

Afición futbolística mexicana:
presentación histórica y etnográfica del americanismo

Sergio Varela Hernández¹

Universidad Iberoamericana

Resumen

En este trabajo preeliminar se plantea el fenómeno de la afición mexicana al futbol, en especial del club América. Desde 1959, este club profesional es propiedad del consorcio mediático Televisa. Este hecho ha marcado de manera definitiva la identidad del club, a la cual yo llamo “villana”, y es central en el conjunto de rivalidades del sistema futbolístico nacional. Para sus detractores, el club es identificado con la elite del poder en México. Para sus seguidores el club es el “más grande”. Sin embargo, los aficionados organizados que asisten regularmente al Estadio Azteca se agrupan en diversas instancias y no son un “bloque” identitario único. Una primera diferencia radica entre los grupos llamados “porras” y las que se llaman “barras”. Cada una de ellas tiene prácticas sociales y simbólicas que los hacen muy distintos entre sí. La “grandeza” del club ha sido confrontada con muchos años de escasos triunfos deportivos, por lo que los aficionados americanistas recrean y adecuan sus discursos grandilocuentes a las circunstancias perdedoras.

Abstract

In this preliminary work, Mexican football fandom and in particular that of the club known as “America” is treated. Since 1959, this professional club has been the property of the media consortium Televisa. This fact has unquestionably marked the club’s identity, which I refer to as that of the “villain,” and which is central to the system of rivalries at the national level. For its detractors, the club is identified with Mexico’s political and economic elite. According to its followers, the club is “the grandest.” However, the organized fans who regularly attend games at the Azteca stadium form a number of different groups and are not a unitary block. One basic difference is between the groups called “porras” and those called “barras.” Each has a set of social and symbolic practices that distinguishes it from the other. The club’s “grandness” has been confronted with many years of limited success on the playing field, forcing its fans to recreate and adapt their discourse of grandeur to these losing circumstances.

¹ Maestro en Estudios Latinoamericanos por la Universidad Nacional Autónoma de México con la tesis intitulada *Futbol arte y la creación del estilo criollo: vida cotidiana, corporeidad y poder entorno del fútbol sudamericano*. Actualmente está realizando los estudios para obtener el grado de doctor en Antropología Social por la Universidad Iberoamericana, institución en la que también ha impartido algunos Talleres de Investigación Cualitativa. Este trabajo presenta algunos avances de la investigación para realizar la tesis doctoral. Este trabajo fue posible gracias al apoyo de la Dirección de Investigación y el Posgrado en Antropología Social de la Universidad Iberoamericana y por el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología. E-mail:varelaaloleo@gmail.com

1. Algunos antecedentes del fútbol nacional, Televisa-Club América

En México, la creación y consolidación de la afición al fútbol es un fenómeno simultáneo al desarrollo de este deporte. La llegada y expansión del fútbol en el país no es materia de este trabajo. No obstante, se puede asegurar que hasta la segunda mitad del siglo XX su crecimiento y consolidación alcanzó a ciertos sectores urbanos populares, principalmente masculinos.

La guerra revolucionaria marcó sensiblemente el desarrollo de las actividades deportivas (asociadas al concepto mismo de modernidad) en nuestro país. A diferencia de lo que ocurrió en otras latitudes de Latinoamérica, en México el fortalecimiento de las prácticas deportivas y su consecuente organización institucional tuvieron cierta concordancia con las características propias del régimen político emanado de la Revolución. En primera instancia, la relativa debilidad gubernamental que se vivió en los primeros sexenios posrevolucionarios tuvo que ser revertida a través de acciones y programas políticos que vigorizaran las instituciones del gobierno nacional sobre las oposiciones locales y regionales. Durante el gobierno de Lázaro Cárdenas, las políticas educativas encargadas de fomentar los ideales modernizadores surgidos de la Revolución se toparon con las distintas fuerzas locales y regionales que se oponían a éstas. Así, como dice Quintanilla:

A partir [del sexenio de Lázaro Cárdenas] el discurso y las actividades gubernamentales en materia educativa se concentraron en la meta de incrementar el poder del gobierno federal y el de las filiales partidarias sobre los poderes locales, base de los pactos que permitieron el nacimiento y el desarrollo de la Secretaría de Educación Pública (Quintanilla, s/f, s/p).

Ésta última, entre otras instancias gubernamentales, promovieron el modelo del:

Trabajador industrial, capacitado técnicamente, solidario para con sus semejantes, combativo en la defensa de su clase, abstemio, sano y robusto. En aras de este modelo, el gobierno prohibió la venta de licores en las cercanías de los centros de trabajo, ordenó que se instituyeran vistosos desfiles obreros, fundó la Escuela Normal de Educación Física, creó campos deportivos, patrocinó la venta de pescado barato, estableció comedores en algunas fábricas e hizo campañas en favor del consumo de carne y azúcar (Quintanilla, s/f, s/p).

Además de esto, el gobierno nacional basó su programa curricular “en tres grupos: asignaturas académicas, instrucción política sobre la lucha de clases y educación física”. (Quintanilla, s/f, s/p). El Estado mexicano incursionaba directamente en la formación no sólo intelectual de los individuos sino en la instrucción “física”, promoviendo valores de salud e higiene a través del aparato de gobierno, además de que la centralización y la corporativización de las decisiones sobre políticas públicas se fueron afianzando a partir del cardenismo.

A la par de las acciones gubernamentales en materia de educación, incluyendo la educación física, la promoción y construcción de espacios deportivos, otras instituciones comenzaban a tomar forma en las décadas posrevolucionarias. Ese es el caso de la Federación Mexicana de Fútbol, fundada en 1927 o del Comité Olímpico Mexicano fundado en 1923. A diferencia de lo que sucedió en otros países latinoamericanos que consolidaron con unos años de anticipación sus instancias organizativas, como en Argentina, en donde su asociación de fútbol, con serios altibajos, ya funcionaba a finales del siglo XIX, en México el deporte organizado no logró afirmarse sino hasta que el régimen del PRM-PNR-PRI se robusteció.

Los clubes de fútbol en México han existido desde la década de 1890, pero a lo largo de las primeras tres décadas es imposible hablar de una liga propiamente nacional establecida y, más bien, lo que existe son ligas locales y/o regionales, además de encuentros ocasionales entre los clubes de diferentes ciudades. El caso del club de fútbol América es paradigmático de este proceso. De ser un club creado por alumnos de clase media que cursaban sus estudios en instituciones particulares, pasa a formar parte del consorcio mediático Televisa, a finales de los años cincuenta. En el libro conmemorativo de los 87 años de la fundación del club se lee que éste “[...] se ha convertido en el equipo más popular de México y uno de los mejores del continente” y “comenzó a escribir su historia en una reunión celebrada el 12 de octubre de 1916” (VEGA, 2003, 17). Según el sitio oficial del club en el internet, “Récord” es el primer nombre del

club, al cual se le denominó posteriormente “Unión”, para finalmente adoptar el nombre “América” en 1920².

La década de los treinta es una que no redituó grandes triunfos para el club y éste casi regresa a las fuerzas inferiores de la llamada Liga Mayor. En 1943 debuta en el circuito profesional que también es establecido en ese año. Con un palmarés bastante precario y comenzando a forjar la rivalidad con el club Guadalajara, el América es adquirido en 1959 por la familia Azcárraga. Este hecho marca sensiblemente el desarrollo institucional y, por ende, de la afición del club América de fútbol.

Emilio Azcárraga Milmo traza las nuevas directrices del club y establece la infraestructura a través de la cual el club se convertiría, en la jerga popular, en el equipo *millonario*. Cuando éste hombre de negocios compró al club “estableció normas y principios para reorientar el camino y conducir al equipo por la senda de la prosperidad y el éxito deportivo. Para lograrlo, Emilio Azcárraga Milmo, que sabía todo de los negocios, en 1961 designa a Guillermo Cañedo de la Bárcena, que sabía todo acerca de fútbol, como Presidente del América, con la encomienda de «hacer del América un equipo ganador y el más importante de México, recuperar el sitio que por tradición le corresponde»” (Vega, 2003, 23).

A principios de la década de los sesenta y a través de Guillermo Cañedo, los Azcárraga recomponen al club y comienza la época de las “vacas gordas”, realizando contrataciones extranjeras de alto costo económico como las de los brasileños Moacyr y Zague, entre otros.

Es muy importante señalar que Azcárraga Milmo siempre tuvo en mente la explotación comercial del fútbol a través de la televisión. Esto, evidentemente, marcó de manera indeleble al sistema profesional de fútbol, ya que el América, a diferencia de lo que sucedió con otros

² http://www.esmas.com/clubamerica/infos_club_america/historia/

equipos, fue incubado desde los niveles más altos del poder económico y político del país. Dicen al respecto Fernández y Paxman:

En cuanto al club América, Azcárraga fue muy directo con Cañedo: no quería que el club fuera simplemente exitoso, quería que fuera un equipo amado u odiado por los aficionados al fútbol, un equipo que inspirara una gran rivalidad con el mejor club de México en esa época, las Chivas de Guadalajara, para así subir los ratings en televisión (Fernández y Paxman, 2000, 101).

Para final de esa década, México se convertiría en uno de los países “estelares” del así llamado “concierto de las naciones”, en la medida en que sería sede en 1968, de los Juegos Olímpicos y en 1970 del Campeonato Mundial de fútbol. Sobra decir que la situación política nacional distaba mucho de la imagen que el régimen priísta expusó al exterior del país.

Esta relación Priísmo-Televisa posibilitó la construcción del Estadio Azteca, sede del club América, de varios partidos y las finales de los dos Campeonatos Mundiales llevadas a cabo en territorio mexicano. Nuevamente Fernández y Paxman aseveran que:

A Azcárraga le quedaba claro que construir un gigantesco estadio en México no sólo le generaría gran prestigio, sino daría al país una ventaja decisiva para obtener la sede de la Copa del Mundo, algo que la FMF había venido discutiendo desde 1958. Tampoco le quedaba duda de que el Mundial sería altamente rentable gracias a la televisión, que apenas había empezado a explotar al fútbol (Fernández y Paxman, 2000, 102).

Con la clara cobertura del poder político nacional, recíprocamente beneficiados, el poder mediático, explícitamente Televisa, se convirtió en amo y señor de los destinos del fútbol profesional mexicano. La pasión (exultante, frenética y agobiante) que genera el fútbol entre una parte de la población mexicana es un elemento significativo para explicar el importantísimo negocio futbolístico, y en el caso mexicano, especialmente el de los llamados equipos “grandes” como el América. Frydenberg apunta en este sentido:

Personajes como Havelange o Ávila han percibido muy bien el cruce entre ambas caras del fenómeno: la pasión -como fundamento motivante del espectáculo del fútbol- activando el enorme negocio mundial. Esta pasión fundante tiene como sustento dos ejes yuxtapuestos: por un lado, el deseo del éxito, por el otro el estilo, o sea el modo en el

que se participa de la competencia y, eventualmente, se obtiene el triunfo (Frydenberg s/p: 2002).

Los jefes del fútbol mundial, y en especial los mexicanos han logrado explotar efectivamente la pasión que genera el deporte del fútbol. No obstante, su actuación ha ido de la mano del Estado y de las diversas instancias que éste tiene a su alcance para establecer los mecanismos suficientes y necesarios para la consolidación del negocio. Podemos afirmar, por un lado, que la mejor de las instancias que el estado mexicano ha tendido para afianzar el negocio futbolístico, cuya principal beneficiaria ha sido la elite oligárgica televisiva, es la de la inacción en ese campo. A menor influencia gubernamental, mejores dividendos comerciales. Los políticos profesionales que han detentado el poder del estado mexicano, simplemente se han dejado consentir con las múltiples prebendas que los negociantes del fútbol les han entregado a cambio de previas concesiones en el terreno mediático y organizativo de balompié nacional. Por otro lado, la elite detentadora de la televisión mexicana maneja a discreción los destinos de la Federación Mexicana de Fútbol, de los clubes y de los jugadores. Por ejemplo, la poca o nula intervención del estado, somete a los jugadores a un *sui generis* estatus laboral y contractual.

Señala Granados Chapa:

Preside la Federación el señor Justino Campeán, que encabezaba el club Necaxa, propiedad de Televisa, y es miembro de las familias reinantes en ese consorcio pues está casado con la señora Hilda O'Farril Ávila, hija que fue de Rómulo O'Farril Naude (que firmaba como Jr., aun después de la muerte de su padre, ocurrida en 1981), fallecido el año pasado y que fue vicepresidente de Televisa, como lo fue también Miguel Alemán que, bajo la autoridad de Emilio Azcárraga Milmo, formaron la segunda generación de propietarios de aquel conglomerado. El vínculo entre el negocio futbolero y el de la televisión es una de las causas de que en ambos se practique la extraterritorialidad (Chapa s/p: 2007)

Los dueños de los clubes hacen y deshacen a su gusto contratos comerciales, publicitarios y laborales. Al respecto, continúa Granados Chapa con certeza en su columna editorial:

El régimen laboral es inobservado en los clubes comerciales de balompié. Los convenios de trabajo, salvo los de algunas estrellas, son leoninos y la Federación ha resistido con éxito la formación de un sindicato y la firma de un contrato colectivo. En el ámbito del derecho administrativo, los clubes que funcionan en los estados suelen participar en acuerdos que privatizan indebidamente el patrimonio público representado por los locales construidos por gobiernos que otorgan privilegios, con frecuencia desconocidos por el público, a los empresarios futboleros. Tampoco se afanan en cumplir su propia legalidad interna, como lo enseñan las infracciones en curso en el servicio de arbitraje (Granados Chapa s/p, 2007).

Como vemos hasta aquí, el Estado mexicano (por presencia o ausencia) ha participado en la formación de las organizaciones y estructuras del deporte mexicano. En el caso del fútbol, con apoyos velados, ausencias notables y en muchas ocasiones explícitas colaboraciones, el Estado ha jugado un papel fundamental en el desarrollo del circuito profesional. En el caso del club América, como veremos, el apoyo del Estado (muchas veces velado e indirecto) a la camarilla propietaria de la empresa Televisa, ha marcado su “identidad”.

2. El sistema de rivalidades en México

América: el villano de la película.

Así, con el aura del dinero y del poder, la etapa contemporánea del Club de Fútbol América se consolida y, podríamos decir, se inventa desde la década de los sesenta. Según el periódico *El Universal*, Azcárraga, una vez que compró el club al empresario refresquero Isaac Besudo dijo a los integrantes del equipo: “Yo no conozco de futbol, pero sí de negocios y vamos a hacer del América un gran equipo. Desde este momento aplicaremos una política que no puede ser cambiada: si ya existe un equipo con ideal firme, que es Guadalajara, el muchacho lindo de la película, ahora vamos a producir al villano. Y el malo tiene que contar, necesariamente, con jugadores extranjeros valiosos” (Rincón, 2001).

De esta forma, el sistema de rivalidades futbolísticas en México se fue forjando de manera dialéctica entre los discursos y prácticas emanados de la élite y sus contrapartes en los sectores

populares. El aspecto regional es muy importante, pero no exhaustivo para entender la conformación de las rivalidades futbolísticas en México. Si bien es cierto que las Chivas manifiestan una dicotomía casi perfecta, por su origen jalisciense, con respecto a los equipos capitalinos, esta característica sería insuficiente para entender el complejo entramado de las rivalidades del fútbol mexicano. El América no sólo complementó a las Chivas en su relación geográfica, sino que se caracterizó en un plano de moralidad y política que se reflejó en la dicotomía héroe-villano, concebida por los dueños del club y la televisora. En este sentido, la observación de Magazine es pertinente:

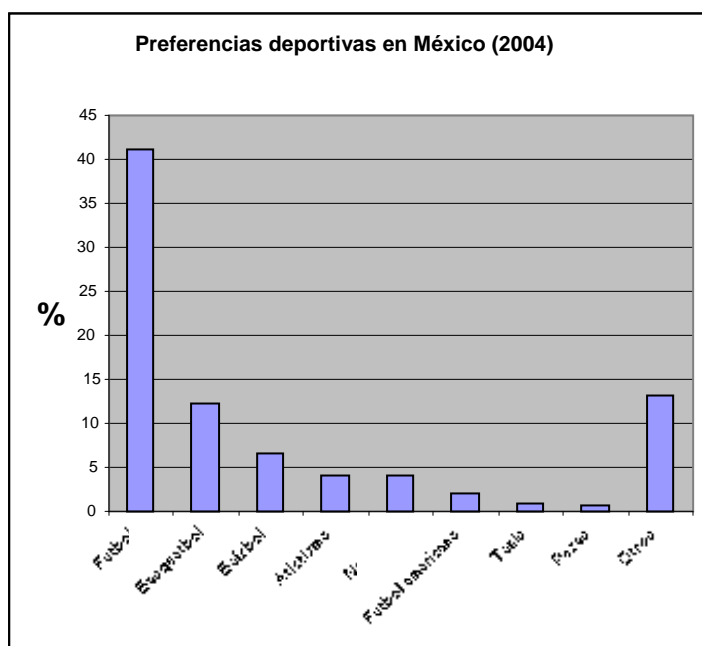
[En sus conversaciones casuales con aficionados de los cuatro equipos] surgían afirmaciones estándar explicando la elección de equipo. Los aficionados del América enfatizan el hecho de que el equipo 'tiene los mejores jugadores'. Los aficionados de las Chivas apuntan que el equipo sigue un credo de 'puros mexicanos refiriéndose al hecho de que alinea solamente jugadores mexicanos. Los aficionados al Cruz Azul con frecuencia hacen algún tipo de referencia a una asociación con la clase trabajadora. Y finalmente, los aficionados de los Pumas mencionan la filosofía del equipo de 'puros jóvenes'" (Magazine, 2008, 22).

Podemos ver que los aficionados del América consideran que tener a los mejores jugadores es básico para su identificación con el club. En un ejercicio preliminar, con poca validez metodológica, pero que fue utilizado como un instrumento exploratorio y de presentación ante la afición americanista obtuve las siguientes respuestas:

A la pregunta expresa de cuál es la característica principal del club, de los 18 cuestionarios aplicados, 11 (61.1%) dijeron que el club tiene a los mejores jugadores o es el más grande. Algunos más, 3 (16.6%), señalaron que el América no le es indiferente a los aficionados al fútbol en México, es decir o lo aman o lo odian (que hasta cierto punto equivale al papel de villano que le endosó Azcárraga).

Sin embargo, la rivalidad futbolística en México no está constreñida exclusivamente a los equipos "grandes", por supuesto, pero el peso que ellos tienen en el porcentaje de las preferencias

es abrumador. Antes de avanzar en este aspecto mencionaré los números de las preferencias deportivas en México. Según la consultora Mitofsky, estos eran los números en 2004 (Consulta Mitofsky 2004: 2).



Fuente: Consulta Mitofsky

Como lo indican estos números, el fútbol es el deporte favorito de los mexicanos, que traducido a cifras reales rondaría cerca de los cincuenta millones de personas que en un grado u otro le dan seguimiento a la liga profesional de fútbol mexicana. Esta cantidad, según la misma empresa ha aumentado en los últimos años y se encuentra en el orden del 61% de mexicanos que se dicen aficionados al fútbol (Consulta Mitofsky, 2008, 3).

Según otra consultora especializada en mercadeo, para 2008 la configuración porcentual de las aficiones futbolísticas de la primera división en México se leía de esta forma:

América	1
	9.7%
Guadalajara	1

	8.0%
Cruz Azul	7 .9%
Pumas	6 .1%

Fuente: Mercadotecnia Deportiva

Estas cifras contrastan relativamente con las que ofrece Mitofsky, que da los siguientes datos para enero de 2008:

Club	Porcentaje de la afición
Guadalajara	22.7
América	21.8
Cruz Azul	14.0
Pumas	9.8
Atlas	3.1
Pachuca	2.6
Toluca	2.6
Atlante	2.2
Veracruz	1.7
Jaguars	1.6
Necaxa	1.6
Morelia	1.5
Santos	1.5
Tigres	1.2
Monterrey	1.0
Tecos	0.6
Puebla	0.6
Otros	0.1
Ninguno	2.4
Ns/Nc	7.4
Total	100

Fuente: Consulta Mitofsky

Para Magazine y Ramírez, las distintas conformaciones de los sistemas urbanos reflejan los diferentes patrones de rivalidades entre los equipos de fútbol y para el caso mexicano “la distribución del aficionado y del odio hacia otros equipos al nivel nacional es inseparable de un fuerte centralismo de poder político y económico” (Magazine y Ramírez, s/f). En otras palabras, las relaciones de poder que se han establecido entre las ciudades y regiones mexicanas, con la

predominancia indiscutible de la Ciudad de México y su área urbana, se ve reflejada en la configuración de las rivalidades futbolísticas en el país.

En discusiones con el grupo que conforma el Seminario sobre Estudios Socioculturales de Fútbol en la Ciudad de México, fue posible realizar la observación que una de las formas más elocuentes de manifestar el centralismo mexicano es simplemente obviando la adscripción geográfica del mismo. Ninguno de los clubes de fútbol de la capital que hayan o jueguen actualmente en la liga profesional se han adjudicado el gentilicio (que por cierto no existe, sino en acepción despectiva: chilango) de la Ciudad de México. Los Pumas son de la UNAM. El Cruz Azul no es originario del D. F, sino del estado de Hidalgo. Necaxa es un río y una presa que permiten la generación de electricidad fuera de la Ciudad de México. El Atlante nunca se afianzó en el D. F. y ha mantenido su diáspora hasta la fecha (actualmente juega en Cancún). El América no es formalmente conocido por su estatus de “chilango”. Esta diferencia es radical en los equipos que no son de la capital: las Chivas son “el” Guadalajara, al igual que el Atlas “de” Guadalajara. El Pachuca, sobra decir de dónde es, tanto como el Monterrey, el Veracruz, el Toluca, el Puebla y el San Luis. Los Tecos son de la Universidad Autónoma de Guadalajara. Santos, de Torreón. Los Indios, de Ciudad Juárez. Los Jaguares, de Chiapas.

Ante este panorama es posible ver que los equipos de la capital mexicana se adjudican sin ambages una adscripción que rebasa sus confines regionales o locales y simplemente, ante la ambigüedad del gentilicio “de México”, el cual denota tanto a la ciudad como al país, adoptan gustosamente la dimensión nacional. De esa manera, cuando en los últimos años, los clubes radicados en el D. F. juegan torneos internacionales, la presentación de los mismos patentiza su estatus extraterritorial: los Pumas de México, el Cruz Azul de México y el América de México. Para ellos, bienvenida esa ambigüedad que, a diferencia del despectivo “chilango”, les permite subir en la escala de representación pasando de lo regional a lo nacional.

Una vez que he determinado ciertas coordenadas teóricas, históricas y geográficas, pasaré, entonces, al abordaje etnográfico (ciertamente preeliminar) de las varias organizaciones de aficionados al club de fútbol América.

3. Apuntes preliminares del trabajo de campo

El Estadio Azteca

El Estadio Azteca, como se ha mencionado, es la sede futbolística del club América. En él juegan todos los partidos en calidad de local. Esta enorme infraestructura, que puede albergar a hasta 105 mil aficionados, está ubicado al sur de la ciudad de México, específicamente en la colonia Santa Úrsula Coapa, en la Delegación Coyoacán. El estadio fue diseñado por los arquitectos Pedro Ramírez Vázquez y Rafael Mijares Alcérreca. Fue inaugurado en mayo de 1966, con el partido entre el América y el Torino de Italia.

Para llegar a él existen diferentes formas: a través de vehículos particulares que pueden ser estacionados en cualquiera de los cuatro lotes disponibles alrededor del estadio o en las calles circunvecinas, en la cuales el resguardo, cuidado y limpieza de los autos se ha convertido en un negocio no sólo para los vecinos del inmueble, sino para los policías que permiten y avalan tales prácticas. Otra forma de llegar al estadio es a través del sistema de transporte público. En este caso se puede acceder por medio del tren ligero, el cual tiene una estación denominada “Estadio Azteca” y realiza su conexión más importante con el del metro de la ciudad de México en su terminal Taxqueña. Esto es relativamente importante, ya que muchos de los aficionados organizados en las porras o barras realizan sus traslados al estadio bajo esta modalidad. Una vía más de acceso es por medio del transporte colectivo concesionado o popularmente conocido como “micros”.

Es de gran notoriedad, en el transcurso de una jornada de partido, lo cual se abordará con más detalles posteriormente, la presencia policíaca en los alrededores y dentro del estadio. Como en el caso de los revendedores, la presencia de la policía varía en número y forma dependiendo del encuentro que se vaya a realizar, de tal suerte que en los partidos considerados como de mayor riesgo (especialmente contra Pumas), la presencia y movilización de la policía es más extensa e intensa que en partidos de menor rivalidad y antagonismo, como lo puede ser contra el Monarcas Morelia.

Según Fábregas, en sus observaciones de campo en el Estadio Jalisco, sede del rival más importante del América, las Chivas:

Desde fuera del estadio, la gente se uniformiza social y culturalmente frente al objeto de rito sagrado: las Chivas Rayadas. En cierto sentido, esta multitud se ha transformado en una *comunidad interpretativa*, consumidores primigenios del juego del fútbol. Estamos ante los integrantes de un circuito cultural común: la comunidad chiva, los seguidores del rebaño Sagrado (Puig, 2001, 39).

Es importante señalar que dicha aseveración debe ser tomada seriamente en cuenta, ya que al parecer las observaciones que Fábregas realizó en Jalisco contrastan sensiblemente con las que he realizado en la Ciudad de México. En ningún momento he podido observar una “uniformidad” social o cultural entre los aficionados americanistas. De hecho, me resultaría imposible hablar de un “circuito cultural común” americanista. En todo caso, entre los aficionados americanistas siempre están visibles las diferencias de género, de clase y de pertenencia a una “porra” o “barra”, en cuyos senos también se dirimen conflictos de poder y jerarquía.

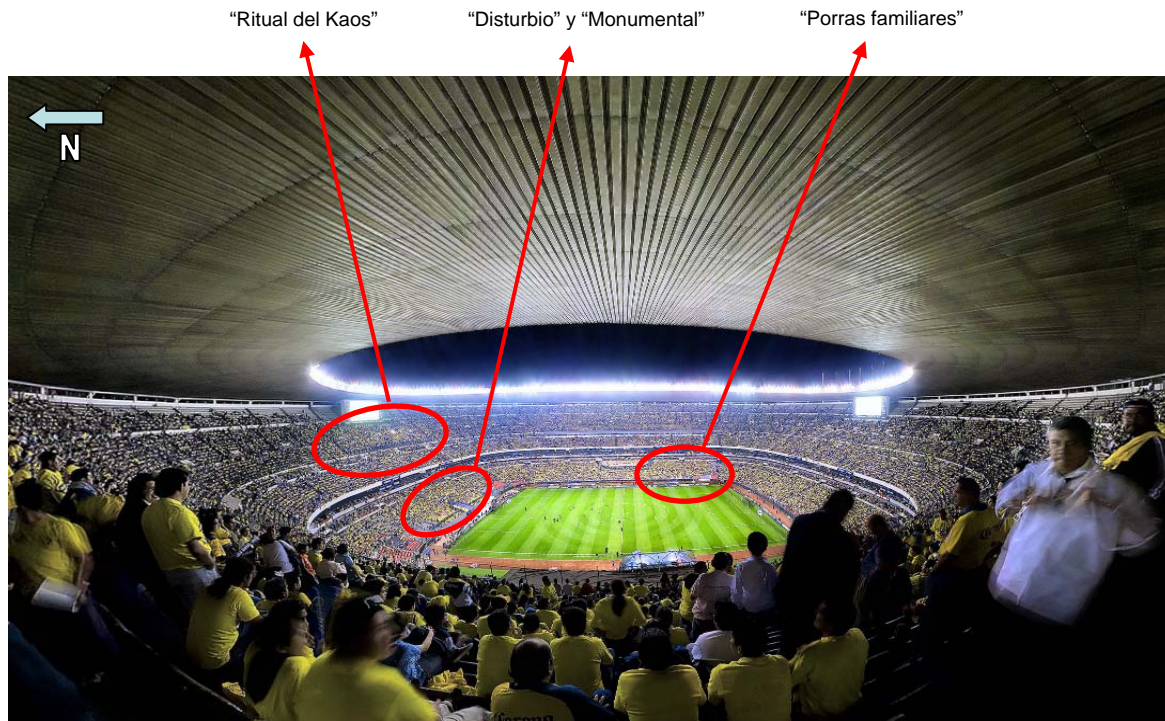
Las diferentes aficiones del club América.

Hay que tomar en cuenta que los resultados de este trabajo son todavía parciales y preliminares. Se basan sobre observaciones directas y participantes que se han realizado a lo

largo del campeonato profesional de la primera división de noviembre de 2007 a diciembre de 2008, por lo que es necesario considerarlas bajo ese tenor.

Los aficionados que asisten de manera consuetudinaria al Estadio Azteca a apoyar al club América de fútbol están organizados en diferentes “porras” y “barras-hinchadas”. Los que se autodenominan como “porras” son personas de mayor edad a las de las “barras”. Dichas “porras” utilizan el calificativo “familiares” para denotar una clara diferenciación con las “barras-hinchadas”, de corte más juvenil.

Distribución de las “barras” y “porras” dentro del Estadio Azteca



Tomado de: <http://i2.esmas.com/estadio-azteca/html/recorrido-virtual/america-arsenal.html>

Las “porras familiares” están conformadas por siete subgrupos. Algunos de los integrantes de estas porras son sexagenarios y septuagenarios, los cuales reivindican una larga tradición afectiva con el club. Ciertos integrantes son más jóvenes y rondan los treinta y cuarentas. La presencia infantil contrasta notoriamente con la nula o baja presencia de niños en las “barras”. No

así la femenina, la cual no es exclusiva de este sector, ya que las “barras” también cuentan con presencia y participación de mujeres.

Por su lado, las llamadas “barras” son básicamente tres: “La Monumental”, “Disturbio” y “Ritual del Kaos”. Las dos últimas son escisiones de la primera, la cual fue creada de forma directa por los dueños del club a finales de los años noventa, en un intento por consolidar una sola organización de aficionados del club. A través de un simple ejercicio de observación directa, es posible ver que la mayoría de sus integrantes son jóvenes adolescentes (algunos que recientemente dejaron la niñez), veinteañeros y algunos cuantos treintañeros. Debido a que algunos de sus integrantes portan pancartas con los nombres de sus lugares de origen ha sido posible determinar que la mayoría de ellos provienen de las zonas y sectores populares de la ciudad de México y su zona conurbada, principalmente del oriente de la ciudad (Iztacalco, Iztapalapa, Ecatepec). Hasta este momento ha sido posible observar que dichas “barras” están organizadas en segmentos territoriales que tienen como referencia las colonias de sus integrantes. Estos segmentos, al parecer, se reúnen en puntos específicos de su colonia (barrio) para desplazarse posteriormente a otros puntos en los cuales se suman otros segmentos de la “barra”, para finalmente realizar una reunión general en las intermediciones del Estadio Azteca.

A diferencia de las “barras”, los integrantes de las “porras familiares” llegan por su cuenta a las afueras del Estadio.

Organización previa a los partidos y una jornada en el Estadio Azteca con las “porras familiares” y las “barras”.

Para este trabajo he decidido mantener con seudónimos los nombres de los integrantes de las porras y barras, pero he mantenido el nombre original de las agrupaciones, ya que de haber utilizado seudónimos para denominarlas le hubiera quitado el sentido de sus propios apelativos.

El primer acercamiento que tuve con uno de los integrantes de cualquiera de las organizaciones de aficionados lo realicé a finales de 2007, con los integrantes de la “Porra Unión”. Como es costumbre, tanto “porras” como “barras” se reúnen en la explanada oriente del Estadio Azteca, bajo la estructura artística diseñada por Alexander Calder denominada “Sol Rojo”.

Los líderes de “porras” y “barras” están obligados a solicitar documentación que pruebe la residencia e identidad de los solicitantes a ingresar a alguna de estas organizaciones (excepto el “Ritual del Kaos”, cuyos integrantes rehúsan abiertamente las credenciales). A quien quiera pertenecer a alguna de ellas le solicitan copias fotostáticas de la credencial de elector, comprobante de domicilio, de la Clave Única de Registro de Población, dos fotografías y un pago mensual de cerca de \$100. Estos documentos, posteriormente, son remitidos a las oficinas del club, en el cual, previa cita general (es decir que todos los solicitantes acuden el mismo día) les son requeridos los papeles, se les toman huellas digitales y se les fotografía. Con estos datos, presuntamente enmarcados en la *Ley para Prevenir la Violencia en los Espectáculos Deportivos en el Distrito Federal*, publicada en mayo de 2006, el club hace una credencial por cada integrante de las porras y barras (Disturbio y Monumental). Dichas credenciales son entregadas a los líderes de las “porras” y “barras” un par de días antes de cada encuentro como local. Así, todos los integrantes se reúnen con los líderes de cada organización en el punto señalado y ahí reciben su credencial, la cual será canjeada en la entrada del estadio por un boleto.

A las afueras del Estadio Azteca



Fotos del autor

La observación directa de estos grupos organizados de aficionados permite señalar que la mayor parte de las actividades que realizan están pautadas y establecidas bajo ciertas rutinas clara e inobjetablemente instauradas por la directiva del club, las autoridades de la ciudad de México y por los liderazgos de cada “porra” o “barra”. Esto, no quiere decir que no existan acciones “espontáneas” y/o particulares en cada partido. Según Archetti, el fútbol (incluyendo los aficionados) es una “zona libre” (Archetti 2003, 19 y Archetti, 2001, 12), en la cual las *desviaciones* morales y corporales también existen, hasta cierto punto. Es un ámbito en el cual los arquetipos no siempre responden a la rectitud del comportamiento moral, ni a la ortopedia corporal, política o social dominantes. Así, lo que se ha observado es una relación dialéctica entre rutina, reiteración y control vertical, por un lado, y espontaneidad, *desviación*, improvisación y contrasentido, por el otro.

Un ejemplo para lo anterior. A lo largo de los días de partido es posible observar a los aficionados en la rutina del viaje, de la adquisición del boleto, de la entrada al estadio, de la secuencia ordenada de cánticos y gritos, etc. Pero al mismo tiempo es posible observar las contingencias particulares de cada jornada. A lo largo de la temporada apertura 2007, el club se

mantuvo en los últimos lugares de la tabla de competencia del torneo nacional y el nerviosismo y desencanto se apoderaron de muchos aficionados. La desaprobación hacia los directores técnicos (que se sucedieron al mando del equipo) y jugadores, era notoria. Por otro lado, el club mantuvo un buen nivel en las competencias internacionales, clasificando a la final de la Copa Sudamericana, lo cual representó grandes satisfacciones de los aficionados. Las bromas que intentan ocultar la tristeza de la derrota o acrecentar la satisfacción del triunfo son muestras de la espontaneidad en la que se mueven.

Regresemos, no obstante, a la descripción de una jornada prototipo. José y Diana son los líderes de la “Porra Unión”. Él es un hombre de unos 40 ó 41 años, alto y de gran talla. Trabaja en el sector eléctrico. Ella es una mujer de unos 28 años. Son pareja, pero no están casados. Él tiene un hijo de unos 20 años que asiste de manera interrumpida al estadio. Todos los días de partido, llegan con unas cuatro o tres horas de anticipación, ya que el club los cita en el estadio para determinar el número de entradas que se les proporcionarán para esa jornada. No todas las entradas se realizan por medio del canje de credenciales por boletos. Algunos aficionados pueden acercarse a los líderes de “porras” y barras” y con la copia fotostática de una identificación se les anexa una contraseña que (momentos antes el club les entregó a los líderes) pueden canjearla por un boleto. Este es uno de los elementos fundamentales para entender el porqué alguien se interesa en la dirección de una “porra” o “barra”. A través de estas contraseñas y algunos boletos que se les entrega, además de los cobros de mensualidades a los aficionados que cuentan con credencial, los líderes como José y Diana obtienen ingresos económicos, los cuales van en función del interés que despierte un partido en particular.

Tanto José como Diana se mueven constantemente alrededor del “Sol Rojo”. Van y vienen a la entrada del estadio. Entregan credenciales, venden boletos, entregan contraseñas. El teléfono celular para estos dirigentes reviste, desde mi punto de vista, un estatus de prestigio e

importancia, y José es asiduo en su uso. Las gesticulaciones y los ademanes demuestran cierta indiferencia al aficionado común que se le acerca, pero nunca al grado de convertirse en ofensiva o impertinente.

Por su lado, los líderes e integrantes de las “barras” se reúnen en el mismo punto. Muchos jóvenes llegan en microbuses o autobuses que sacan de sus rutas normales y que los trasladan a las inmediaciones del estadio. Otros llegan en metro y conectan con el tren ligero, que tiene una estación a las afueras del estadio. Algunos llegan en grupo y unos más de forma individual. Un porcentaje, el cual es difícil establecer, llegan “activando”.³ Otros más han bebido o beben alcohol en la explanada de manera clandestina. Es posible observar a muchos con el torso desnudo mostrando sus tatuajes (algunos relativos a los jugadores históricos del club, con el nombre del club o un águila) o las cicatrices de lesiones que muy probablemente son resultado de riñas o actos de violencia. Sus movimientos y gesticulaciones demuestran una virilidad envalentonada y temeraria. Algunos jóvenes imitan grescas entre ellos, riéndose y empujándose con cierta fuerza. Otros más practican la música que habrán de entonar dentro del estadio. Algunos de estos grupos musicales son verdaderamente orquestales (y los denominan “murgas”, como en algunos países sudamericanos), ya que se componen de unos 10 ó 12 integrantes. Hay tambores de varios tamaños y algunos instrumentos de viento, principalmente trompetas y uno que otro trombón.

Una vez que los integrantes reciben su credencial o contraseña, la entrada de las “porras familiares” al estadio siempre es precedida de una exhaustiva revisión por parte del equipo de seguridad del mismo. Para el caso de las “barras” la situación es aún más severa, ya que es la policía quien realiza la revisión, llegando a niveles extremos. El caso del “Ritual del Kaos”, que

³ El “activo” actualmente (e imagino que es así para pasar inadvertido) es un pequeño pedazo de tela que cabe perfectamente en la palma de la mano y que está impregnado de algún tipo de solvente. He oído

ha decidido mantener un discurso de confrontación con la directiva del club, no tiene credenciales, así que a través de negociaciones permanentes con el club recibe una cantidad variable de entradas, las cuales se reparten entre sus integrantes, previo pago del boleto, que de cualquier forma es menor al precio de taquillas.

Sin embargo, algunos otros de ellos, algunos bajo los efectos del “activo”, “talonean”⁴ su entrada. Por lo que he visto, quienes talonean su entrada difícilmente juntan la cantidad suficiente para comprarla. En buena medida porque el estereotipo asociado al que talonea es el de un joven flojo y vicioso que no se merece la dádiva solidaria. Una vez en la entrada, he podido observar cómo la policía y el cuerpo de seguridad del estadio les solicita quitarse el calzado para demostrar que no se lleva nada dentro de los zapatos o en las carteras. Los pocos niños que entran con las “barras” también son obligados a esta revisión. Sin embargo, algunos comentarios de los integrantes de las “porras” (e incluso de las “barras”) han señalado que estas medidas fueron, en buena medida, generada por los mismos “barristas” y sus actitudes violentas.

La policía está presente en los alrededores del Estadio Azteca. La presencia más notoria de éstos es la de los llamados cuerpos de granaderos, los cuales desfilan entre los aficionados, haciendo muestra elemental de sus capacidades. También se dispone de un Ministerio Público “móvil”, el cual se encuentra debajo del puente vehicular que cruza Calzada de Tlalpan. El número e intensidad de la actividad policíaca varía mucho conforme al partido que se trate. Como ya se mencionó, el encuentro considerado como el más riesgoso es el que enfrenta al América con los Pumas. No obstante, en las observaciones que he realizado durante los encuentros de riesgo, no he podido detectar actos notablemente violentos.

⁴ Desconozco el origen del verbo “talonear”, pero en este caso es sinónimo de pedir dinero a los transéuntes.

La presencia policíaca



Foto del autor.

Dentro del estadio, los aficionados de las porras familiares ocupan la sección sur oriental de la parte baja del estadio. Entre las diferentes organizaciones es posible contabilizar, en un día de partido contra algún rival “fuerte” unos quinientos aficionados. La contabilización es difícil ya que los integrantes de las porras se mezclan con aficionados casuales. Como ya mencioné, los líderes de las porras acceden al estadio unas horas antes para colocar banderas y banderines en las gradas que se habrán de ocupar, apartando los espacios y marcando el lugar en una especie de muestra territorial.

Poco a poco, los lugares se van ocupando. Muchos aficionados americanistas van vestidos con los colores del club, pero esto no es una regla generalizada. A algunos niños los visten con el uniforme completo y es posible observar que varios prefieren utilizar los colores que “Memo” RINCÓN, el portero e ídolo indiscutible de la afición, generalmente viste en los partidos.

Alrededor de media hora antes de iniciar el encuentro, los jugadores entran a la cancha para realizar sus ejercicios de calentamiento. En los momentos en que el equipo local ingresa, la

afición responde con porras de aliento. Guillermo Rincón y Salvador Cabañas han sido, a lo largo de las tres más recientes temporadas, los jugadores que más atención tienen y reciben aplausos y buenos comentarios. Cuando el equipo visitante ingresa recibe rechiflas, mentadas de madre y gritos descalificadores (“putos”, “pinches culeros”, “chinguen a su madre”, etc). Algunos de estos jugadores son blancos especiales de insultos y atraen fuertemente la atención de los aficionados. Básicamente, estos jugadores son las “estrellas” de los equipos rivales o que han jugado en las Chivas, Cruz Azul, Pumas o en el propio América. En el partido contra Santos de Torreón, el portero Osvaldo Sánchez fue increpado fuertemente por varios de los integrantes de las porras.

Las “barras” entran en la cabecera norte del estadio. En la parte baja, están el “Disturbio” y “La Monumental”. En la parte alta, el “Ritual del Kaos”. Como ya mencioné, las dos primeras entran por medio de credenciales y sus liderazgos están muy bien sincronizados con la directiva del club. No es menester de este trabajo preeliminar entrar en detalles, pero sí apuntar algunas consideraciones generales sobre estas organizaciones. Por ello es imposible dejar de señalar que los liderazgos de “La Monumental” y “El Disturbio” tienen engarces de beneficio mutuo. Por un lado, varios de mis informantes afirman que los liderazgos de estas dos barras reciben una buena cantidad de boletos y entradas gratuitas (por lo menos nominalmente) o a precios muy bajos, tal vez varios cientos o hasta un par de millares, para colocarlos en una especial y más o menos complicada reventa. Ya señalé que varios de los integrantes del “Disturbio” y “La Monumental” están *credencializados*, lo cual les permite entrar al estadio cambiando su credencial por un boleto, el cual está por debajo del precio normal de taquilla. Además, los integrantes con credencial pagan cuotas mensuales, más o menos bajas, para mantener su membresía a la barra. Esto es lo que un integrante común y corriente recibe a cambio de su asistencia permanente. El dinero producto de estas transacciones lo reciben, en una proporción, los líderes y en otra (que

desconozco el porcentaje), el personal del club encargado de llevar a cabo las negociaciones con las barras y porras.

Sin embargo, los liderazgos de las barras reciben también, de forma directa, boletos de cortesía que ellos venden al mejor postor (generalmente a precios inferiores a los de taquilla). Un porcentaje de esas ganancias es para ellos y otros para el club y sus directivos. Otra forma de hacerse llegar recursos económicos es a través de una sustitución del titular de la credencial. Es decir, haciéndolos pasar por el titular, los líderes, previo pago, ofrecen credenciales a quienes lo soliciten, de tal forma que puedan ingresar. Huelga decir que en partido de alta convocatoria, los precios aumentan y los regateos también.

Los integrantes del “Ritual del Kaos” se mueven de forma más o menos independiente. Sin embargo, también reciben apoyos indirectos del club, como boletos a mejores precios o para entrar a estadios de otros equipos. Los líderes como la mayoría de sus integrantes hablan de las bondades de ser una barra “independiente” y se adjudican el mote de la “hinchada⁵ popular”. Aseguran que su “fiesta” y “colorido”⁶ son auténticos y que no responden a los intereses de la directiva, de ahí que quienes ingresan y permanecen en la organización dicen ser auténticos aficionados del equipo y no oportunistas que ven en el club una oportunidad de hacer negocio.

Para los ojos del profano y no iniciado en estas prácticas, todos los aficionados americanistas son iguales. Sin embargo, hay los organizados y los no organizados. Dentro de los organizados están las porras y las barras. Dentro de las porras familiares hay subgrupos. Entre las barras hay tres grandes organizaciones (aunque algunos informantes afirman que “La Monumental” es más un mote que una verdadera organización y que en realidad los líderes del

⁵ En América del Sur, “barra” e “hinchada” son términos que definen más o menos lo mismo, es decir, al grupo de animación.

⁶ Fiesta, colorido, carnaval son palabras que usan para referirse a los cánticos, coreografías, musicalizaciones y otros elementos de apoyo al club.

“Disturbio” son quines controlan lo que queda de esta organización) que se diferencian entre ellas. Cada una de las organizaciones establece criterios de comportamiento que se reflejan en sus prácticas morales y corporales.

Las variedades de aficionados en el estadio

En las temporadas motivo de este texto, los partidos de la liga local han comenzado, generalmente, a las 16:00. Las del 2008 han sido las peores temporadas en varias décadas para el club. No han calificado a la liguilla por el título y en la clausura 2008 el equipo quedó en el último lugar de la tabla general. Esto se ha reflejado sensiblemente en la afición. Sin embargo, la forma en que la decepción es asumida, varía entre los grupos.

En las porras familiares

A pesar de que el club ha mantenido su vieja política de contrataciones muy caras y de jugadores extranjeros, en las gradas, los aficionados de las porras familiares realizaron comentarios que fueron una mezcla de “ahora sí vamos a salir de la mala racha”, “*pinche*⁷ X (el club ha tenido cerca de cuatro cambios en la dirección técnica) no ha hecho nada”, “en este partido sí le tienen que poner *güevos*⁸ estos cabrones (los jugadores)”, etc.

En todos los partidos, el micrófono local pone en los altavoces la parte del himno americanista que entona un “América...”, el cual es cortada abruptamente para que los aficionados, al ritmo de las percusiones contesten con un “...Águilas”, repitiendo esta secuencia unas dos o tres veces. Por lo general, en estas temporadas, la porra reaccionó con cierta displicencia a este llamado del sonido local. Fue común que José y Susana ingresaran al estadio

⁷ “Pinche” es una forma despectiva de referirse a un sujeto, en este caso a un determinado director técnico del club.

⁸ Escribo la forma “güevos” en lugar de huevos, porque me parece que la acentuación de la palabra es más cercana a esta forma y le da un sentido más literal a los testículos, que son finalmente el objeto al que se refieren.

una vez que todos los integrantes de la porra ya estaban dentro. En una especie de pasarela, José observaba a sus afiliados y se dejaba observar por ellos, condescendiendo o recriminando con las miradas y los ademanes. Saludaba, abrazaba y llamaba por celular. El “chacoteo”, es decir la farsa y el doble sentido, comenzaban formalmente. “Ahí te habla tu hijo”, le gritaron a José, señalándole a uno de los jugadores del equipo contrario. “Perro”, les respondió, queriendo decir que primero preferiría ser perro que el padre de tal jugador. Los allegados rieron ante los albures y los dobles sentidos.

Ricardo, otro de mis informantes clave, de la cual es su fundador original, se levantaba y observaba a Gerardo, el líder de la porra familiar más grande. Sus miradas se cruzaban y se lanzaban señales para sincronizar sus movimientos. “A ver señores. Que se oigan esas porras”, gritaba Ricardo, bajo la mirada siempre fija de José. “Una, dos, tres”, les indicaron Ricardo y Gerardo a los integrantes de las porras. “Águilas (percusiones), Águilas (percusiones)”, gritaban al unísono los integrantes de las porras familiares.

Como he señalado, estas temporadas fueron decepcionantes para la afición americanista que integraba las porras familiares y, por lo general, los gritos de alegría fueron escasos y la mayor parte del tiempo éstos mostraron descontento y frustración. Durante los encuentros, se repartieron algunos artículos como tubos de plástico que se inflaban y servían para intensificar el aplauso. Ninguno de estos mecanismos de incentivo emocional pudieron revertir el desánimo generalizado.

Lo que quiero señalar como sobresaliente en este caso es que los aficionados de las porras actúan de forma diferente si se les compara con las barras. Una primera clasificación ya la realicé en cuanto a la composición de edades. En estos grupos, la composición etaria cruza una gama amplia. La “Porra Unión” tiene integrantes infantiles, adolescentes, adultos y seniles. De ahí mismo que la caracterización más importante de este grupo es su propia identidad “familiar”.

Con ello establecen una serie de pautas morales, sociales y políticas que deben seguir sus integrantes. La jerarquía vertical y las relaciones clientelares que se establecen dan una conformación específica. La muy relativa pasividad que guardan en el estadio es muestra de ello. Los integrantes, es decir sus cuerpos, están bajo una lógica de control que da una sensación de tranquilidad y serenidad, difícilmente observable en las barras. Sus integrantes parecen estar más atentos a los avatares de los partidos. La compostura se pierde al calor de la angustia y la emoción que provocan las jugadas. Sin embargo, ni el alcohol ni la “pasión” se “desbordan” al máximo.

Los hombres adultos, muchos de los cuales se hacen acompañar de sus familiares (esposas e hijos, principalmente) y/o amigos beben cerveza o de vez en cuando algo “más fuertecito”, cuando de forma clandestina introducen alguna botella con licor destilado (ron o brandy, principalmente, los cuales combinan con refrescos de cola). Sin embargo, nunca pude observar a ningún miembro (se puede decir) “completamente borracho”. Lo que los demás integrantes piensan de ellos les importa y más aún si se considera que muchos llevan entre veinte y treinta años asistiendo al estadio, cada quince días. De un “buen” comportamiento, bajo ciertos criterios morales, depende que sigan accediendo al estadio. Golpear o provocar un altercado mayor es algo que la mayoría dice evitar, aunque es recurrente que algunos de los miembros de la porra también relaten peleas y “broncas” en el pasado. Por lo general, aseveran que sus peleas fueron en sus épocas “de jóvenes” y que siempre fueron con “honor” y “respeto” hacia los rivales. “Cuando uno se peleaba, te dabas unos golpes; uno contra uno y ahí moría”, dice uno de los miembros rememorando alguna pelea en el Estadio Azteca hace varios años. “A veces se extendía entre otros más y se armaba la campal, pero nada de armas”, me dijo. “Ahora, los chavos de las barras están tan mal [drogados, presumo que quiere decir] que ya no respetan y por cualquier cosa te quieren golpear o robar. Ya no tienen el honor de antes”, también me comentó.

Al interior de la “Porra Unión” he observado cómo airadamente alguna vez un integrante poco asiduo fue enfrentado verbalmente por otros integrantes, de tal forma que fue corrido del lugar por no estar apoyando al club como ellos esperaban. En otra ocasión, un aficionado de las Chivas del Guadalajara fue agredido de palabra y casi físicamente por José, el líder de la porra, que en esa ocasión bajó frenéticamente entre sus camaradas y sobre las gradas para perseguir al aficionado contrario. Sin embargo, José se contuvo y pudo contener a sus allegados, de tal forma que no pasó a mayores

No obstante, el discurso de los integrantes de la porra es de tolerancia y de aceptación respecto a los rivales y a los aliados. Los adultos y viejos de las porras, de hecho, ven con desdén y suspicacia a los aficionados de las barras y de muchas maneras los descalifican como “verdaderos aficionados”. Son: “viciosos”, “agresivos”, “violentos”, “maleantes”, “drogadictos”, entre otros calificativos. Asimismo para los integrantes de las porras, los jóvenes de las barras han degradado el espectáculo futbolístico ya que “nunca ven el juego”, “siempre están borrachos o drogados” y “sólo van al estadio a hacer desmanes y se la pasan brincando y gritando”. Si bien es cierto que mis informantes de las porras familiares por lo general matizan con un: “... bueno, no todos ¿verdad?”, también rematan su idea con: “Pero la mayoría sí”.

Según he podido observar, estos grupos de animación quisieran ver a los aficionados americanistas “hermanados”, como una gran familia que apoyase al club viniendo al estadio, observando ecuánimemente los juegos, comportándose ordenadamente y demostrando su pasión por el club a través de su consignas (porras) y banderas, y no a través de actos que identifican como violentos o agresivos.

En las barras

Como ya lo he mencionado, las barras son diferentes entre sí. El “Ritual del Kaos” se asume como la “hinchada popular” (porque se ubica en la zona de precios populares, es decir la más alta) y por ingresar a través del túnel 48 del estadio se le denomina también como la banda, hinchada o barra del “48” o la “popular norte”. “El Disturbio” y “La Monumental” entran por el túnel 8 de la parte baja y están *credencializados*, por lo que su ingreso y ubicación en el estadio es diferente a la del “Ritual del Kaos”.

Estas agrupaciones, por regla general se respetan y las agresiones físicas entre ellas son mucho menos comunes de lo que se puede pensar en primera instancia. Sin embargo, han existido conflictos que se han manifestado físicamente y que han derivado en “broncas campales”. Ya también he señalado que la mayoría son varones jóvenes, por lo que las relaciones internas están cruzadas por una masculinidad muy competitiva y a veces agresiva o burlona.

Para sus integrantes, ser un verdadero y auténtico aficionado americanista no es solo asistir al estadio o ver los partidos por televisión. Ser americanista implica respetar e identificarse con la “grandeza” del club a través de una permanente y esforzada labor física y moral. Para ellos, la (supuesta) pasividad de los demás aficionados es un síntoma negativo del aficionado. Mantenerse de pie, agitar las manos, cantar, gritar y llevar música, banderas, globos y otros artefactos al estadio son “verdaderas” muestras de la pasión que ellos dicen sentir por el club.

Las barras tienen subgrupos especializados para la música, que es un elemento fundamental para sincronizar los gritos y cánticos de aliento hacia el club. Estos grupos, llamados “murgas” interpretan canciones que, por lo general son modificaciones de otras canciones ya conocidas entre la mayoría de sus integrantes. A diferencia de las porras y de los aficionados no organizados, muchos de los integrantes de las barras muestran sus torsos desnudos y los tatuajes

alegóricos al club: águilas, retratos de viejos o actuales jugadores y el logotipo del club modificado.

Para ellos “pasión” es soportar buenas y malas rachas del equipo; es soportar (casi hasta el martirologio) cantando y de pie todo el encuentro; es “rifársela”⁹ ante los grupos antagónicos cuando se “dan un topón”¹⁰ o cantando y gritando durante los partidos, para no ser “copados”¹¹ o considerados “amargos”¹². En una palabra, es demostrar el aguante o *awante*¹³ de sus integrantes. Así, una consigna que sintetiza la visión del aficionado americanista integrado a una barra es la del: aguante azulcrema, que incorpora la perspectiva del aguante con los colores del club.

El discurso de la “grandeza” de un club que no gana

A continuación, intentaré dar un panorama general de cómo este desánimo y frustración en las temporadas del 2007 y 2008, generaron contradicciones y vicisitudes en las prácticas y discursos de los aficionados con respecto al concepto de grandeza que ostentan ellos y la elite dirigente del club, al igual que las estrategias y salidas prácticas a esas contradicciones.

Como he mencionado, el concepto de “grandeza” está íntimamente ligado a la historia oficial del club y a las intenciones propiamente comerciales de colocarlo como el “villano” de la película. Tanto en el estadio, como en otros espacios en los cuales el americanismo está presente, tales como los distintos foros de opinión en el internet, el estereotipo del poderoso y gran villano está presente. En la página de internet llamada odiamemas.com, en un artículo firmado por “FIN” se lee lo siguiente:

⁹ En México “rifársela” o más comúnmente “rifarse un tiro” es asumir los enfrentamientos físicos con valentía, incluso si se pierde.

¹⁰ “Darse un topón” es enfrentarse a un grupo rival en cualquier lugar de la ciudad.

¹¹ Sobrepasados.

¹² “Amargo” es el antónimo de la festividad, el colorido y carnaval.

¹³ Entre los grupos de barras mexicanas se ha popularizado el término “aguante” de origen sudamericano, que básicamente significa soportar adversidades físicas, sociales y culturales de cualquier índole, demostrando valentía, empuje y honor. En la jerga escrita el término ha derivado en “awante”.

Desde que tengo uso de razón, ya sea en la escuela, con los vecinos, en el trabajo y hasta en la calle, he oído que la primera defensa de los llamados antiamericanistas para hablar mal del América, o en su defecto, para desprestigiar su ENORME historia (historia llena de logros como ningún otro equipo en México tiene) es gritar a los 4 vientos que la historia del América está llena de corrupción, haciendo alusión a que la mayoría de los campeonatos del equipo más importante de México son o han sido «comprados» (FIN s/f. Mayúsculas en el original).

Es posible apreciar en esta cita algunas cuestiones que he logrado observar en el estadio. En primera instancia, los aficionados del América definen al club como el referente indiscutible de la liga profesional y se solazan de ello. “El América no puede quedar fuera de la liguilla. Ya verás cómo en el último partido el América va entrar, porque lo van a arreglar. No les conviene que quedemos fuera. Hay mucho dinero de por medio y necesitan al América para que la gente vaya al estadio”. Esto me comentó José en la penúltima fecha del torneo Apertura 2008 (en noviembre) cuando el América todavía podía disputar su clasificación a la liguilla por el título (postemporada *sui géneris* que disputan sólo ocho equipos). Al final, el equipo no clasificó y las entradas a los estadios de los clubes que sí clasificaron y los *ratings* de televisión demostraron que no es necesaria la presencia del América para atraer un número considerable de aficionados.

La “ENORME (así con mayúsculas) historia” del club es otro de los elementos discursivos que se encuentran presentes entre los aficionados del club y que se encuentra en contradicción con los malos resultados recientes. “Todos los equipos tienen sus malas rachas, pero sólo los grandes regresan. Ya pronto va terminar ésta. Ya hemos pasado por unas cuantas y al rato vamos a estar disputando el título”, me dice José con un tono de seguridad profética.

Otro elemento muy importante con el cual los aficionados han intentado salir de la condición contradictoria actual la articuló discursivamente Esteban, otro de mis informantes clave y que se considera a sí mismo como un aficionado “obsesivo” del club:

Sí, el América ha andado muy mal en estos torneos. Eso le pasa a todos los equipos. No hay uno solo que no haya tenido una mala racha. Pero al América, esté como esté en la tabla, siempre le van a jugar a muerte. Al América todos le quieren ganar. Y sí, en estas temporadas casi todos nos han ganado, pero sabes qué: ni las Chivas, ni el Cruz Azul, ni los Pumas nos ganaron (en el clausura 2008). Con las Chivas empatamos, al Cruz Azul le ganamos y los Pumas también. Así es que se la pelaron con nosotros y eso que andamos como andamos. Eso salva toda la temporada.”

Atrapados por su “tradicción inventada” y su realidad desalentadora, los americanistas navegan contracorrientes. Por un lado, la grandeza sostenida en el discurso de la elite directiva y gustosamente aceptado por las bases de aficionados, choca con la “frialdad” de los números y de los fracasos recientes. Para lidiar con ello, los aficionados americanistas generan discursos y prácticas que les permiten “resolver” las contradicciones intrínsecas a la naturaleza de la rivalidad creada en el ámbito futbolístico.

De esta forma, los americanistas (afianzados a una *utopía* conceptual —la “grandeza”— que no guarda referentes en su estilo de juego y que en todo caso atrae del centralismo político mexicano y del poder económico, social y político de Televisa sus elementos fundantes) encuentran en la cotidianeidad de su afición la burla, el odio, el desprecio y el vituperio de sus antagonistas: “Por ejemplo, los aficionados de los Pumas frecuentemente exclaman ‘*Estos colores me dan asco*’, cuando se refieren a un aficionado en el jersey azulcrema del América” (Magazine 2001: 196).

La respuesta no espera y en contraposición, los aficionados cremas aducen, entre otras estrategias, al *aguante* y a la capacidad gonadal para enfrentar lo que en el discurso simplemente no puede ser resuelto. “Somos gallinas (como les dicen para caricaturizar a las águilas) porque ponemos güevos”, responden en sus pancartas. La “grandeza” del club, coyuntural en gran medida, no puede ser sostenida de manera permanente, como lo demuestra esta crisis institucional, pero para el imaginario americanista, la utópica y omnipresente “grandeza” no está discusión y se manifiesta permanentemente ya no en la cancha sino en los “tamaños” del aguante

y de la expresión gonadal de los aficionados. Eso, por lo menos, es una propuesta explicativa preliminar.

4. A manera de conclusión

Este es un escrito esencialmente exploratorio y no cuenta más que con algunas reflexiones y apuntes parciales. Queda mucho por investigar acerca de la “cultura” americanista. La presencia en el Estadio Azteca, el acercamiento a algunos de los miembros en posiciones privilegiadas dentro de las “porras” y “barras” han permitido realizar observaciones particulares sobre algunas prácticas rutinarias (y espontáneas) de los asistentes a los encuentros del club América.

La historia oficial e institucional del club ha generado discursos y conceptos tales como los del “villano” y del dinero como signos identificadores del club. La afición, en sus prácticas y discursos retoman los conceptos, pero los resignifican y reconfiguran. La actual crisis institucional ha sometido a la afición a una especial circunstancia: la “grandeza” discursiva del club no corresponde con los números y por lo tanto, las estrategias para solventar dicha contradicción toma múltiples salidas. El trabajo etnográfico a penas me está llevando por ciertas pistas.

Aunado a un más profundo análisis etnográfico se deberá indagar más en la historia de la afición azulcrema. En trabajos posteriores será posible trazar con mayor detalle algunos de los aspectos de la afición americanista, sus prácticas y la importancia que tiene ésta en el contexto de rivalidades en el fútbol mexicano y de las identidades generadas por y en relación a ella.

Bibliografía

ARCHETTI, Eduardo P. 2001. *El potrero, la pista y el ring: Las patrias del deporte argentino*, Buenos Aires. Argentina: Fondo de Cultura Económica.

_____. 2003. *Masculinidades: fútbol, polo y tango en la Argentina*. Buenos Aires, Argentina: Antropofagia.

VEGA, Valeria D. (directora de proyecto). 2003. *Águilas del América. Cronología de un equipo campeón*, México: AM Editores.

Consulta Mitofsky. 2004. “Fútbol en México. El deporte más popular”, *Encuesta nacional de septiembre*. Tomado de http://www.consulta.com.mx/interiores/99_pdfs/12_mexicanos_pdf/mxc_NA20040925_Futbol.pdf

_____. 2008. “Fútbol soccer en México. ¿Chivas, águilas o cuál es el equipo más querido?”, *Encuesta nacional de enero*. Tomado de http://www.consulta.com.mx/interiores/99_pdfs/12_mexicanos_pdf/20080120_NA_Futbol.pdf

PUIG, A. F. 2001. *Lo sagrado del Rebaño. El fútbol como integrador de identidades*, México: El Colegio de Jalisco.

FIN (seudónimo) (s/f), “Mitos que rodean al América”. Tomado de http://americayya.com/rivalidades/index.php?columna_id=4

FERNÁNDEZ, Claudia. PAXMAN, Andrew. 2000. *El Tigre Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*, México: Raya en el Agua-Grijalbo.

FRYDENBERG, Julio. 2002. “Los clubes deportivos con fútbol profesional argentinos y el tipo o formato social bajo el cual se organizan: asociaciones civiles o sociedades anónimas. Aportes para un debate acerca de realidades y modelos ideales, pasiones e intereses”, *Revista Digital EF Deportes*, agosto, número 51. Tomado de <http://www.efdeportes.com/efd51/clubes7.htm>.

CHAPA, M. A. G. 2007. "Fútbol, territorio autónomo" en *Etcétera*, 9 de marzo. Tomado de <http://www.etcetera.com.mx/pagranados03ne77.asp>

MAGAZINE, Roger. RAMÍREZ, Jaques (s/f). "Fútbol, rivalidades y regiones. Los casos de México y Ecuador", mimeo proporcionado por los autores.

MAGAZINE, Roger. 2008. *Azul y Oro como mi corazón. Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*, México: Afinita-Universidad Iberoamericana.

_____. 2001. "«The colours make me sick»: America FC and upward mobility in Mexico". En Armstrong, Gary y Richard Giulianotti (eds.). *Fear and loathing in world football*, Reino Unido: Berg.

RINCÓN, Raúl. 2001. "América: historia íntima de un sueño", *El Universal*, 12 de octubre.

Tomado de http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/version_imprimir.html?id_nota=39435&tabla=deportes

QUINTANILLA, Susana. 2008. "La educación en México durante el período de Lázaro Cárdenas 1934-1940". *Documentos Departamento de Investigaciones Educativas* Núm. 62. Tomado de http://biblioweb.dgsca.unam.mx/diccionario/htm/articulos/sec_31.htm