

Las rivalidades futbolísticas y la distribución inter-urbana de poder: El caso de México

Roger Magazine¹

José Samuel Martínez López²

Resumen

En este artículo se explora al patrón nacional de las rivalidades entre los aficionados de los diferentes clubes profesionales de futbol en México y se discute la relación entre este patrón y la distribución de poder entre las localidades urbanas. Lo más destacado de este patrón es la existencia de cuatro clubes considerados “nacionales” por su capacidad de atraer seguidores y, al mismo tiempo, rivales de todo el país. El hecho de que tres de estos cuatro equipos estén ubicados en la Ciudad de México no es una casualidad, ya que el éxito y visibilidad de éstos refleja un fuerte centralismo del poder político y económico, lo cual provoca fuertes sentimientos de odio y atracción desde el resto del país. Se propone que la indagación de las diferentes “cosmovisiones” futbolísticas de los aficionados contribuirá al entendimiento de la distribución espacial desigual del poder en el país y los conflictos o tensiones que resultan.

Abstract

In this article we explore the national pattern of rivalries among fans of the different professional football clubs in Mexico, and we discuss the relation between this pattern and the distribution of power among urban localities. What stands out most about this pattern is the existence of four clubs considered “national” because of their capacity for attracting followers and, at the same time, rivals from the whole country. The fact that three of these four teams are located in Mexico City is not a coincidence, since their success and visibility reflect a situation of extreme political and economic centralism, which provokes powerful sentiments of hate and attraction from the rest of the country. We propose that this inquiry into different fans’ football-based “world-views” can contribute to our understanding of the unequal spatial distribution of power at the national level and the conflicts and tensions that result from it.

Introducción

En este artículo se presentan algunos resultados de un proyecto de investigación colectivo que reúne estudios etnográficos de la afición al fútbol

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

² Doctorante en Letras Modernas, José Samuel Martínez López es Profesor-investigador del Departamento de Comunicación de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México: samjusto@yahoo.com y samuel.martinez@uia.mx

profesional en varias ciudades de México. Cada uno de estos estudios explora tanto las prácticas de los aficionados en los estadios y su entorno, como los significados que dan a su afiliación, incluyendo sus percepciones y sentimientos hacia otros equipos. El objetivo de este artículo es describir el patrón nacional de las rivalidades y alianzas entre los aficionados de los diferentes clubes y reflexionar en torno a la relación de este sistema de rivalidades y la distribución de poder entre las localidades urbanas.

Sin duda, lo más destacado del sistema³ de rivalidades futbolísticas que actualmente existe en México, es la presencia de cuatro clubes considerados “nacionales” por su historia y sus éxitos deportivos, pero sobre todo por su capacidad de atraer seguidores, y, al mismo tiempo, rivales, de todo el país. El hecho de que tres de estos cuatro equipos tengan su sede en la Ciudad de México no es una casualidad, ya que el éxito y visibilidad mediática de éstos refleja un fuerte centralismo del poder político y económico, lo cual provoca fuertes sentimientos de odio y atracción desde el resto del país. Además, son notables las características específicas de las apreciaciones y los sentimientos que los diferentes clubes de la periferia tienen hacia los equipos “nacionales”, los cuales, estamos convencidos, reflejan no solo historias y relaciones culturales distintas, sino también las dinámicas particulares de la geografía económico-política nacional de las diferentes ciudades o regiones del país. De hecho en este artículo se propone que la indagación de las diferentes “cosmovisiones” futbolísticas de los aficionados contribuirá al entendimiento de la distribución espacial del poder en el país y los conflictos o tensiones que de ella resultan.

Distintas exploraciones y estudios en torno a los aficionados al fútbol han

³ Se trata de un sistema de rivalidades que según nuestra exploración no solo incluye a los 18 equipos de la Primera División del Fútbol profesional mexicano, sino en el que también se debe de agregar a los 27 equipos que compiten en la Primera División “A”.

conectado el fenómeno de adscripción a un club con la identidad de un área urbana o una región geográfica. Algunos de estos estudios han mostrado cómo la experiencia y el significado de ser aficionado a un equipo específico en muchas ocasiones emergen de las identidades, narrativas históricas y características socioculturales asociadas a la región, la ciudad, el barrio o el sector social concreto con el que se vincula al club (Bromberger, Hayot et al.1993; Giulianotti 1997; Robson 2000; Fábregas Puig 2001; Alabarces, comp. 2005; Aragón, 2007; Magazine, 2008).

Extendiendo su unidad de análisis a dos o más equipos, otros abordajes han encontrado que lo que verdaderamente está debajo de las identidades futbolísticas son las rivalidades que surgen como manifestaciones de las tensiones políticas, económicas o histórico-culturales existentes entre las regiones, ciudades, barrios o segmentos sociales con los que estos se identifican (De Biasi y Lanfranchi 1997; Armstrong 1998; Armstrong y Giulianotti, comps. 2001; Pontón y Pontón 2006).

Convencidos de que el futbol profesional es hoy un espacio clave para observar y reflexionar la dinámica cultural de algunos países latinoamericanos, en este trabajo proponemos expandir la unidad de análisis a un nivel más amplio para tomar en cuenta los equipos, las diferentes áreas urbanas o regiones y las rivalidades entre ellos pero a nivel nacional. Partimos de la posición de que es difícil entender la relación económica, política o sociocultural entre dos equipos y ciudades, sin antes tomar en cuenta el lugar que ocupan dentro del sistema urbano nacional, así como dentro del sistema de rivalidades futbolísticas. Y es que aunque la rivalidad entre dos equipos parezca ser netamente deportiva, situar históricamente a estos clubes y los lugares que simbólicamente representan dentro del sistema urbano nacional facilita el entendimiento de aspectos cruciales de la identidad y la tensión existente entre sus aficionados.

En la medida en que la exploración de las rivalidades futbolísticas al nivel

nacional constituye para nosotros un espacio privilegiado para observar como un segmento de la población ve, rechaza, critica o replantea la posición de su ciudad o región en relación a otras y en relación a la nación, deseamos enfatizar que poner atención a dichas rivalidades futbolísticas puede contribuir con una visión “desde abajo” a la conceptualización del proceso de la formación e integración de la nación y su sistema urbano.

Regionalismo Y Centralización En México

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

Se trata de un proyecto nacional homogeneizador⁴ que empezó finalmente a triunfar sobre la resistencia de las regiones (unas más que otras) después de la Revolución de 1910. Pero lo que empezó como una estrategia para construir una

⁴ “En México se vive durante las primeras siete décadas del siglo XX la ilusión de la homogeneidad. El país, se afirma, es el resultado de la Unidad Nacional. Una fé: el catolicismo. Una raza: el mestizaje, llamada pomposamente por José Vasconcelos “la raza cósmica”. Un género dominante: el masculino al punto que solo en 1955 ejercen por vez primera el voto las mujeres. Un partido político: el Revolucionario Institucional. Una pigmentación reconocida como la propia de las multitudes: la morena, la raza de bronce (las élites intentan blanquearse calladamente). Un régimen en el hogar: el patriarcado. Un feudo que maneja la censura y la vida social: el de la moral y las buenas costumbres, signifiquen lo que signifiquen, mientras se definan con ayuda del clero católico. Un método para clasificar lo masculino y lo femenino: el machismo. Los expulsados de la nación: los indígenas. Un sector sin derechos ni humanidad reconocida: las minorías sexuales” (Monsiváis, 2008:14).

economía nacional, más eficiente y mejor integrada, terminó siendo un proyecto de centralización dirigida hacia el enriquecimiento de la Ciudad de México a costa del empobrecimiento y sub-desarrollo del resto del país. Como bien lo muestra el hecho de que en el periodo que va de 1920 a 1970 se presentó una gran concentración de la población urbana, la industrialización, la producción cultural y el poder político en la Ciudad de México.

Un dato que ilustra muy bien este fenómeno de la centralización y la concentración en detrimento de las regiones, es el siguiente: en 1900 la Ciudad de México era tres veces más grande que la segunda ciudad, Guadalajara, mientras en 1960 era seis veces más grande (Roberts 1992:239). De forma paralela a este crecimiento desmesurado, para 1960 todos los centros intelectuales importantes del país así como los principales sistemas de información estaban concentrados también en la capital y para 1983, sólo 12 de las 31 capitales de estados tenían bibliotecas funcionando (Monsiváis, 1992:248). Hablamos de un proyecto nacionalista de centralización o des-regionalización que desde luego no fue recibido felizmente en las regiones. De hecho se trató de un proceso complejo que si bien logró edificar una economía nacional y un imaginario común respecto a lo nacional, por otro lado cultivó distinto tipo de resistencias, incomodidades y controversias. Y es que en muchos casos los regionalismos viejos nunca desaparecieron completamente, aunque cambiaron de forma bajo la máscara de la centralización: regionalismos que antes solo se veían hacia adentro se convirtieron en una identidad regional basada en la resistencia hacia fuera, pero en particular hacia el Estado nacional⁵ y la Ciudad de

⁵ “A México lo configura en enorme medida el Estado Nación, encargado de fijar los criterios históricos...; de planear buena parte del rumbo de la economía; de organizar las normas jurídicas (la Constitución de la República, el Código Civil y el resto de la armazón jurídica); de afirmar la dimensión laica de la memoria nacional (enseñanza histórica, afirmación de las leyes, culto a los héroes, selección de tradiciones, arreglo de los criterios de representación de México, etcétera); de jerarquizar vínculos con los demás países (en primer lugar y sobre todo, la integración económica y política con Norteamérica); de privilegiar a toda costa el

México.

Nos referimos a un proceso de centralización y homogeneizador vinculado a una retórica nacionalista posrevolucionaria, que a partir de la década de 1960⁶ empezó a atenuarse lenta pero inexorablemente. Y es que cuando la estrategia económica basada en la substitución de importaciones y el desarrollo nacional impulsado y controlado desde la Ciudad de México empezó a fallar y a ser insuficiente, se presentó la necesidad de abrir las regiones a la inversión directa desde el extranjero y en particular desde los Estados Unidos. Si, por ejemplo, en 1971 52.6% de la producción manufacturera estaba ubicado en la Ciudad de México, en 1998, esta figura había bajado hasta el 28.3% (Ruiz Durán 2004:65). Se trata sin embargo de un extraño cambio porque inauguró el fin de cierta forma de centralización y dependencia económica, pero que no significó el inicio de una re-distribución equitativa de la riqueza y el poder político. En otras palabras: en las últimas cuatro décadas la riqueza en México ha ido donde los inversionistas la han llevado (esto es, a algunas regiones en detrimento de otras) y no necesariamente donde más se ha necesitado. Eso explica por qué las ciudades más desarrolladas del norte del país y la costa del pacífico se han beneficiado más que las del sur y las ciudades cercanas a la costa del golfo. Lo sorprendente es que a pesar de este paradójico cambio gradual, la

crecimiento del capitalismo salvaje (en América Latina, el único capitalismo realmente existente); de sostener los sistemas de educación y salud públicas, así como ampliar y darle mantenimiento a la infraestructura del desarrollo (camino, presas, dotación de servicios a las comunidades)...” (Monsiváis, 2008: 26).

⁶ Hablando del desdibujamiento de la “ficción de la Unidad Nacional” y el consecuente y aún no terminado del todo re-descubrimiento de la pluralidad y diversidad cultural, regional y política de nuestro país, Carlos Monsiváis ha expresado: “Apenas en 1960 empieza el cambio en la sociedad que no se admite racista pero que lo es profundamente. Se inaugura el Museo Nacional de Antropología y se extiende el orgullo por el pasado prehispánico. Una cosa por otra: si los indios de hoy son invisibles, el pasado indígena deslumbra. Y luego, en 1982, en la campaña de Miguel de la Madrid a la Presidencia de la República, se habla por primera vez del país plural, y el lugar común se vuelve tangible gracias a la política. Octavio Paz ya nombra a su revista *Plural*, pero todavía en los ochentas la expresión es infrecuente: ¿qué significa ser plural? Aún ronda el fantasma de la Esencia Nacional, de la mexicanidad que, como se sabe, es enemiga de lo diverso” (Monsiváis, 2008: 25).

“Psicológicamente, el llamado a la indefensión ante el poderío televisivo tal vez sea el más grave –por más fatalista– de los rasgos culturales de una etapa. Sí, ya lo afirmó el dueño de Televisa, Emilio Azcárraga Milmo, México es un país de una clase modesta muy jodida...” (Monsiváis, 2008: 30).

Ciudad de México sigue teniendo una situación económica más favorable y privilegiada, así como mucha influencia política, incluso, por encima de las regiones y centros urbanos más beneficiados por las nuevas inversiones. Así al menos lo demuestra el hecho de que mientras el ingreso *per capita* nacional bajo 12.4 % entre 1980 y 1995, el ingreso *per capita* del Distrito Federal subió 7.8 % (Esquivel 1999:759).

Otro fenómeno que durante las últimas décadas ha afectado a casi todo el país, así como las formas en que este se auto-percibe, imagina y relata, es la difusión, a través de los viejos y los nuevos medios⁷ de comunicación, de una cultura global de consumo (ver Monsiváis 1992). Sin embargo, se trata de un proceso de difusión de la cultura global que en su mayoría se planifica y lleva a cabo desde la óptica de los difusores y tomadores de decisiones en la Ciudad de México. De tal forma que, mientras las regiones a través de sus medios y comunicadores locales cada vez difunden y defienden más sus propias hablas e identidades, los llamados “medios nacionales” (periódicos, canales de televisión abierta y grupos radiofónicos) concentrados todos en el Distrito Federal producen una versión “capitalizada” de la cultura global. Algo muy similar a lo que sucede en el plano económico, donde ahora son las ciudades regionales las que pueden – y tienen que – competir para recibir inversión nacional y extranjera, pero es la Ciudad de México la que define en gran parte las reglas o términos de la competencia y, en particular, lo que significa ser una ciudad moderna y globalizada.

El hecho de que el fútbol y no el béisbol sea el deporte que domina la programación de la radio y la televisión⁸, así como la mayor parte de los espacios

⁸ La televisión “..el aparato que, según Azcárraga, le ofrece a la población *además de alegría, un entretenimiento sano y que les brindará satisfacción interna*” (Monsiváis, 2008: 30).

informativos en los diarios deportivos, es un buen ejemplo de todo esto. A pesar de que históricamente el béisbol ha sido el deporte dominante en varias regiones del país (sobre todo en el norte y el sur del país), en las últimas décadas y gracias a la televisión abierta y los esfuerzos de mercadotecnia, el fútbol-espectáculo ha ganado terreno⁹ Impulsado desde la capital, el futbol-espectáculo ha estado expandiéndose a los centros urbanos de regiones tradicionalmente beisbolistas, al grado que hoy en día parece que es necesario que las ciudades más pujantes posean un equipo de fútbol profesional para mostrarse, a través de los medios de comunicación nacionales, como más “importantes”, “modernas”, “entretenidas” y “globales”.

Es tal la relevancia que el futbol (como producto comercial y espectáculo de consumo) ha adquirido entre los mexicanos de las zonas urbanas y tal la importancia mediática y mercadológica que se le ha concedido a este deporte (diversos estudios han señalado que aproximadamente el 65% de la población consume información sobre futbol), que todo parece indicar que hoy para las ciudades tener un equipo de futbol en la Primera División profesional, además de ser un negocio rentable y un espacio para que los políticos locales hagan proselitismo, es una manera de confirmar su importancia, avance y grado de “modernización cultural”: una forma de ponerse en el “mapa” mediático nacional de las ciudades y regiones más dinámicas y relevantes; y una de las vías más eficaces para expresarle -torneo a torneo- al resto de la nación y el mundo que tal o cual ciudad progresa y constituye un destino idóneo para las inversiones.

Pero si para la élite política y económica de las distintas regiones tener un equipo de fútbol-espectáculo es una manera de hacerse visibles, de “ponerse en el

⁹ El reciente ascenso a la primera división de fútbol de equipos en Tuxtla-Gutiérrez, Chiapas y Ciudad Juárez, Chihuahua y el traslado del equipo Atlante de la Ciudad de México a Cancún, Quintana Roo, son ejemplos de ciudades en regiones tradicionalmente beisbolistas que paulatinamente han volcado su atención hacia el fútbol.

mapa” y proyectarse, para muchos aficionados que habitan fuera del Distrito Federal y que han experimentado las consecuencias de la centralización, identificarse con el equipo de su región o localidad y rivalizar contra los equipos del centro, es una de las vías más populares para expresar, indirectamente, su enojo y frustración hacia la capital que históricamente, en la retórica política y mediática, los ha minimizado.

Como ya hemos comentado, a pesar de que la antigua centralización y la tentativa de homogenización cultural con el pretexto de la Unidad Nacional, es un fenómeno que inició su desdibujamiento hace más de cuarenta años, la fuerte explotación y el velado desprecio del que durante décadas fueron objeto muchas de las regiones del país (estigmatizadas como zonas “pueblerinas”, “olvidadas” o cultural y económicamente “atrasadas”), en la memoria popular todavía se conserva fresca y mantiene viva la llama del resentimiento hacia el centro. Especialmente en los lugares que no se han beneficiado tanto de los nuevos patrones de crecimiento económico.

Las Rivalidades Y Los Equipos “Nacionales” En El Fútbol Mexicano

En la Primera División del fútbol profesional mexicano actualmente participan 18 clubes, 4 de los cuales -desde la década de los 80s- han sido mitificados e identificados primero por los medios de comunicación (especialmente por los periodistas de Televisa y TV Azteca, y tras ellos, la gente de la prensa y la radio) y luego por los aficionados, como los “equipos nacionales”.

Según la retórica de los medios deportivos, el *América*, las *Chivas*, el *Cruz Azul* y los *Pumas* son los cuatro “equipos grandes” del fútbol mexicano. Muchos aficionados les identifican como “equipos nacionales” por sus éxitos deportivos, por el fuerte posicionamiento de su marca y la fama de algunos de sus jugadores, pero sobre todo por que entre sus aficionados y consumidores se encuentran

habitantes de todas las regiones y ciudades del país. Acorde al viejo centralismo económico, político y cultural que prevalece en México, una cosa que no hay que perder de vista es que de estos cuatro equipos grandes, tres son oriundos de la Ciudad de México (América, Cruz Azul y Pumas) mientras que las Chivas rayadas son originarias de la ciudad de Guadalajara (véase figura 1). Es preciso agregar que gracias al añejo resentimiento que este centralismo ha producido en muchas partes del país, los tres equipos nacionales ubicados en la Ciudad de México son los más odiados de la liga.

En las calles y los medios deportivos de la Ciudad de México -muchos de ellos de circulación nacional- todo el tiempo se escucha hablar de la fuerte rivalidad existente entre los cuatro “clubes nacionales”, aunque lo verdaderamente significativo es que esos comentarios y conversaciones se escuchan también con cierta frecuencia en muchas de las otras ciudades y regiones de país donde hay muchos seguidores de estos cuatro equipos. Lo cual señala por qué, aún cuando el antagonismo y la oposición deportiva entre el club local (donde lo hay) y cada uno de estos cuatro equipos es significativa, las rivalidades entre los “equipos nacionales” y sobre todo, las expectativas que generan entre un gran porcentaje de aficionados al fútbol, son el eje que en México sostiene y alimenta al sistema futbolístico de competencia.

Por supuesto, debajo de las rivalidades futbolísticas entre los cuatro “equipos grandes” lo que se esconde son viejas tensiones y luchas tanto políticas como socioculturales. No se olvide que al fin y al cabo, cada uno de estos cuatro equipos nacionales, a su modo, sintetiza y encarna valores, identidades, concepciones ideales de México y hasta proyectos ideológicos muy diferentes (Magazine, 2008). Y es que como suele suceder con la mayoría de los equipos de fútbol-espectáculo, por su historia, por el territorio en el que están asentados o defienden, y por aquello con lo que simbólicamente se les vincula, cada uno de estos cuatro clubes representa cosas muy distintas para los aficionados mexicanos.

Por ejemplo, por su historia y por la manera en que Televisa lo ha apoyado, al Club de Fútbol América siempre se le ha asociado con el poder político y la élite económica del país, con el centralismo y hasta con el viejo autoritarismo. Aunque es uno de los clubes más viejos del fútbol mexicano (fue fundado por escolares maristas el 12 de octubre de 1916) y es uno de los fundadores de la 1ª División profesional (creada en 1943), el América -a pesar de su popularidad o precisamente por esta- es sin lugar a dudas el equipo “más odiado” de México: aquel contra el cual más resentimiento existe y sobre el cual más presiones y burlas se ejercen.

En 1959 el América fue comprado por el señor Emilio Azcárraga Milmo¹⁰, quien a pesar de no saber de fútbol, adquirió este club como parte de una triple estrategia: 1) para competir con la popularidad de las Chivas rayadas del Guadalajara; 2) para meterse con su empresa a la industria del balompié; y 3) para conseguir que México se convirtiera en la sede de mundial de 1970.

Luego de muchos cambios, de una fuerte inversión (durante los sesentas el equipo tenía el mote de “Los millonetas” porque inició la práctica de pagar altos sueldos¹¹ y comprar a muchos jugadores extranjeros), de varios logros deportivos y de una transformación de su imagen, Emilio Azcárraga, desde su posición de benefactor y mecenas¹² del club (y quien por cierto, se auto concebía como un soldado al servicio de Presidente en turno), logró acrecentar de forma paradójica la popularidad del América y utilizó¹³ despóticamente su televisora para

¹⁰ Dueño de TELEVISA: el poderoso conglomerado televisivo que durante décadas contribuyó al mantenimiento de la hegemonía priísta.

¹¹ Según Isaac Katz, la práctica del América de pagar altos sueldos está vinculada con el hecho de que “para los dueños de los equipos de la Primera División su objetivo no es la maximización de las ganancias que se derivan de operar un equipo profesional de fútbol, sino que inclusive, dado el esquema de consolidación de pérdidas vigente en el sistema tributario nacional, para los dueños de los equipos puede ser un objetivo maximizar sus pérdidas...” (Katz, 2008: 172)

¹² Desde que fue comprado por Azcárraga en 1959, el América es un club “sin fines de lucro” organizado y dominado a partir de la figura de su benefactor y mecenas.

¹³ “El club financiado por un mecenas está a medio camino entre el club amateur y el corporativo.

proyectar la fama de este club al nivel nacional.

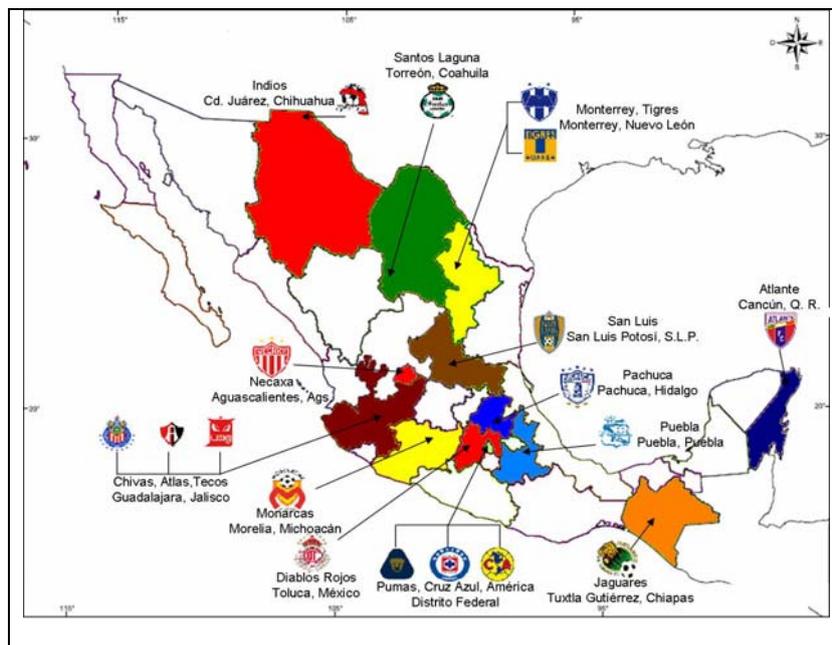
Es importante señalar que la popularidad del América es paradójica porque actualmente es el club profesional más repudiado pero también el que quizá más aficionados y consumidores posee. Debido a que enarbola la altivez y la soberbia del magnate televisivo que lo re-inventó, es tal el vínculo que muchos aficionados han establecido entre este club y el poder mediático, político y empresarial, que apoyar a este equipo (a esta marca) se ha convertido para muchos de sus rivales en sinónimo de alinearse con la élite, de aceptar su centralismo y su injusto proyecto de nación, actualmente signado por el neoliberalismo con su apertura al mercado libre global.

Por el vínculo entre el América con el poder y por la práctica asociada con sus aficionados de alinearse con los poderosos a través de las relaciones de patrón-cliente (Magazine 2008), la afición de cada uno de los otros tres equipos nacionales considera al América su rival más grande. Así mismo, y por el hecho de que el América es más estrechamente asociado con el poder proveniente de la Ciudad de México, también los aficionados de los equipos regionales suelen odiar más al América que a cualquier otro club.¹⁴

Oficialmente es también un club sin fines de lucro pero el mecenas estará en una posición que le permita transformar en beneficios personales una fracción mayor de los resultados financieros del club... El club puede, por ejemplo, pagar los viajes ya sea para acompañar al equipo o para asistir a reuniones de dirigentes y otros gastos del mecenas, además de asignarle gratuitamente asientos privilegiados en el estadio para él y sus allegados. El mecenas puede obtener también otros beneficios que difícilmente podrá comprar a un precio asequible en el Mercado, como por ejemplo la exposición mediática que le das u condición de benefactor y seguramente presidente de un club con arraigo popular..." (Alonso, 2008: 138).

¹⁴ Sergio Varela Hernández propone, en su estudio sobre los aficionados del América, que este odio atrae a los aficionados: les gusta la atención de los demás, aunque sea negativa (comunicación personal).

**Figura 1: Equipos de Fútbol de la Primera División,
temporada 2008-2009, según Estado de Pertenencia**



Elaboración: los autores

En contraste con lo que sucede con el América, las Chivas rayadas del Guadalajara (equipo también conocido como “el rebaño sagrado” o “el chiverío”) es un club que sigue un credo de jugar con “puros mexicanos” y por lo mismo encarna un ideal de autonomía nacional y “mexicanidad”. Proveniente de la misma región de donde son originarios algunos de los símbolos nacionales más importantes como el charro, el tequila y el mariachi, las Chivas es el único club nacional -de los cuatro más importantes- ubicado fuera de la ciudad de México.

Cabe mencionar que este ideal de puros mexicanos que encarnan las Chivas rayadas encaja con la estrategia estatal dominante (que se instrumentó sobre todo de los años treinta a los años setenta) de cohesionar al país, edificar la unidad nacional y sintetizar la esencia de lo nacional a partir de unos cuantos rasgos o expresiones culturales; estrategia como se sabe muy vinculada en lo económico con la sustitución de importación y la nacionalización de varias industrias como la petrolera.

Pero el punto crucial aquí es que por causa del centralismo y las tensiones que este último produjo entre las distintas regiones del país, para los aficionados de las Chivas en la ciudad de Guadalajara “ser Chiva” implica sustancialmente una oposición a la Ciudad de México y todo lo que ésta representa (Fábregas Puig 2001), incluyendo los políticos de corte neoliberal que supuestamente y desde la retórica nacionalista, han “vendido el país” a los extranjeros.

De hecho, en las otras ciudades una de las razones porque el club de las Chivas atrae más aficionados y es menos odiado que los otros equipos nacionales es que no es asociado con la Ciudad de México. Sin embargo, es interesante notar que por la fuerte migración hacia el centro del país y por sus éxitos deportivos, también hay una enorme afición a los Chivas en la Ciudad de México: hablamos de unos seguidores¹⁵ a las Chivas que también comparten la visión ideal de un club “orgullosamente” armado con por puros mexicanos, pero sin ubicar la culpa de la apertura neoliberal reciente solamente en la capital y sus residentes.

Cruz Azul, el tercer equipo nacional, pertenece desde su origen a la cooperativa de cemento del mismo nombre y por los valores que promueve (el espíritu de trabajo, la cooperación y la familia) simboliza la identidad y los valores de la clase obrera (durante mucho tiempo eminentemente priísta). Al igual que con el ideal de autonomía nacional de las Chivas, la visión de la clase obrera representada por Cruz Azul gozó de un fuerte apoyo¹⁶ del Estado en el pasado reciente cuando el Estado corporativista centralista patrocinó a las cooperativas y los sindicatos, los cuales se han debilitado o han desaparecido completamente desde el cambio a la

¹⁵ Este apoyo a un ideal de puros mexicanos de parte de los aficionados capitalinos a las Chivas no es tan sorprendente si consideramos que las políticas de sustitución de importación y de la nacionalización de empresas originaron desde el gobierno federal en la Ciudad de México.

¹⁶ El hecho, como en el caso de los Chivas, que el apoyo por parte del Estado a las cooperativas y a los sindicatos en un momento histórico anterior estaba integrado a la estrategia de la centralización no está presente necesariamente en la imaginación de los aficionados.

política neoliberal en los tempranos 80's. Efectivamente, Cruz Azul es un equipo menos odiado en provincia que el América y el cuarto equipo nacional, los Pumas, y eso se debe a que la clase obrera y las cooperativas no están asociadas necesariamente con la Ciudad de México.

El cuarto equipo nacional, los Pumas de la Universidad Autónoma Nacional de México (UNAM), sigue la filosofía de “puros jóvenes”, que se refiere al hecho que juega sólo con jugadores jóvenes. La mayoría de los aficionados de los Pumas también se auto- identifican como jóvenes y explican que a diferencia de otros equipos, los Pumas “dan chance a los jóvenes”. También explican (no exentos de romanticismo) que los futbolistas de los Pumas juegan por *su amor a la camiseta* y al juego en sí mismo y no sólo por el dinero como sus rivales que son más grandes de edad. Esta motivación distinta de los jóvenes supuestamente resulta en un estilo de jugar más apasionado (Magazine 2008). También hay una fuerte asociación entre el equipo y la Universidad Nacional, aunque la gran mayoría de los jugadores y la mayoría de los aficionados no son y nunca han sido estudiantes de esta importante institución educativa. Aunque la filosofía de puros jóvenes es la atracción principal del equipo, la asociación con la UNAM también atrae algunos aficionados en la Ciudad de México y afuera ya que “la máxima casa de estudios” es considerada por muchos mexicanos como la mejor universidad de América Latina y como una fuente de orgullo para el país. Al menos hasta recientemente, era común escuchar que el equipo de Pumas provee jugadores bien formados a la selección nacional como la Universidad provee científicos, doctores y otros profesionales de alto nivel al país en general¹⁷. Sin embargo, también hay una fuerte asociación entre la UNAM, la

¹⁷ Hasta los 1990's, el equipo de los Pumas fue uno de los pocos equipos con una escuela de futbol de “fuerzas básicas”, pero ahora casi todos los equipos intentan formar jugadores jóvenes en sus propios clubes. Al mismo tiempo, cortes de presupuesto han afectado a la UNAM y algunas universidades privadas ahora están contribuyendo a la formación de los futuros gobernadores del país.

ciudad capital, y el gobierno central no sólo porque esta enorme institución es un producto de las políticas centralizadoras del gobierno federal sino también por el hecho de que estudiar en la UNAM ha sido un rito de pasaje necesario para incorporarse en los altos niveles del gobierno federal, incluyendo la presidencia. Esta fuerte asociación entre la UNAM y el gobierno federal produce muchos sentimientos de resentimiento en las otras ciudades, haciendo los Pumas el segundo equipo más odiado afuera del capital después del club América.

Es común escuchar de los aficionados de diferentes clubes que los cuatro equipos nacionales casi siempre ganan los campeonatos del fútbol mexicano. De hecho, de los 75 campeonatos celebrados desde 1944 (desde 1996 hay dos por año), los cuatro equipos nacionales han ganado 33 (44%). Pero esta dominación es variable durante este periodo de 63 años. De los 13 campeonatos entre 1944 y 1956, ningún campeonato fue ganado por estos cuatro equipos. Pero luego, ganaron 27 de los 37 (73%) campeonatos entre 1957 y 1991. Entre 1992 y 2006 esta dominación básicamente desaparece, ya que ganaron sólo 6 de los 25 (24%) campeonatos, mientras que los equipos de las ciudades regionales de Toluca y Pachuca ganaron 9 (38%) campeonatos entre los dos en el mismo periodo.

El periodo entre 1957 y 1991 coincide con el proceso de crear el fútbol como un deporte realmente nacional en México a través de su promoción y difusión por los medios de comunicación nacionales y en particular la televisión. Así, no es sorprendente que muchos aficionados, en particular los que tienen más tiempo siguiendo la liga, comparten la idea que los cuatro equipos nacionales han dominado la liga. También es interesante notar que este periodo más o menos coincide con el apogeo del Estado centralizado y del nacionalismo posrevolucionario y cerradura

económica representado por el equipo de Chivas. El periodo entre 1992 y 2006, cuando la dominación de los equipos nacionales cesa, coincide¹⁸¹⁸ con el fin del proyecto de centralización del Estado y de la economía y con un resurgimiento de identidades regionales.

Las Otras Rivalidades En El México Multicultural

Como ya comentamos, además de las grandes rivalidades futbolísticas “a nivel nacional” y las discrepancias políticas y culturales existentes entre los distintos ideales (entre los distintos proyectos de nación) que a su modo encarnan los cuatro equipos “grandes” del futbol mexicano; un fenómeno muy interesante que se ha acentuado en las últimas décadas y cuya emergencia coincide con la lenta descentralización, la modernización y crecimiento de muchas otras ciudades, el desdibujamiento de la ficción de la unidad nacional, la competencia y las tensiones entre las regiones, son las rivalidades entre los equipos que deportiva pero también histórica, política y culturalmente representan a otras ciudades y regiones.

Hablamos por su puesto de interesantes rivalidades que se presentan por lo menos a dos niveles distintos:

- a) Al interior de algunas ciudades (como la que se da entre las Chivas y el Atlas del Guadalajara, o la que se da entre los Tigres y el Monterrey),
- b) Y entre dos o más ciudades de un mismo estado o una misma región geográfica (como la rivalidad existente entre el Santos de Torreón y los dos equipos de Monterrey, o la rivalidad entre el Puebla y el Veracruz, entre Jaguares de Chiapas y el Atlante de Cancún, entre el San Luis y el Querétaro o entre el Celaya, el Irapuato y el León)

¹⁸ No tenemos forma de decir de manera definitiva si hay una relación directa entre el éxito de los equipos nacionales versus los de provincia y la centralización versus la descentralización del Estado y la economía, pero nos parece probable que la descentralización de los años 80's ha coincido con el aumento en el presupuesto de los equipos provincianos, el cual les ha hecho más competitivos. Sin embargo, hace falta más investigación para ver que tanto este aumento de presupuesto es el resultado de un mejoramiento de la situación económica de las ciudades de provincia o, alternativamente, que tanto es parte de un esfuerzo de parte de las clases gobernadoras y la élite por promover una imagen capaz de traer inversiones en un ambiente nacional de más competitividad entre ciudades, pero donde no hay ningún garantía de éxito.

Se trata de un fenómeno cultural que de lo que nos habla no es solo de la pugna deportiva entre los equipos, sino sobre todo de la forma en que, como reacción al fin de las viejas políticas centralizadoras, las diferentes ciudades o regiones que representan, metidas de lleno en una dinámica pro-modernizadora, se ajustan a las nuevas reglas de la economía neoliberal.

Desde luego, además de la agudización de las desigualdades, del empobrecimiento de las clases medias y la instauración de la migración hacia los Estados Unidos como la “única puerta de escape” para millones de mexicanos, una de las múltiples transformaciones provocadas por la liberalización de la economía (las políticas de ajuste estructural del neoliberalismo), el desarrollo de las comunicaciones y la experiencia vicaria de la globalización, fue la emergencia de nuevas “identidades” y “socialidades”, mucho más móviles y flexibles pero funcionales. Tal es el caso de las identidades o adscripciones que hoy ha suscitado un espectáculo como el fútbol en México. Hablamos de unas identidades futbolísticas que sobre todo los jóvenes de muchas partes del país han adoptado y construido (en muchas ocasiones copiando y adaptando formas de expresión, relación y organización de aficiones de otros países) como parte de su estrategia para enfrentar, desde el goce que el fútbol permite, los embates económicos y el cierre de posibilidades.

Un Ejemplo Del Odio Y Violencia En Las Rivalidades Futbolísticas

Magazine (2008) como parte de su estudio etnográfico de una porra¹⁹ de los

¹⁹ En México se usa el término “porra” para referirse al tipo de grupo de aficionados llamados “barras” en algunos países de Suramérica, aunque recientemente se ha popularizado este último término en México también. Aquí se refiere a un grupo de aproximadamente 100 integrantes denominado “La Porra Plus”. Véase Magazine (2008) para una descripción y análisis más detallado de este grupo.

Pumas en 1996 y 1997 observó que incidencias de violencia eran mucho más frecuentes cuando los Pumas viajaban a los estadios de provincia que en los juegos “clásicos” entre los cuatro equipos nacionales. Y es preciso notar que sólo observó los estadios que la porra de los Pumas estaba dispuesta a visitar. Algunos estadios, por ejemplo, el de Veracruz y de Santos Laguna (Torreón), estaban considerados prohibidos por la agresividad de los aficionados locales hacia los visitantes capitalinos. Cuando la porra de los Pumas viajaba a los estadios de provincia, invariablemente, recibía agresiones verbales y físicos de los aficionados locales. Las agresiones verbales generalmente tomaron la forma de amenazas, retos a pelear y de acusaciones de que los integrantes de la porra de los Pumas tenían miedo. Las agresiones físicas generalmente consistían en aventar objetos como piedras, botellas, limones y cohetes, ya que los aficionados rivales estaban separados por una reja.

Es preciso notar que mientras los integrantes de la porra de los Pumas no parecían sentir tanto enojo hacia sus rivales, hicieron lo posible para provocarlo en ellos. Esta provocación se iniciaba desde que el camión llevando la porra entraba a la ciudad provinciana. Los integrantes de la porra llegaban cantando de manera repetitiva “Ya llegó la civilización” y a veces orinando por las ventanas del camión mientras lo decían. Obviamente esta frase junto con el acto degradante y sexualmente agresivo de orinar sobre ellos están dirigidos a provocar la ira de la gente local, recordándoles que los proyectos de desarrollo del gobierno central nunca eran más que pretextos de los gobernantes y capitalistas de explotar y activamente subdesarrollar el resto del país. Esta provocación continúa en el estadio con el refrán de “Ya llegó la civilización” y con retos de integrantes individuales hacia sus rivales. Cuando habían logrado provocar el enojo de sus rivales con estos retos, los aficionados de los Pumas se reían de ellos por haber caído en esta carnada. Ya que estos aficionados locales no estaban organizados en porras, estas agresiones no venían

organizadas colectivamente, pero cuando un aficionado empezó a aventar retos, insultos y objetos otros se unían. Al final del partido la porra casi siempre tuvo que pedir que la policía local les ayudara a salir del estadio, subir al camión y salir de la ciudad. Se podía observar desde una distancia que la afición local de los Pumas no tenía protección de rejas o de la policía y terminó peleando con sus rivales de la misma ciudad.

Es interesante notar que estos enfrentamientos no fueron reportados en los medios de comunicación nacionales. Y la policía local parecía culpar a los agresores locales, deteniéndolos y golpeándolos sin mucha reserva para proteger a los visitantes en su salida del estadio. Ahora, diez años después, siguen existiendo tensiones entre los equipos nacionales y los de provincia, pero ahora los incidentes de violencia están frecuentemente reportados en los medios nacionales, donde representan a las ahora denominadas barras de la capital como los culpables. Por ejemplo, en un incidente que tomó lugar al principio de 2007 en Veracruz, la barra Rebel de los Pumas fue representado como protagonista y causante del problema -esto a pesar de que el único acto concreto de violencia reportado fue que los aficionados de Veracruz arrancaron unas butacas y los aventaron a la barra de los Pumas que estaban en la parte de abajo. Una cosa que ha cambiado es que la barra de Pumas ahora es suficientemente grande para no tener miedo de ir a Veracruz, pero parece que lo que sigue igual es que los aficionados de la Ciudad de México disfrutan provocar la ira hacia la capital de sus rivales de provincia. Pero otra cosa nueva es que en los últimos años, los medios de comunicación nacional han empezado a definir la violencia de las barras, y en particular de las barras de Pumas y América que han crecido de manera exponencial, como un problema. Sin embargo, el aumento en atención a este fenómeno esconde en vez de revelar las tensiones y problemas afuera del estadio que existen atrás de esta violencia y que explican la forma particular que toma. Por

ejemplo, y como hemos sugerido aquí, no se puede entender los conflictos entre los aficionados de los equipos nacionales del capital y los de otras ciudades sin tomar en cuenta el resentimiento que existe entre los residentes de estas otras ciudades por las políticas de centralización.

Conclusión

Hemos tomado la posición de que los proyectos de Estado se pueden ver como maneras particulares de enfrentar las tendencias centrífugas de las regiones o áreas urbanas, y de crear un sistema urbano integrado al nivel nacional, legitimado por un sentido compartido de pertenencia. Para el caso de México y por lo menos así fue hasta medianos del siglo pasado, el principal problema que se tuvo que sortear para forjar a la nación fue el de unir unas regiones con largas historias de aislamiento. Más recientemente, después de un periodo de acelerada centralización, el problema ha sido suavizar la transición, sin mucho apoyo por parte del gobierno federal, hacia un sistema más descentralizado y de calmar el resentimiento de las otras ciudades hacia la capital, efecto de los abusos hacia estas ciudades llevados a cabo a nombre de la consolidación de la nación.

Queremos proponer que esta historia del sistema urbano y de la nación se puede leer a través de las cambiantes rivalidades y relaciones entre los equipos de fútbol y sus seguidores. Como lo pudimos ver, las exageradas políticas de centralización durante buena parte del siglo XX resultaron en la emergencia de cuatro equipos “nacionales” fuertemente asociados con la ciudad capital o con un imaginario nacional, en el caso de los Chivas, ligado a un proyecto nacional basado en un dominante Estado federal. Y, en los últimos años, las políticas pasivas de descentralización han producido una situación en que los equipos de provincia (como

el Club Santos de Torreón, el Club Deportivo Toluca, el Pachuca, los Jaguares de Chiapas, los Indios de Ciudad Juárez, etcétera), se convierten en símbolo de la modernidad y la “globalidad” para las áreas urbanas que representan, el cual les ayuda a competir con otras ciudades por la inversión privada.

Nuestro objetivo aquí ha sido demostrar que los cambiantes sistemas de rivalidades constituyen una ventana por la cual se puede observar y comparar como un segmento significativo de la población –los aficionados al fútbol— percibe, vive o critica los proyectos del Estado dirigidos hacia la integración regional/urbana nacional. Al mismo tiempo, el tomar en cuenta estos proyectos de Estado, y sus éxitos y limitaciones, ayuda a explicar la forma que toman las rivalidades futbolísticas al nivel nacional y su variación a través del tiempo.

Referencias

Alabarces, P. comp. (2005) *Hinchadas*, Prometeo, Buenos Aires.

Alonso, Iván (2008) “Fútbol y economía”, en Roemer y Ghersi (compiladores) *¿Por qué amamos el fútbol? Un enfoque de política pública*, editorial Miguel Ángel Porrúa, México, p 147-184.

Aragón, S. (2007) *"Los trapos se ganan en combate": Una mirada etnográfica sobre las representaciones y prácticas violentas de la "barra brava" de San Lorenzo de Almagro*, Antropofagia, Buenos Aires.

Armstrong, G. (1998) *Football Hooligans: Knowing the Score*, Berg, Oxford.

Armstrong, G. y R. Giulianotti, comps. (2001) *Fear and Loathing in World Football*, Berg, Oxford.

Bromberger, C. y A. Hayot, et al. (1993) “'Allez l'O.M, forza Juve': The Passion for Football in Marseille and Turin”, en *The Passion and the Fashion: Football Fandom in the New Europe*, S. Redhead. Aldershot, Avebury: 103-151.

De Biasi, R. y P. Lanfranchi (1997) "The Importance of Difference: Football Identities in Italy", en G. Armstrong y R. Giulianotti (comp.) *Enter the Field*. Berg, Oxford.

Esquivel, G. (1999) "Convergencia regional en México, 1940-1995" en *Trimestre Económico*, Vol. 66 No. 264, Fondo de Cultura Económico, México, D.F.

Fábregas Puig, A. (2001) *Lo sagrado del Rebaño: El fútbol como integrador de identidades*, El Colegio de Jalisco, Guadalajara.

Giulianotti, R. (1997) Enlightening the North: Aberdeen Fanzines and Local Football Identity, en G. Armstrong y R. Giulianotti (comp.) *Entering the Field*, Berg, Oxford.

Katz, Isaac (2008) "Estructura de mercado, incentivos y el desempeño de la Selección Mexicana de Fútbol en los campeonatos mundiales", en Roemer y Ghersi (compiladores) *¿Por qué amamos el fútbol? Un enfoque de política pública*, editorial Miguel Ángel Porrúa, México, p 167-184.

Magazine, R. (2008) *Azul y oro como mi corazón: Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*. Universidad Iberoamericana / Afínita, México, D.F.

Monsiváis, C. (1992) "'Just Over That Hill': Notes on Centralism and Regional Cultures" en Van Young, Eric (comp.) *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.

Monsiváis, C. (2008) "Algunas aproximaciones a la cultura (si esta se deja)" en Toledo, Florescano y Woldenberg (coordinadores), *Cultura Mexicana: revisión y retrospectiva*, Editorial Taurus, México, p 15-50.

Pérez Herrero, P. (1992) "Regional Conformation in Mexico, 1700-1850: Models and Hypotheses" en Van Young, Eric (comp.) *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.

Pontón D., y C. Pontón (2006) "Breve historia de las grandes rivalidades en el fútbol ecuatoriano" en Carrión, Fernando (comp.) *La Biblioteca del Fútbol Ecuatoriano*, Flacso Ecuador-IMDMQ, Quito.

Roberts, B. (1992) "The Place of Regions in Mexico" en Van Young, Eric (comp.) *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.

Robson, G. (2000). *No One Likes Us, We Don't Care': The Myth and Reality of Millwall Fandom*, Berg, Oxford.

Ruiz Durán, C. (2004) *Dimensión territorial del desarrollo económico en México*, Facultad de Economía, UNAM, México, D.F.

Van Young, E., (1992) "Introduction: Are Regions Good to Think?" en Van Young, Eric (comp.) *Mexico's Regions: Comparative History and Development*, Center for U.S.-Mexican Studies, UCSD, San Diego.

