marcar el territorio”; la pertenencia va más allá pues siempre supone una identificación” (Lindón, 2001: 18) con algo más que el mero sitio. Dentro de este contexto, el fútbol es un deporte que contiene un a nivel simbólico muy alto valor y de esta manera se desarrollan mecanismos que reinventan, o bien, recomponen el espacio urbano y dan un nuevo significado al sentido de pertenencia.

La importancia del lugar radica en que éste permite la interacción social, el intercambio de símbolos. (García Canclini; 1996: 9). El estadio de fútbol es un espacio cargado de significados e identidades en el que las dinámicas que se llevan a cabo ahí hacen que los hombres sientan la necesidad de apoyarse en otro grupo de hombres a los que no conocen (Hannerz, 1980) y que a la vez comparten sentimientos e ideales. Todos estos sentimientos son de alguna manera plasmados en el escenario que alberga los encuentros entre veintidós hombres que se identifican con miles de aficionados que portan los colores y victorean el nombre de aquel equipo creando así un sentimiento de comunión en

el que cada uno de los movimientos y destellos de pasión, admiración, efusividad e ira que desata una buena o una mala jugada.

Para la mayoría de los aficionados el estadio no es solo un lugar en donde el equipo juega, el significado del lugar va más allá, es algo emblemático con cargas simbólicas muy marcadas. Es cierto que para algunos solo se trata de un recinto en el que se pasa un rato agradable, en familia o con los amigos, es visto como un lugar para el ocio y el olvido del caos y el estrés de la semana transcurrida. Como se menciona anteriormente, las personas suelen crear sentimientos a partir de los procesos de identidad y es así como se puede pensar en las formas de arraigo desde diferentes perspectivas.

Entonces, si la identidad en este caso es un factor importante para la identificación territorial, es imperante analizar las diferentes perspectivas en cuanto al lugar.

Para aquellos aficionados e hinchas que no faltan a un solo partido el estadio se convierte en una “casa”. Según algunas de las personas que fueron entrevistadas coinciden en que el estadio ha dejado de ser un lugar de espectáculo debido a que ellos están ahí como aficionados, es considerado como la casa del equipo, y al ser ellos parte del equipo se convierte suya. Una frase que llamó de sobremanera mi atención fue la que escuche de los militantes de La Rebel: *“¡Marchamos desde casa para llegar a casa!”*. Así, un partido para ellos en casa es diferente a los demás, como se menciona en una de las entrevistas realizadas: (entrevista, 2013)

*“... es que jugar en casa es otra cosa, la casa pesa y el equipo debe verse obligado a ganar sea como sea, el estadio le da fuerza al equipo y nosotros estamos ahí (...) cuando perdemos es como si llegara alguien y se metiera a robar a nuestra casa y cuando ganamos es como si tuviéramos una fiesta...”*

La identificación territorial se puede observar en más de una forma dentro del estadio Olímpico Universitario. Desde quienes lo ven y lo viven como una casa, un hogar o un hábitat hasta quienes lo ven de una manera más fanática, obsesiva y a veces hasta fantástica. El estadio se convierte en un factor que dota de



energía y responsabilidad al equipo. Al ser locales, los jugadores de los Pumas son presionados en mayor medida pues es como una obligación mostrar su calidad ante la afición que se concentra y acude a los encuentros para apoyarlos. Un jugador de fuerzas básicas es consciente de lo que significa el triunfo dentro de “casa”. A estos jóvenes se les inculca desde el momento de su formación como profesional que una derrota en campo propio es inadmisibles. O bien durante un clásico, la peor vergüenza que se puede sufrir es perder uno de estos encuentros en el estadio como equipo local.

A veces uno pensaría que para los estudiantes de la UNAM y específicamente los que estudian en CU tendrían algún tipo de arraigo identitario con la construcción que alberga a los equipos representativos de la institución. Sin embargo, para aquellos que permanecen fuera de la esfera del fútbol, el estadio es solo parte de las imágenes que constituyen su paisaje cotidiano. El hecho de ser una edificación de grandes proporciones, el estadio no es más que un referente, un punto de encuentro y de esta manera pierde todo valor significativo para algunos. Así mismo, están aquellos aficionados al equipo de los Pumas que no dan en mismo significado al estadio como lo hacen los hinchas y los fanáticos apasionados.

Al igual que ocurre con los que no están interesados en el fútbol, para muchos de los estudiantes y aficionados de la UNAM el estadio es simplemente parte de un paisaje que dota de estética y esplendor a Ciudad Universitaria por el gran tamaño de este y, que sin embargo, le dan el mismo significado que los hinchas a un recinto que puede no tener ninguna relación actual con la institución educativa y/o su equipo preferido. Por ejemplo, para una estudiante de la UNAM en CU y aficionada a los Pumas no otorga ningún significado al estadio más que la estética y su uso como un espacio de encuentro.

*“... Lo siento como un sitio de reunión para irme de práctica, así que de esa forma es importante. Conozco el estadio por dentro, he ido a partidos pero realmente no me gusta, me sigue gustando más el Azteca”.*

En estos casos el vínculo se divide. Por un lado está el sentimiento de pertenencia a la institución, razón por la que se elige ir a un equipo determinado, y por otro lado la significación a un estadio aún más grande. El estadio Azteca se caracteriza no solo por los partidos del equipo local, el América, sino por ser el estadio que más pesa cuando hay un juego internacional y aparece la selección mexicana de fútbol. El hecho de que los partidos del equipo representativo nacional otorgan una carga simbólica aún más fuerte que la que se genera en el estadio de CU.

Por último se encuentran aquellos que le dan un significado a partir de su contexto histórico. En páginas anteriores se ha mencionado la importancia del estadio dentro de la historia del fútbol y el deporte tanto en México como en el mundo. Es visto como un monumento en el que se llevaron a cabo muchas hazañas y logros, o bien como otros dicen, se han visto milagros verdaderos en el estadio de CU.

### **3.7 El fútbol como espectáculo**

Los procesos de identidad y arraigo se asocian de la misma manera con factores externos a la pertenencia. Los medios masivos de comunicación se han encargado de magnificar el sentido de pertenencia y haciendo más fuerte el lazo con el lugar en que el fútbol se lleva a cabo. Muchos de los aficionados al fútbol en México y el mundo se han hecho partícipes de los eventos del equipo debido a la intervención de los medios de comunicación.

El fútbol fue traído al país con el objetivo de entretener al sector acaudalado durante la época del Porfiriato y con el paso del tiempo ha adquirido un uso y un punto de vista en el que, además de generar ingresos monetarios, se puede ver incluso como un factor de creencias, ideologías e identidades multitudinarias.

Es gracias a la difusión televisiva, en mayor parte, que este deporte se ha convertido en un integrador de identidades tanto locales como nacionales. Muchas veces los aficionados resultan no estar dentro de una zona cercana a lo que es el estadio o bien, no tienen los medios o recursos para acceder a él. A pesar de que ha dejado de ser un “espectáculo” destinado a que la gente con amplios recursos económicos lo disfrute, podemos ver que sucede lo contrario en la mayoría de los casos.

Como parte de un imaginario y escape de la realidad, los aficionados de clase media y media baja son los principales seguidores de los equipos de fútbol. La gente joven de igual manera se ve dentro de esta esfera que ofrece momentos en los que uno se puede sentir entre el cielo y el infierno. De esta manera el espectáculo se ve inmerso en una serie de significados otorgados por quienes apoyan al equipo.

Las barras y porras del equipo de los Pumas han pasado por dificultades en las que la política y los intereses monetarios han logrado una división en cuanto a las

perspectivas y a la forma de vivir y sentir un partido de futbol. Ejemplo de ello es la separación de la Porra plus que desemboca en la creación de La Rebel y la fragmentación en sectores de esta última.

La liga mexicana puede ser vista como una mezcla de deporte y espectáculo. Deja en claro que la base es un deporte abierto, susceptible a las sorpresas; es un deporte rico en lo táctico (estrategias) y en lo técnico (cualidades), pero abierto a la inspiración individual, a la capacidad colectiva para cambiar el rumbo de un encuentro. Pero también es cierto que el fútbol ha crecido de la mano de las retransmisiones deportivas, del *marketing* y de crear 90 minutos de juego atractivo, dinámico, divertido, en la medida en la que podemos esperar que la afición de los equipos acude a divertirse en la grada de un campo de fútbol o a compensar las angustias de la semana para volcarlas en 90 minutos de emociones.

Ahora bien, los medios de comunicación son partícipes de la religiosidad del futbol y la sacralización de los estadios. El espectáculo debe ser transformado para que los niveles de audiencia y la publicidad se incrementen y de esa manera obtener ganancias redituables para los consorcios de telecomunicación.

Basta con escuchar las narraciones que se llevan a cabo en la actualidad, los comentaristas crean ídolos, engrandecen a los equipos y alientan a los aficionados y no aficionados a presenciar los partidos de una manera diferente.

## **4 Estadio Olímpico Universitario: santuario de pasión y fe**

### **4.1 Religiosidad y fútbol**

Las dimensiones que puede alcanzar el fútbol son realmente simples y fuertes de manera que se involucran tanto en aspectos sociales a partir de la colectividad, culturales como generadores de identidad y geográficos con sus propuestas de movilidad y apropiación territorial. Para los aficionados la construcción de imaginarios va de la mano con su necesidad de escapar de la realidad y buscar alternativas que lo hagan sentirse parte de un mundo y pueda pertenecer a un grupo de individuos que van tras el mismo objetivo.

El ritmo de vida en la ciudad es un factor importante dentro de la búsqueda de alternativas para ocupar el tiempo libre de cada individuo. Ha dejado de ser tiempo vacío para la sociedad y se ha convertido en un lapso temporal que debe ser aprovechado de una manera o de otra. Es a partir de estas necesidades que surgen las actividades y los lugares dedicados a lo que se ha denominado *ocio*. Estas prácticas son realmente importantes para poder mantener estabilidad entre el ser humano y su espacio, es decir, debe haber armonía entre ambos.

Ahora bien, el ocio puede encontrarse en diferentes versiones; el ocio individual y el ocio colectivo. El primero se refiere a las actividades en las que la persona puede desempeñarse por sí mismo, por ejemplo, aprovechar el tiempo libre para descansar, quedarse en casa, ver la televisión y dormir. Mientras tanto el segundo se refiere a actividades que requieren a más de una persona que se encuentre en el mismo lugar realizando la misma o una cosa diferente, como por ejemplo, acudir a un espectáculo como el circo, un concierto o el fútbol. Este tipo de dinamismos ha tenido un crecimiento importante durante las últimas décadas atrayendo cada vez a más personas interesadas en llenar su tiempo libre.

De la misma manera, algunos establecimientos son hechos especialmente para este tipo de actividades y no necesariamente ofrecen algún espectáculo, sino más

bien otro tipo de servicios para el consumo de la sociedad. Los centros comerciales son un ejemplo de estos lugares que han adquirido cierto nivel simbólico a raíz de las actividades que se producen en él. Lo mismo suele ocurrir en algunos lugares destinados al entretenimiento de la sociedad como aquellos en los que se llevan a cabo eventos deportivos con gran impacto como lo es el fútbol.

Para Rafael Villegas-Guillot (2006) “la conceptualización de un estadio de fútbol soccer contemporáneo implica un estudio profundo de soluciones arquitectónicas, deportivas, funcionales, estéticas y tecnológicas, a través de un análisis detallado de diversos estadios representativos que existen en el mundo, con el conocimiento general de estadios e instalaciones para otras actividades deportivas similares”. Desde la antigüedad han sido considerados lugares de reunión, diversión y comercio que están cargados de símbolos significativos para quienes acuden a él.

Es a través de los símbolos y rituales que el estadio se ha convertido, para algunos, en un espacio sagrado en el que las actividades referentes al ocio han sido consumidas por la pasión de quienes profesan la “nueva religión”. Ahora bien, un espacio sagrado es aquél que tiene cargas simbólicas y que pretende una relación entre lo visible y lo invisible, lo divino y lo geográfico (Santos, 2009). Entonces, un lugar sagrado es corresponde a un punto territorial en el que lo divino y lo humano convergen dando como resultado la sacralización. De esta forma, el lugar sagrado es un lugar de culto y encuentro.

En el mundo hay muchos estadios que se han convertido en espacios y lugares sagrados para quienes guardan algún tipo de sentimiento de pertenencia, identidad y pasión por el equipo que milita en él. El estadio Maracanã en Brasil, el Wembley Stadium en Inglaterra y el Santiago Bernabeú en España son, por mencionar algunos, estadios que son vistos como lugares sagrados para la afición local e internacional.

En México podemos encontrar este tipo de sacralización en los estadios. Tal vez el de mayor relevancia sea el estadio Azteca, ya sea por su contexto histórico, por el equipo del que es sede o por ser considerado la “casa de la selección nacional”, es un lugar que se mantiene con una carga simbólica ante los ojos de la

afición nacional e internacional. El estadio Olímpico Universitario es otro de los estadios mexicanos que generan símbolos a partir de su afición y en ocasiones por su contexto histórico.

A pesar de ser considerado como un lugar emblemático por los hechos sociales y culturales que han ocurrido en el estadio de CU, es importante mencionar que el significado y el acercamiento a la religiosidad que se puede encontrar se da a partir de los aficionados que acuden regularmente a los partidos de fútbol en los que participa el equipo de los Pumas. Para los medios de comunicación, los aficionados a esta escuadra son un conjunto que debe ser visto con mucho interés por las cualidades y prácticas que genera en el estadio.

Para muchos aficionados a los Pumas, el estadio ha dejado de ser un lugar de entretenimiento y ha pasado a ser un lugar de convivencia, comunión e identidad entre aficionados, hinchas y equipo<sup>12</sup>. Todo surge a raíz de la apropiación espacial construida por las actividades realizadas con frecuencia o de manera cotidiana o temporalmente involucrando al individuo y al espacio generando así un sentido de pertenencia. Tomando en cuenta lo anterior, los procesos que se manifiestan en el espacio tanto dentro como fuera del estadio Olímpico Universitario son un fenómeno social y espacial que modifica el paisaje<sup>13</sup>, dotándolo de significados y tradiciones semejantes a los de la religión católica.

El estadio se transforma en un espacio ritualizado y cargado de simbolismos para algunos aficionados, quienes a su vez transmiten este sentido pasional a los demás seguidores del equipo notándose una conducta y una forma de apropiación espacial que nos remite a algunas celebraciones de la religión católica.

El estadio deja de ser un estadio y se convierte en un santuario en el que ocurren prácticas religiosas que tienen una densidad espacial a la que se le atribuye un carácter simbólico o sagrado (Santos. 2009).

En el estadio Olímpico Universitario se puede ver reflejado ese sentimiento pasional y de fervor por parte de los seguidores del equipo de los Pumas. Quizá el mayor acontecimiento es la llegada de la Rebel al recinto, el traslado se convierte en una peregrinación en la que se vive un ambiente festivo, tal como ocurre en las

festividades de la Virgen de Guadalupe. Seguido por la apropiación de la explanada del recinto semejante a lo que ocurre con los atrios de las iglesias que conmemoran o celebran las fiestas patronales. De la misma manera los jugadores perciben el estadio como un campo de batalla en el que se deben defender sus creencias. Y, para lograr el éxito es necesaria la interacción y la aplicación de ciertos rituales que se producen a partir de los símbolos que surgen.



## 4.2 Símbolos, ceremonias y rituales

Es cierto que existe una semejanza entre las actividades que se llevan a cabo dentro de la religión y el fútbol. Comparten características tales como los símbolos, las ceremonias y los rituales que se van desarrollando en lugares específicos y en un tiempo determinado. El significado de cada símbolo

En el estadio de CU los aficionados se apoderan de diferentes espacios del territorio y les otorgan un significado de acuerdo al uso que se le da. Los símbolos tienen como función la representación de la relación existente entre lo que es real y lo que es divino o sobrehumano. A pesar de ello, un símbolo no solo tiene un significado, en realidad expresan las aplicaciones del mismo principio a las órdenes diferentes dadas por una institución o un precepto tradicional.

Al igual que en las fiestas patronales y las grandes peregrinaciones católicas los grupos de animación recrean lo que sucede en una de estas y la única diferencia es el destino y el Dios. Mientras esto sucede se presentan los diferentes símbolos que representan la deidad del grupo. Las banderas y las playeras son el símbolo que los identifica como grupo seguidor del equipo. Estos elementos son tan preciados y necesarios como lo son los crucifijos, los rosarios y las imágenes para todos aquellos que profesan la religión católica. Para los creyentes católicos el Cristo en la cruz representa el sufrimiento y el sacrificio del mesías para salvar a la humanidad, mientras que para los seguidores del fútbol el emblema simbólico es el escudo y los colores de su equipo.

Los aficionados y el equipo de los Pumas tienen como símbolo la cabeza de un puma que en sí mismo tiene un simbolismo especial. El escudo tiene varios elementos, los ojos y la nariz del puma forman una letra "U" que representa el vínculo del equipo con la universidad y si se juntan con la línea que forma la boca se puede observar una copa que simboliza el triunfo; además está enmarcada por un triángulo formado por tres círculos que simboliza las tareas fundamentales de

la UNAM: la enseñanza, la cultura y la investigación (Fig. 2). Los colores tienen una historia muy diferente, el azul y oro se adopta del equipo de fútbol americano de la misma universidad. Mientras que para la institución los colores representan la institucionalización del deporte universitario, para los aficionados “el color dorado representa la riqueza histórica del equipo así como la grandeza y el brillo que se despiden en cada uno de los encuentros disputados. El color azul el temple, la fuerza y la seriedad que los jugadores deben demostrar en la cancha” (Entrevista, 2013).

Además de los símbolos, sea cual sea la religión, se profesa a partir de ceremonias y rituales que supuestamente alimentan el espíritu y nos acercan a la divinidad. Siguiendo con el ejemplo de la religión católica podemos encontrar una gran variedad de ceremonias que se realizan a lo largo de la vida del creyente.

Es cierto que muchas veces solemos utilizar el concepto de ceremonia y ritual como sinónimos uno del otro, sin embargo su connotación varía en diversas cuestiones. La Ceremonia, es una actitud exclusiva hacia determinado acontecimiento basada en las tradiciones culturales y en rituales cuyo sentido es hacer de un acontecimiento cotidiano algo especial, que conlleve un mayor grado de respeto. Los rituales desde el punto de vista de Turner (1988) pueden ser entendidos como conductas referidas a cómo el hombre debe comportarse con las cosas sagradas, que en su colectividad despierta en el grupo un alto sentimiento de pertenencia en donde existe una confrontación directa e inmediata de identidades humanas. El ritual dentro del fútbol brinda una dimensión simbólica en donde los grupos se apropian del “terreno donde la imagen -más allá de lo religioso- convierte un espacio físico en un territorio conquistado” (Fernández y Cachán. 2008). Entonces, la diferencia reside en que las ceremonias son más complejas que los rituales, el tiempo estimado en la realización de la primera supone la inversión de varias horas e incluso días y se caracteriza por ser un evento de tradición, de transmisión cultural o imitación mientras que los rituales son menos duraderos, e incluso pueden persistir solo por algunos minutos. La

ceremonia se forma en base a una secuencia de rituales que en conjunto incitan a la conmemoración de algo grande, algo importante.

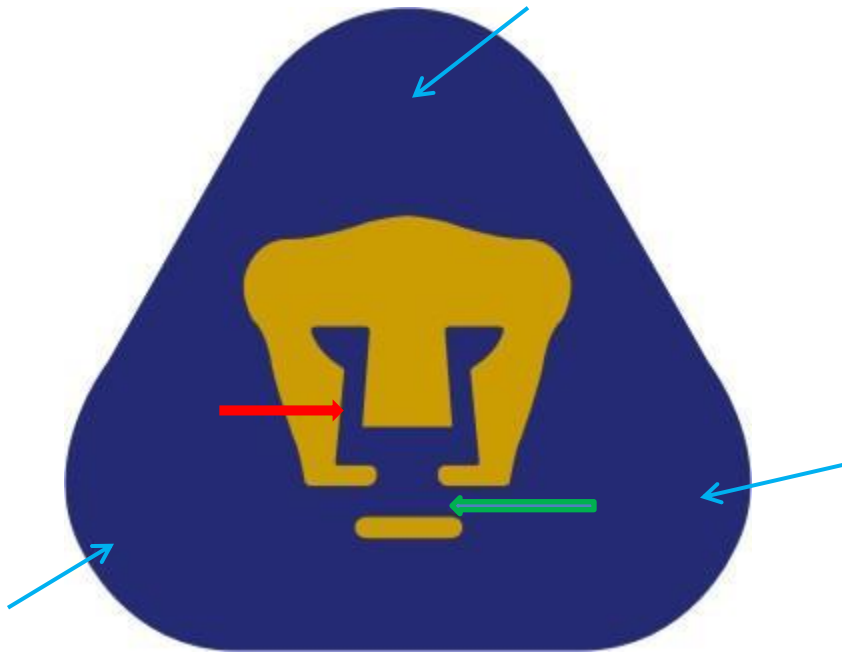


Fig. 2 Escudo del equipo Pumas de la UNAM. Forma de U; Triángulo de tres círculos; Base de la copa

Dentro de las creencias católicas más significativas se encuentran las ceremonias nupciales en las que se desarrolla una serie de ritos que tienen como objetivo la unión contractual del espíritu y alma de dos personas. En una descripción breve las nupcias consisten en la presentación de los involucrados ante Dios y una autoridad eclesiástica, la lectura del sermón, los votos que se hacen el uno al otro, la entrega de los anillos y el cierre con la tradición del beso. A decir verdad, en el fútbol pasan cosas similares. Los dos equipos se presentan ante una autoridad que es representada por los árbitros, estos a su vez dan una serie de consejos sobre lo que está prohibido hacer durante el encuentro, o bien,

en ocasiones como las patadas iniciales del torneo y las finales se llegan a dar discursos que emulan los sermones de los sacerdotes. El volado actúa de la misma forma que la declamación de los votos, el saludo sustituye al beso y al igual que en las bodas, se toma la foto del recuerdo entre los capitanes de cada equipo y los árbitros.

Existe también otro tipo de rituales que deben tenerse en cuenta. Algo viejo, algo azul y algo prestado que son elementos tradicionales en una boda. En el fútbol el acto de encomendarse a Dios antes de ingresar a la cancha, los tatuajes con imágenes religiosas y frases divinas, portar una playera con alguna imagen bajo el uniforme, son rituales indispensables para la mayoría de los jugadores.

Sin embargo, este tipo de acciones no se limita a quienes están directamente involucrados. Los aficionados crearon su propio sistema de ritualización y conmemoración dentro y fuera del estadio. En CU por ejemplo, los aficionados se visten con los colores del equipo, portan banderas, se reúnen, gritan, cantan e intimidan como una forma de territorialización. Las inmediaciones del estadio se pintan de color azul y oro con la llegada de las barras. Sin embargo, el simbolismo no solo se atribuye a los objetos utilizados durante la celebración, sino también se producen en los espacios y lugares ocupados y transitados durante el transcurso del evento<sup>14</sup>.

En el caso de los hinchas pertenecientes a La Rebel, es ya una tradición el llegar al estadio en conjunto. Los miembros se ponen de acuerdo y se desplazan de un punto cercano hacia el recinto emulando una peregrinación (Foto 5). Una vez que llegan al estadio anuncian su llegada con gritos y la porra que los caracteriza; el "Goya"<sup>15</sup>. Justo cuando los jugadores aparecen en la cancha el Goya se hace escuchar nuevamente y antes de que el partido inicie, los jugadores y los aficionados entonan el himno deportivo de la UNAM junto con los demás aficionados del equipo de los Pumas.



Foto 5. Peregrinación al estadio de CU.

La Porra Plus tiene un conjunto de rituales diferentes a lo que La Rebel presenta. El hecho de ser una porra antigua y sobre todo el de ser definida aún como porra y no como barra influye en los ritos que se generan. Este grupo de animación llega en grupos reducidos debido a que es una porra familiar, muchos llegan en autos, autobuses y también en transporte público. Hacen acto de aparición aproximadamente tres horas antes del partido para poder estar organizados y también para evitar el caos vial. Una vez reunidos en el estacionamiento se saludan y hacen plática mientras da la hora para el encuentro. Otra variante que tienen es que solo entonan una reducida cantidad de cantos y se enfocan más en la distracción hacia el equipo rival. Al igual que los demás aficionados, la Porra Plus se une al canto del himno deportivo de la UNAM y al grito del Goya.

Las prácticas que se llevan a cabo en el estadio de fútbol bien pueden producir la idea del mismo como un espacio liminar entre el ocio y lo sagrado.

### 4.3 Liminaridad entre el ocio y lo sagrado

En México el fútbol es un deporte que bien ha sido practicado o visto alguna vez por todos generando una pasión por los colores de algún equipo y llenando de simbolismos esta disciplina. El fútbol es parte de una red de consumo tal como sucede en los centros comerciales, mientras más seguidores tiene o más visitantes recibe es mayor la oportunidad de generar ingresos para las personas e instituciones involucradas en su manejo. Muchas veces se ha comparado la estructura de la institución futbolística con la de la política y la de la religión.

Hay quienes aseguran que el fútbol y las prácticas que se generan a partir de él se asemejan a lo que acontece en diversos momentos de celebración religiosa. Fernández y Cachán (2008) proponen que la colectividad del hombre se hace partícipe de una simbología religiosa que bien puede ser vista de dos maneras. La primera que consiste en la manifestación “desinteresada” de la religión única, clásica y centralista colocando el deporte como escaparate. Y la segunda como una nueva forma de manifestarse aprovechando los valores genuinos y reconducirlos al deporte.

Aunque no para todos los aficionados o gustosos de este deporte, el fútbol puede ser considerado como una institución que ofrece una forma de ideología y que además posee una importante cantidad de seguidores acercando más la perspectiva del deporte y el ocio a las prácticas religiosas.

El fútbol es un evento/espectáculo que ofrece más que una simple forma de entretenimiento, se propone a sí mismo como un generador de creencias, símbolos y rituales que de una o de otra manera reconfiguran tanto la perspectiva deportiva como la temporal y la espacial en un territorio y lugar determinado.

Es cierto que un aficionado tiene su primer acercamiento con el equipo, con el estadio y con otros aficionados con la idea de disfrutar un espectáculo y por ende terminar en una actividad ociosa en la que se permite ocupar el tiempo vacío. Sin

embargo en muchas ocasiones el deseo por el ocio se transforma y llega mucho más allá.

Muchos son los factores sociales que despiertan una pasión desenfrenada en los aficionados por algún equipo en particular, una euforia tal que llega a crear ídolos, dioses y aspectos que solo podían ser concebidos dentro de la esfera religiosa. Es en ese momento cuando la idea del ocio comienza a intercalarse con la idea de lo sagrado.

Partiendo desde el concepto de liminaridad <sup>16</sup>, el futbol es visto como un proceso de reinención espacial que se refiere a un lugar en donde existe una concentración de significados que generan interrelaciones entre diferentes sectores y grupos sociales que utilizan el espacio urbano (en este caso) no en función para lo que fue creado. El estadio entonces, es parte de una transición entre el ocio y lo sagrado. Un ejemplo de lo anterior es la forma de apropiación y significación territorial que las porras y barras del equipo de los Pumas acontecen los domingos en las instalaciones del estadio Olímpico Universitario.

El estadio de futbol fue concebido como parte de la institucionalización del deporte, fue pensado para establecer las relaciones entre el espectáculo y el espectador. Actualmente, el estadio de futbol, y en específico el de CU, se puede considerar entre los aficionados como un lugar emblemático, imponente, simbólico, sagrado.

Hoy en día, la población mexicana se encuentra en un estado de decepción en cuanto a las formas y actores institucionales en los que de alguna manera sentía apoyo, confianza y consuelo. El deporte es una nueva religión en la que se puede observar cómo para muchos individuos, parece tener una importancia religiosa o casi-religiosa, en el sentido de que se ha transformado en una de las principales, si es que no en la principal fuente de identificación, significado y gratificación en sus vidas” (Elías y Dunning, 1992). Con el mismo precepto de las religiones, el futbol satisface la necesidad de los individuos por creer en algo y de alguna manera destinar su pasión y sus imaginarios fantásticos, también ofrece una ruta de escape de la realidad proponiéndose como una nueva religión.

Desde esta perspectiva es posible comprobar que el fútbol es una actividad de culto tanto dentro como fuera de la cancha. Es un deporte que alcanza desde los sectores más altos hasta los más bajos de la sociedad con la premisa de no distinguir entre razas, lenguas e ideologías. Stephen Tomkins (2005), un escritor británico especializado en los aspectos de la historia de la cristiandad señala que los fieles y/o adeptos a la religión cristiana se han alejado de las iglesias para en su lugar, ir al estadio de fútbol.

Con esta nueva idea de religión la esfera futbolística se transforma y de repente los jugadores son considerados Dioses, el estadio es la iglesia o el templo. Los aficionados se sienten fuertemente identificados entre sí. Durante los partidos en casa, los aficionados desbordan sus sentimientos y la pasión que almacenan a lo largo de la semana para poder enviar sus alabanzas a los jugadores. Este es un fenómeno que se genera dentro de la mayoría de los grupos de animación que acuden al estadio, y hay otros que simplemente consideran su “adoración religiosa” cuando el equipo obtiene buenos resultados o hay un personaje que figura dentro del equipo.

La religión posee rezos o mantras con los que se siente más cercano a lo divino y, el fútbol tiene sus porras y canticos con los que reconocen en muchas ocasiones a los ídolos que han llevado al equipo a la cima o al menos se convirtieron en parte fundamental del equipo. Esto se refiere a la consagración de un ídolo, en donde el aficionado imita actitudes, pensamientos y movimientos.

Como es bien sabido, el fútbol es el deporte del mundo, es el más visto, el más practicado, es el más adorado. Lo anterior me remite a un personaje que trascendió a lo largo de su carrera e incluso en la actualidad es un icono, una deidad para distintas generaciones no solo en México sino en muchas partes del mundo. Considerado el vigésimo sexto mejor jugador del mundo y mejor jugador mexicano de todos los tiempos según la IFFHS<sup>17</sup>, Hugo Sánchez se convirtió en el máximo referente del equipo de la UNAM.

Para los aficionados Pumas es más que un ídolo, es lo más cercano a un Dios. El sentimiento que se genera en los seguidores al equipo con este jugador se remite a los inicios de este personaje. Es un futbolista surgido de las fuerzas



básicas de los Pumas, fue dos veces campeón de liga y dos copas internacionales con el equipo que lo vio nacer. Sin embargo no solo es un ídolo para quienes apoyan al equipo universitario. Después de unos años con su primer equipo fue contratado por uno de los clubes más grandes y prestigiosos del mundo, el Real Madrid. Fue en ese entonces cuando logro la consagración no solo como jugador mexicano, si no como un jugador internacional.

Entonces, con el surgimiento de esta nueva ideología el espacio tiene un doble significado. Esta condición también depende de cada individuo o grupo asistente. Tal y como ocurre en las fiestas patronales o de índole religiosa hay quienes las celebran y quienes no (Medina, 2009). Para las personas que solo acuden como espectadores están ocupando el espacio con actividades con fines de ocio, mientras aficionados e hinchas convierten el ambiente y el lugar en una verdadera celebración.

En el caso concreto de la afición de los Pumas, se puede observar un fenómeno interesante. A diferencia de lo que ocurre con otros equipos, las porras y barras del equipo representativo de la UNAM tiene la facilidad para contagiar a los demás asistentes e involucrarlos en su fiesta.

El futbol es una fiesta con un público que participa de manera intensa y apasionada, con rituales y símbolos que de alguna manera conmemoran los lazos que han sido heredados, contruidos o creados por los participantes con el equipo, cuyo objetivo se enfoca en la reproducción de hechos trascendentes a partir de experiencias festivas (Scribano, 2011).

Estas experiencias surgen por el simple hecho de animar al equipo, desde el momento en de reunión hasta que cada uno retoma su camino de regreso a casa. El festejo sigue aún después de los partidos, ya sea por la derrota o el triunfo del equipo, e incluso por la igualada en el marcador. Si el equipo gana, los aficionados se llenan de júbilo y euforia. Si el equipo empata el aficionado en ocasiones queda satisfecho debido a que el equipo no perdió, sin embargo no se celebra con la misma intensidad que con el triunfo. Y si el equipo pierde la celebración adquiere un toque amargo, la celebración se torna en una reunión en la que los aficionados

desahogan su frustración por la derrota. Por ejemplo, algunos aficionados e hinchas de los Pumas toman la celebración de diferentes formas, todo depende de la forma en la que apoyan al equipo, al grupo que pertenecen y del equipo al que se enfrentan.

Es cierto que el fútbol tiene ciertas similitudes con la religión pues todas las prácticas y comportamientos producen un sentimiento de pertenencia y exaltación colectiva (Fernández y Cachán, 2008). Derivada de esto se encuentra la liminaridad entre lo que se puede concebir como actividad de ocio y las relacionadas con lo sagrado.

A pesar de ello, el ocio no queda descartado completamente del ámbito futbolístico pues existen diversos factores que impiden que suceda.

Quizá uno de los factores que intervienen en la liminaridad que existe tanto con los equipos como con los estadios reside en las formas de consumo y de apropiación que se llevan a cabo.

#### **4.4 Movilidad espacial y encuentro**

La fiesta y la fe comprenden un proceso de movilidad espacial que de alguna manera reconfigura la rutina y el paisaje cotidiano de quienes transitan, viven o laboran en las zonas aledañas al estadio. Tal y como ocurre en las peregrinaciones religiosas como la del 12 de diciembre hacia la Basílica de Guadalupe, el desplazamiento de las porras se produce de forma organizada y premeditada.

La movilidad espacial urbana puede ser vista como un proceso geográfico que es parte fundamental en la vida cotidiana y no cotidiana de las personas. Se debe a que los desplazamientos son necesarios para llevar a cabo las actividades tales como ir a trabajar, tener acceso a los servicios de salud, consumo, educación y ocio (Mataix, 2010).

Ahora bien, existen dos tipos de movilidad: la cotidiana y la de fin de semana. De acuerdo con lo que se obtuvo en el trabajo de campo, el fútbol produce un sistema de movilidad de fin de semana que a su vez se puede ver como un proceso cotidiano. El hecho de ir a animar al equipo al estadio los fines de semana se ha convertido ya en algo habitual para algunos de los aficionados de los Pumas. A pesar de ser un evento meramente temporal, cada vez que hay un partido en el estadio de CU el panorama se torna diferente por el ruido y el colorido que emanan los aficionados y los hinchas pertenecientes a los grupos de animación, el transporte público que se encuentra en la ruta trazada por los miembros de las porras y barras se ve afectado (sobre todo la línea 3 del metro), en las zonas aledañas al estadio se producen cambios en la circulación de los automóviles y en las afueras del estadio se pueden observar negocios o “puestos” ambulantes con productos alusivos al equipo y de necesidades varias como alimentos y bebidas. Y además, los operativos de seguridad pública también forman parte de esta reconfiguración espacial temporal.

Anteriormente se hablaba sobre la similitud que existe entre las formas de desplazamiento que hay entre una peregrinación religiosa y la llegada de La Rebel al estadio Olímpico Universitario.

Las diferentes secciones de los grupos de animación como La Rebel y la Porra Plus proponen puntos de encuentro con sus miembros respectivos. Una de las movilizaciones más grandes es la que se produce durante el traslado de La Rebel al estadio. Es importante resaltar que esta barra está dividida en secciones y zonas tanto dentro como fuera del recinto. Cada sector propone su punto de encuentro y se pone en movimiento para arribar al punto en donde se juntan y se concentran todas las secciones para ingresar al interior del inmueble.

La Rebel se caracteriza por ser un grupo numeroso y por tener fama de fanáticos hostiles y violentos cuando se encuentran en su estadio. Su estructura seccionada es una de las formas de apropiación del espacio público/semipúblico reinventando el espacio urbano durante su proceso de movilidad y desplazamiento hacia el recinto.

El punto general de encuentro es la estación del metro Copilco que es la más cercana al estadio Olímpico Universitario (Fig. 3) y una vez reunidos ahí se organizan para emprender la caminata hacia el recinto. Para los miembros de La Rebel el partido inicia desde el momento en que están por abordar los vagones del metro. En palabras de algunos de ellos “la adrenalina y el deseo de ir y apoyar crece con la ilusión de ver a sus ídolos anotar un gol”. Cabe mencionar que cada una de las secciones marca su ruta dependiendo del lugar de origen.



Punto general de  
encuentro



Estadio Olímpico  
Universitario



Fuente: Elaboración propia a partir de  
recorridos, videos e imágenes.

*FIG. 3 Representación del punto de encuentro y destino*

Una de las rutas que más llamó mi atención fue la que se traza con el desplazamiento de la denominada Rebel Norte. El punto de encuentro propuesto es la estación del metro Potrero de la línea 3 del metro con un lapso de tiempo de espera de una hora. Una vez que hay una cantidad importante de aficionados reunidos el bloque avanza con dirección al metro Copilco de la misma línea. El recorrido comprende un total de 17 estaciones (FIG4) que medido en tiempo varía entre los 45 y 60 minutos, pues hay ocasiones en las que se abren y otras en las que no al llegar a cada una de las estaciones. Durante el recorrido se llevan a cabo los diferentes “ritos” en los que los miembros del grupo no dudan en demostrar la pasión y el orgullo que sienten por el equipo.

Se puede observar que el proceso de movilidad espacial tiene las características esenciales de una peregrinación moderna (Turner y Turner, 1978). El recorrido comprende un aproximado de 30km desde el punto de partida (estación Potrero) hasta su punto culminante (el estadio de CU). Es una distancia relativamente significativa debido a que es un desplazamiento dentro de la misma ciudad. El tipo de transporte utilizado es el público (metro) que reduce el tiempo

de traslado y tiene una mayor capacidad de pasajeros que un autobús o un automóvil.

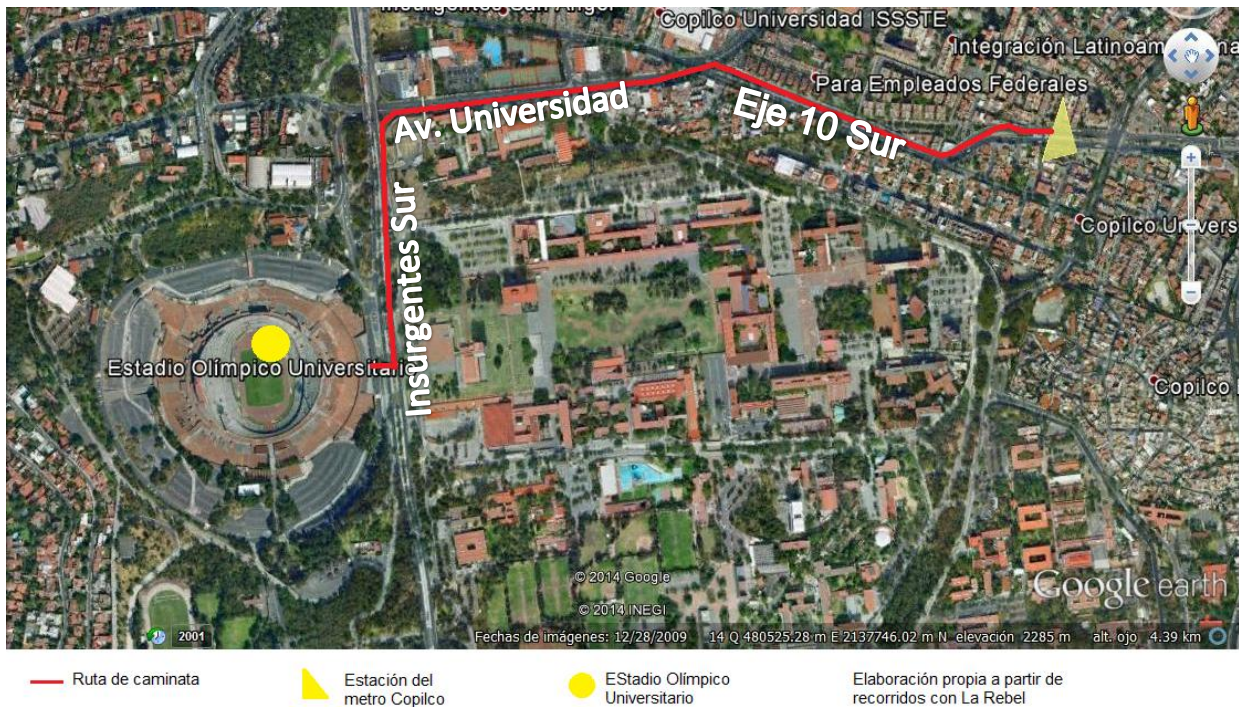


Fig. 4 Distancia recorrida por La Rebel Norte desde la estación del metro Potrero hasta Copilco.

Una vez completado el trayecto, los diferentes sectores de La Rebel se reúnen en las inmediaciones de la estación del metro Copilco. Una vez reunidos se lanzan a caminar desde la estación del metro siguiendo por el Eje 10 Sur (Copilco), para después tomar Avenida Universidad, Insurgentes Sur y arribar al estadio Olímpico Universitario (Fig.5). El recorrido comprende un aproximado de 2 km y se recorre en un aproximado de tiempo de sesenta minutos.

Es durante este recorrido en el que los aficionados comienzan con la “verdadera pasión” como ellos lo denominan. La peregrinación da inicio ya con todos los sectores unidos y se inicia con los ritos de apropiación de la vía pública.





*Fig.5. Caminata que se lleva a cabo desde la estación del metro Copilco hacia el Estadio Olímpico Universitario.*

Durante el recorrido se pueden observar banderas, humo proveniente de bengalas y bombas de humo, basura por toda la calle, papeles de colores que son lanzados como confeti, los estandartes de cada una de las secciones de La Rebel (a esos estandartes ellos los llaman “trapos”) siempre acompañados por la música que da guía a los canticos que se entonan mientras se hace el recorrido. Mientras los aficionados e hinchas llevan a cabo su “fiesta” los elementos de seguridad pública se hacen presentes y acompañan al grupo en su travesía hacia el estadio. Algunas calles son cerradas a la circulación vehicular para garantizar la integridad de los miembros del grupo de animación y de la ciudadanía que transita por esa zona.

Una vez en la explanada del estadio el grupo permanece por una o dos horas en el punto de llegada. Una vez que llega el momento de ingresar al estadio, el grupo se divide nuevamente para tomar sus respectivos lugares dentro del recinto.

La movilidad lleva implícitos diferentes aspectos territoriales, sociales, culturales y económicos. Para quienes viven en los alrededores al estadio, o bien, cerca de alguno de los puntos de encuentro la cotidianeidad resulta afectada, pues de cierta manera se

rompe con las formas territoriales y los tiempos. El partido de futbol dura noventa minutos más lo que el árbitro considere para agregar y una misa regularmente dura una hora. La preparación del evento debe ser planificada y considerar un lapso de tiempo aún más largo que el que comprende la duración total del encuentro o la misa.



## CONCLUSIONES

El deporte se ha convertido en un tema de estudio para las ciencias sociales en los últimos años y se ha intentado abordar desde diferentes perspectivas. Si bien, el fútbol es un deporte que contiene una importante gama de acontecimientos que resultan de gran interés dentro de los estudios sociales. Como se ha mencionado en páginas anteriores, el fútbol fue concebido como un espectáculo que cumplía con el fin de entretener y dar opciones a la sociedad para emplear su tiempo libre. Con el tiempo la percepción del fútbol como espectáculo ha cambiado para algunas personas que buscan algo más allá del entretenimiento.

Es cierto que el ocio diseña espacios y programas para establecer metas y formas de actuar y pensar a través de los sentimientos y de los comportamientos asociados con identidades y relaciones sociales y culturales. Es a partir de estos procesos de identidad que se va forjando un vínculo con un equipo, que a su vez genera un vínculo con el lugar en donde se llevan a cabo los encuentros y finalmente transportan al espectador a un mundo diferente, en el que se ve representado y encaja perfectamente en un grupo que tiene la misma ideología.

Hace unos años era casi impensable relacionar el fútbol con la religión. Actualmente muchos estudiosos han propuesto este deporte como un nuevo rito pagano de la sociedad en el que personas de todos los estratos sociales, sin importar el género o el nivel educativo se entregan con pasión a un juego casi sagrado de reglas sencillas. En este trabajo no sólo se trata de afirmar que el fútbol sustituye formas religiosas, sino que la religión también se involucra en la esfera y la cultura del fútbol.

El fanatismo y el comportamiento absurdo de muchas porras o barras quebrantan la racionalidad y el orden social. La Rebel es una de las barras con mayor número de integrantes y una de las más organizadas. Fue creada por jóvenes autodenominados hinchas con el firme objetivo de cambiar la forma de

alentar al equipo de los Pumas desde la tribuna. Y es ese fanatismo el que los ha catalogado como un grupo violento.

Es a través de los medios de comunicación que se presenta al fútbol como una fiesta, fiesta en la cual se goza, se ríe, se llora, se pierde y se gana, pero nunca debe de dejar de ser fiesta. No me refiero a que el fútbol como deporte no tenga carácter festivo, dentro de este la fiesta es diferente, la hermandad y amistad ya no son simplemente de la cuadra, la escuela, la calle o el campo llanero, sino que abarca comprende un espacio aún más grande. Entonces el fútbol reúne cada ocho días una cantidad de personas que siempre pasa de 1000, las cuales algunas veces ni se conocen, pero conocen una línea, sentimiento y pasión que es igual hacia un equipo particular, el fútbol deporte contiene una gran cantidad de representaciones tangibles e intangibles que hacen de este una fiesta, fiesta donde la alegría y la tristeza juegan constantemente durante todo el partido con los once guerreros que están en la cancha, y que al final del partido alguna de estas dos sale ganando. El estadio de futbol se consideran como ese gran recinto "sagrado" que cada ocho días cobra vida y que además se llena de una gran cantidad de sentimientos, pasiones, alegrías y tristezas, y podría decirse que hasta cobra vida. El estadio de CU es el espacio propicio para el desarrollo de símbolos como el de sacralizar y tratar de dar vida a una construcción.

Para Definir un sitio como sagrado y separarlo del resto de los espacios de uso común es necesario contar con actos espontáneos o planeados, con elementos del imaginario colectivo que se plasman en una apropiación y ordenación particular del espacio, de modo que pueda guardar el mensaje de representación de lo sagrado en plazos que pueden trasponer los límites temporales de una generación.

Las actividades de la sociedad moderna permiten que existan ciertas formas de liminaridad tales como la que existe entre el ocio y lo sagrado. En el estadio de CU ocurre un fenómeno que ha llamado la atención de más de un investigador social. Los factores que intervienen en este interés son las porras y el estadio.

La sacralización de espacios públicos tales como el estadio de fútbol es un fenómeno con un sentido del espacio común de interacción y comunicación que parte a su vez de un proceso de apropiación y ordenamiento cotidiano. En el estadio los aficionados llenan el espacio de elementos simbólicos y afectivos que los hacen sentir protegidos y que pertenece a algo. De esta manera se puede entender la existencia de íconos religiosos que se distribuyen en diferentes lugares y que se plasman en diferentes actividades como el fútbol.

Ante esto, se generan estrategias culturales para reapropiarse de lugares específicos de la ciudad. En este caso ocurre con la apropiación de las calles, el metro y la explanada misma del estadio.

## Notas

<sup>1</sup> Espacios intermediarios “se definen como aquellos que se desarrollan entre los espacios profesionales, regidos por las reglas organizativas estricta, y los espacios familiares regidos por adhesiones afectivas que suponen intercambios que exceden de cualquier calculo”. (Remy y Voyé, 1976:130)

<sup>2</sup> Transeunte es aquel que se instala durante un lapso de tiempo en esa zona que es el umbral o línea de los ritos de paso, se les llama pasajeros puesto que están de paso.

<sup>3</sup> Sociologo de la Universidad de Chicago. Colega de Robert E. Park y uno de los miembros más prominentes de la Escuela Sociologica de Chicago en la década de los 20. Retomando su obra *1927: The gang: A Astudy of 1,313 Gangs in Chicago*, University of Chicago Press.

<sup>4</sup> Una cantera de fútbol, desde el punto de vista meramente deportivo, es una entidad dirigida a la formación de jugadores de fútbol de elite. Desde este punto de vista, tres son sus aspectos sobre los que es imprescindible tener opinión: el contexto sociocultural en el que se ubica, el tipo de competencia deportiva que se quiere desarrollar y la manera de organizar la práctica de entrenamiento (Martínez, 2009)

<sup>5</sup> La Rebel se fundó en 1998 como parte de la animación al equipo de futbol de la UNAM, es considerada una de las barras más numerosas, organizadas y peligrosas en todo el país. (La Rebel, 2013)

<sup>6</sup> Porra Plus Puma es la primera porra, la más antigua del club Pumas. mantiene controles internos de seguridad, con vigilantes a los lados y al interior, que son responsables de cuidar el orden en la tribuna, pero en partidos de alta demanda, el trabajo se dificulta, porque son juegos a los que van aficionados que normalmente no acuden al estadio.

<sup>7</sup> Trabajo de campo experiencial es un método de investigación cualitativa que consiste en observaciones que ayudan a analizar la información recabada a partir de la perspectiva espacial, es decir, como se vive en el lugar. (Rowles, 1978)

<sup>8</sup> Contrato narrativo. Cuando a una persona se le dice que se va a realizar una entrevista, espera que el entrevistador llegue con un guion prefabricado para que conduzca el relato a características específicas de las personas, sin embargo, en eta ocasión se propuso una narración libre, sin limitaciones.

<sup>9</sup> Referencia en: Dirección General de Servicios Generales UNAM DGSG  
<http://www.dgsg.unam.mx/estadio.htm> Fecha de consulta: 15 noviembre 2013

<sup>10</sup> [Con vacío me refiero al momento en el que no hay un partido de futbol.](#)

<sup>11</sup> Axel Torres. Periodista español especialista en futbol internacional. Participa en programas de televisión y radio dedicados al futbol y en la redacción web.

<sup>12</sup> Entrevistas con aficionados al equipo de los Pumas realizadas en trabajo de campo.

<sup>13</sup> El paisaje "... es la imagen que surge en el espíritu de un sujeto-observador a partir de su relación dialéctica con un territorio-objeto que lo rodea o enfrenta, y al que mira existencialmente. La imagen implica además de la interpretación, la valorización de lo mirado, cuyo poder retórico tiene la capacidad de evocar y sugerir significados y estimas tan fuertes que puedan estimular conductas". (Naselli, César (2005:20))

<sup>14</sup> Observación flotante realizada en trabajo de campo.

<sup>15</sup> Sobre el origen de la Goya se cuenta que surgió en la primera mitad de los años 40 algunos estudiantes preferían este entretenimiento a las cátedras escolares, entonces un muchacho llamado Luis Rodríguez lograba hacer tratos con los encargados de los cines aledaños a Ciudad Universitaria, siendo el cine Goya el más cercano y cuando los muchachos buscaban irse de "pinta" al cine, gritaban ¡GOYA! ¡GOYA! ¡CACHUN, CACHUN, RA, RA! ¡CACHUN, CACHUN, RA, RA! ¡GOYA! Posteriormente, cuando se instauró como porra oficial se agregó el ¡UNIVERSIDAD! <http://www.unam.mx/acercaunam/es/identidad/goya.html>

<sup>16</sup> Liminalidad/liminaridad: se expresa como fase del ritual en donde el individuo no se integra por completo a una estructura social en donde se produce la communitas concepto por consiguiente opuesto temporalmente al de estructura social. El espacio liminal es un lugar que separa dos espacios ontológicamente diferenciados y que, por su naturaleza mediadora entre diferentes lugares vividos, (Turner, 1974)

<sup>17</sup> IFFHS (International Federation of Football History and Statics). Hugo Sanchez «Mejor jugador de CONCACAF en el siglo» y «El mejor jugador mundial del siglo».

## BIBLIOGRAFÍA

- Aguiar Gomes, Edvânia Tôrres (2008). *Espaços liminares – conteúdos subvertem formas no processo contínuo de (re)produção da e na cidade contemporânea*. Investigación y desarrollo vol. 16, nº 1
- Archetti, Eduardo (2001). *El portero, la pista y el ring. Las patrias del deporte argentino*. Buenos Aires, FCE
- Archetti, Eduardo (1985). *Fútbol y ethos*. En: Monografías en Informes de Investigación, N°7, FLACSO
- Bachelard, Gaston (1965) *La poética del espacio*. Fondo de Cultura Económica de España, S.L.
- Bale, John(1994) *Sport, space and the city*. London: Routledge, Taylor & Francis Group.
- Bañuelos Capistrán, Jacob Israel (2009). *YouTube como plataforma de la sociedad del espectáculo*. Razón y palabra. México. Enero
- Barbero González, J.I. (1993): "Introducción", en Brohm J.M. et al. (1993): *Materiales de sociología del deporte*, (J.I. Barbero González, comp.), pp. 9-38. La Piqueta. Madrid
- Barral González, Luis Miguel (1998), *El empleo de grupos de discusión en la investigación social*, en: García Ballesteros (coord.), *Métodos y técnicas cualitativas en geografía social*, Barcelona: Oikos-Tau, pp. 61-84.
- Barranco V., Bernardo (2001). *Fútbol. Entre lo sagrado y lo profano*, México, en: [http://www.avizora.com/publicaciones/deportes/textos/0091\\_futbol\\_entre\\_lo\\_sagrado\\_y\\_lo\\_profano.htm](http://www.avizora.com/publicaciones/deportes/textos/0091_futbol_entre_lo_sagrado_y_lo_profano.htm)
- Bourdieu, Pierre. *Creencia artística y bienes simbólicos*. Editorial Aurelia Rivera. Barcelona. 2003.

Belhedi, Amor, (2006). *Territoires, appartenance et identification. Quelques réflexions à partir du cas tunisien*. Belin, *Espace géographique* 2006/4 - Tome 35, pages 310 à 316 en: [http://www.cairn.info/article.php?ID\\_REVUE=EG&ID\\_NUMPUBLIE=EG\\_354&ID\\_ARTICLE=EG\\_354\\_0310](http://www.cairn.info/article.php?ID_REVUE=EG&ID_NUMPUBLIE=EG_354&ID_ARTICLE=EG_354_0310)

Benedetto, M. Andrea (2010). *Identidad y territorio: aportes para el desarrollo local en áreas rurales de la provincia de Mendoza. Estrategias con identidad territorial*. Tesis doctoral en geografía, Universidad Nacional de Cuyo, Argentina

Betti, Rosario (2004). *Hacia la reinención del espacio público: la ciudad sobremoderna*. Documento de trabajo N°123, Universidad de Belgrano. Disponible en la red: [http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt\\_nuevos/123\\_betti.pdf](http://www.ub.edu.ar/investigaciones/dt_nuevos/123_betti.pdf)

Bordieu, Pierre (1996). *Programa para una sociología del deporte*. En: *Cosas Dichas*, Barcelona. Gedisa.

Bromberger, Christian (1994). *La pasión futbolística y la copa del mundo: por qué tanto ruido y tanta furia?*, en Sudgen, J y Tomlinson, A. (eds.) *Host and champions*. Arena

Caballero, E. G. (2001) *Movimientos ecologistas en el contexto de los movimientos sociales*, texto en línea disponible en: [www.ua.es/personal/antonio.aledo/docs/libro/cap6.pdf](http://www.ua.es/personal/antonio.aledo/docs/libro/cap6.pdf), consultado en enero de 2013.

Caruso, Adam (2001). *La ciudad emocional*. *Quaderns d'arquitectura i urbanisme*, 228, 10-12.

Carrión Mena, Fernando, Lucas, Kintto (2006). *Con sabor a gol... Fútbol y periodismo*. Quito: FLACSO Ecuador.

Castells, M. (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura Vol. I. La sociedad red*. Ed. Siglo XXI. México.

Chanfrault-Duchet, Marie-Françoise (1988), "Le système interactionnel du récit de vie", *Sociétés*, mayo, París, pp. 26-31.

- Contreras Delgado, Camilo (2001) *Geografía del mercado de trabajo en la cuenca carbonífera de Coahuila*. Revista Frontera Norte, diciembre, vol.13, número Especial. El Colegio de la Frontera Norte, México.
- Cornwall, M., Albrecht, S.L., Cunningham, P.H., and Pitcher, B.L. 1986. *The dimensions of religiosity: A conceptual model with an empirical test*. Review of Religious Research, 27:226-244.
- Corona Cuapio, Reina, Núñez Fernández, Leopoldo (2008) *La movilidad interurbana entre las ciudades de México y Cuautla*, en: Género, migración y regiones en México, Ana María Chávez Galindo, Fernando Lozano Ascencio (Coords). Universidad Nacional Autónoma de México Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias Cuernavaca, Morelos
- Crang, Mike. (1998) *Cultural Geograpity*. London: Routleclge.
- De Castro Aguirre, Constanco (1999) “*Mapas cognitivos. Qué son y cómo explorarlos*”, Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales, Universidad de Barcelona, núm. 33, 1 de febrero de 1999. <http://www.ub.es/geocrit/sn-33.htm>.
- Decanini, Terán Silvia (2010). *Los Espacios del Ocio*. En: Topofilia Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Vol. II Número 1, Agosto del 2010
- Delgado, Manuel (1999), *El animal público, Hacia una antropología de los espacios públicos*, Barcelona: Editorial Anagrama, pp. 36-58.
- Delgado, Manuel. (2002) *Disoluciones urbanas: procesos identitarios y espacio público*. Editorial: Universidad de Antioquía, Colombia. Páginas: 274
- Dureau, Françoise (2012) *Movilidad cotidiana, prácticas del espacio urbano y desigualdades socioterritoriales en dos periferias populares de Bogotá: Soacha y Madrid (1993-2009)*. X seminario ACIUR - Septiembre 2012 - Universidad Javeriana, Colombia.
- Dureau, F., Flórez, C.E. (1999). *Observar la movilidad espacial en su diversidad: elementos de un enfoque aplicado en Bogotá*, en Jorge Bustamante et al. (coords), Taller de medición de la migración internacional, México, El colegio de la Frontera Norte (Colección Colef)/institut Français de la Recherche Scientifique pour le Developpement en Coopération




Eliade, Mircea(2005). *Lo sagrado y lo profano*. Buenos Aires. Paidós, pp. 9-52.

Elías, N.. Dunning, E. (1992) *Deporte y ocio en el proceso de civilización*. Madrid, fondo de cultura económica.

EscuderO Gómez, Luís Alfonso (2008). *Los centros comerciales. Espacios postmodernos de ocio y consumo*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, Colección Monografías.

Fabregas Puig, Andres (2001). *Lo sagrado del Rebaño: el futbol como integrador de identidades*, El colegio de Jalisco, Guadalajara México.

Federación Mexicana de Futbol.  
<http://www.femexfut.org.mx/portaiv2/secciones.aspx?s=966&m=23&i=Historia> consultada el: 19 de febrero de 2013

Fernández, Oscar, Cachán Roberto. (2008) *valoración y dinámicas del hecho religioso en escenarios deportivos: Un dios que juega*. En: Luis Cantarero, F. Xavier Medina,  Ricardo Sánchez. *Actualidad en el deporte: Investigación y aplicación* (Coordinadores) Donostia, Ankulegi Antropologia Elkartea.

Ferras, Robert (1997) *Le sport*. Persee En: Espace géographique. Tome 26 n°3,. pp. 282-283

Gay, Jean-Christophe (1997). *Le sport : une mise en limites de l'activité physique* En: Espace géographique. Tome 26 n°4, pp. 327-340.

Galeano, Eduardo (1995). *El futbol a sol y sombra*, Siglo Veintiuno Ediciones

Gertz, Clifford. (1997). *El antropólogo como autor*. Barcelona: Paidos

Giménez, Gilberto (2004): *Introducción al estudio de las identidades urbanas*, en conferencia presentada en el Seminario Permanente de Estudios sobre la Ciudad, de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México

Guba, E.G y Lincoln, Y.S. (1981). *Effective evaluation: improving the usefulness of evaluation results through responsive and naturalistic approaches*. Jossey-Bass. San Francisco

Guber, Rosana (2004). *El salvaje metropolitano: reconstrucción del conocimiento social en el trabajo de campo*. 1ª ed. Buenos Aires, Paidós.

Habermas, Jürgen (1987), *Teoría de la acción comunicativa*, vol. 1, Madrid: Taurus.

**Hägerstrand, Torsten** (1970). *What about people in regional science? Papers of the Regional Science Association* **24** (1): pp. 6–21.

Hannerz, Ulf (1998) *Conexiones transnacionales. Cultura, gente, lugares*. Cátedra, Madrid. Título original: *Transnational Connections. Culture, people, places*. Routledge, London, 1996.

Hiernaux, D. y Lindón, A. (2008). *El trabajo de campo experiencial y el replanteamiento de la periferia metropolitana: Una interpretación socio-espacial de la economía popular Periférica*. *Revista Internacional De Sociología (Ris)* vol. LXVI, nº 50, mayo-agosto, 215-236, 2008 issn: 0034-9712

Lefebvre, Henri (1976) *Tiempos equívocos*, Barcelona, Ed. Kairos.

Lemus Martínez, Mario (2012). *Tras las ligas de la geografía y el deporte*, en boletín IGg-024, Instituto de Geografía, Ciudad Universitaria, Mexico..

Licona Valencia, Ernesto (2012) *Construcción simbólica del espacio urbano*. *Revista de Antropología Experimental* nº 12, 2012. Texto 5: 61-75. Universidad de Jaén, España

Magazine, Roger (2008) *Azul y oro como mi corazón: masculinidad y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*. Afinita. Universidad Iberoamericana Cd. De México. 1ra edición.

Martínez de Santos, Raúl (2009 enero-junio). *Principios y elementos de organización de la cantera de un equipo de fútbol*. *Acción Motriz*. Revista

digital. Revista No.2. ISSN: 1989 -2837. Pp. 65-80. Disponible en:  
[http://www.accionmotriz.com/revistas/2/2\\_6.pdf](http://www.accionmotriz.com/revistas/2/2_6.pdf)

Mataix, Carmen (2010) *Movilidad urbana sostenible: Un reto energético y ambiental*. Madrid, España.

Medina Cano, Federico. (2009) *El fútbol y la vivencia festiva de la nacionalidad*. Razón y Palabra [en línea], (Julio-Agosto): [fecha de consulta: 10 de marzo de 2013] Disponible en:<<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=199520330004>>

Melucci, Alberto (1999) *Acción colectiva, vida cotidiana y democracia*. El colegio de México. Centro de Estudios Sociológicos, México.

MITOFSKY,Consulta (2014) *La afición al futbol soccer en México*. En [http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2014/NA\\_FUTBOL2014.pdf](http://consulta.mx/web/images/MexicoOpina/2014/NA_FUTBOL2014.pdf)  
Consultado el 27 de febrero de 2014

Montaner, Josep María (1997) *La modernidad superada. Arquitectura, arte y pensamiento del siglo XX*, Ed. Gustavo Gili. Barcelona, España

Morris, Brian (1995). *Introducción al estudio antropológico de la religión*. Paidós, Barcelona

Naselli, César (2005). *El patrimonio como construcción humana: patrimonio intangible e identidad cultural*. En *Hipótesis de paisaje*. Córdoba: I+P editorial.

Nilo. J. Suburu (1968) *Primer diccionario del fútbol*, Editorial Tauro, Montevideo.

Núñez, Ana (2000) *¿Quién le teme a la apropiación del espacio?* (Sobre un proceso autogestionario que [no] hizo agua...), en Jerez, O. y Rabey, M. (comp.): *Procesos de Urbanización en Argentina: la mirada antropológica*, pgs. 39 a 58, Universidad Nacional de Jujuy/REUN.

Portal, Ana María (2009) *Las creencias en el asfalto: La sacralización como una forma de apropiación del espacio público en la ciudad de México*.

Cuadernos de Antropología Social, núm. 30, pp. 59-75 Universidad de Buenos Aires, Argentina

Reguillo, Rossana (1998) *Imaginarios globales, miedos locales. La construcción social del miedo en la ciudad*. Ponencia presentada en el IV Encuentro de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. ALAIC. "Ciencias de la Comunicación: Identidades y Fronteras". Grupo de Trabajo "Comunicación, identidad y cultura urbana". Universidad Católica de Pernambuco, Recife, Brasil, 11-16 de septiembre de 1998.

Remedi, G. (2000). *La ciudad latinoamericana o el asalto al espacio público*. En Revista de Análisis Político. Hartford, Marzo.

Rowles, G. (1978), "Reflections on experiential fieldwork", en D. Ley y M. Samuels (eds.), *Humanistic geography: Prospects and problems*, Londres, Croom-Helm, pp. 173-193.

Saint-Julien, Thérèse. (1999) *Le football et l'exception française*, Persee En: Espace géographique. Tome 28 n°2. pp. 189-190.

Sánchez Vergara, José Ignacio (2007) *El consumo cultural urbano y los espacios de ocio y entretenimiento en la ciudad contemporánea venezolana*. Quórum Académico, vol. 4, núm. 1, enero-junio, 2007, pp. 31-48, Universidad del Zulia Venezuela

Sandoval, C.A. (1996). *Investigación Cualitativa*. Bogota: Corcas editores

Santarelli Silvia, Campos Marta (2011). *Geografía de las religiones, espacios locales y subjetividad. Una nueva mirada en la enseñanza universitaria*. Revista Geográfica de América Central Número Especial EGAL, Costa Rica II Semestre 2011 pp. 1-19

Santos, Maria da Garça Mouga Poças. (2009) *Religión y dinámica espacial. Del espacio y de los lugares sagrados al territorio religioso*. En: Carballo, Cristina Teresa (coordinadora) *Cultura, territorios y prácticas religiosas* Colección: Comunicación y estudios culturales.

Scribano, Adrian (2008), *El grupo de discusión: posibilidades y estrategias*, en: *El proceso de investigación social cualitativo*, Buenos Aires: Prometeo, pp. 115-134.

- Scribano, Adrián (2011). *Algunas aproximaciones conceptuales a las experiencias festivas*. Boletín Oñteiken No.12. [www.accioncolectiva.com.ar](http://www.accioncolectiva.com.ar)
- Silverstone, Roger (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Amorrortu, Buenos Aires-Madrid.
- Sironneau, Jean Pierre. (1982) *Sécularisation et religions politiques*. Mouton Publishers, París-New York
- Stock, Mathis (2012) *Les sociétés à individus mobiles : vers un nouveau mode d'habiter ? L'exemple des pratiques touristiques*. En: <http://www.espacestems.net/document1353.html>
- Sue, Roger (1982), *El ocio*, México: Fondo de Cultura Económica, Colección Breviarios No. 324; cap1: "Las concepciones del ocio" pp. 16-68.
- Tomkins, Stephen (2005) *A Short History of Christianity*. William B. Eerdmans Publishing Company
- Turner, V. W. (1967). *The forest of symbols: Aspects of Ndembu ritual*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Turner, V.W. (1988) *El proceso ritual. Estructura y antiestructura*, Madrid, Taurus.
- Turner, V. y Turner, E. (1978). *Image and pilgrimages in Christian culture*. New York, Columbia University
- Velasco Toro, José (1993). *Espacio sagrado, territorialidad e identidad en la tradición cultural indígena*. VI reunión del grupo de trabajo de estudios regionales. Consejo Europeo de Investigaciones Sociales en América Latina-Universidad de Aarhus, Sandjberg, Dinamarca.
- Villegas-Guillot, Rafael (2006). *Los estadios de fútbol serán ágoras de la comunicación y convivencia del hombre en el siglo XXI*. Difusión cultural UAM. Casa del tiempo No.90 Julio-Agosto
- Villoro, Juan. (1995) *Los once de la tribu, crónicas de rock, fútbol, arte y más*; Aguilar, México, (re editadas en 2005 por Suma de Letras para España y Latinoamérica)
- Yory García, Carlos Mario (2007) *Ciudad, ciudadanía y espacio público: una aproximación a la noción de espacio público en el marco de la emergencia*

*ciudadana que suponen las relaciones entre lo local y lo global*, revista Palimpsesto, No. 5, de la Facultad de Ciencias Humanas de la Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.