



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL ESTADO DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

GÉNERO Y FUTBOL: LAS AFICIONES FEMENINAS DEL DEPORTIVO TOLUCA F.C.

TESIS

Que como requisito para obtener el título de:

Licenciada en Sociología

Presenta:

Sandra Lorena Padilla García

Directora:

Dra. Norma Baca Tavira

Toluca, Estado de México

junio de 2016

Agradecimientos

A mis profesores y profesoras por el apoyo y conocimiento brindado durante la licenciatura.

A mis padres por su apoyo incondicional en cada etapa de la vida, por su esfuerzo, amor y paciencia.

A mi hermano por haber estado en los momentos difíciles, por todo el apoyo, asesorías y aprendizaje.

A mi hermana por su nobleza, apoyo y comprensión.

A mi familia por estar siempre presente.

A mis amigos y amigas por todas sus palabras de aliento, por su apoyo y amistad durante todos estos años.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	2
GÉNERO Y FUTBOL. LAS AFICIONES FEMENINAS DEL DEPORTIVO TOLUCA F.C..	6
CAPÍTULO I.....	17
1.1 GÉNERO Y DEPORTE.....	17
1.2 HISTORIA DEL FUTBOL MEXICANO	22
1.3 LAS AFICIONES EN EL FUTBOL MEXICANO	27
CAPÍTULO II	32
2.1 ¿QUÉ ES EL GÉNERO?.....	32
2.2 LA CULTURA DEL FUTBOL MEXICANO	37
2.2.1 FUTBOL: CULTURA E IDENTIDAD	40
2.3 SOCIOLOGÍA DEL DEPORTE	41
2.4 MUJERES EN EL FUTBOL MEXICANO	44
2.5 INCORPORACIÓN DE LAS MUJERES EN EL FUTBOL MEXICANO	50
CAPÍTULO III.....	53
3.1 CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIOCULTURAL DEL DEPORTIVO TOLUCA F.C.	53
3.2 AFICIONADOS AL DEPORTIVO TOLUCA F.C.	56
CAPÍTULO IV	59
4.1 ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA EL TRABAJO DE CAMPO.....	59
CAPÍTULO V.....	64
5.1 AFICIÓN.....	64
CONCLUSIONES.....	80
FUENTES CONSULTADAS	85
ANEXOS.....	90

INTRODUCCIÓN

El fútbol en México es más que solo un deporte, se trata de un hecho que involucra todos los aspectos de la vida. Es una forma de manifestación humana, el juego mueve masas, involucra sentimientos, pasión, identidad, etcétera. El fútbol es una compleja red que entrelaza a la economía, la política, la religión, el deporte y el espectáculo.

Este deporte no solo cobra gran importancia en nuestro país, sino que se ha convertido en una actividad de relevancia mundial. El mundial de fútbol es el evento deportivo que reúne a más personas que los juegos olímpicos, considerando que también es uno de los espectáculos que genera mayores ingresos económicos.

La presencia del fútbol no solo se encuentra cada ocho días en un estadio, una cancha de fútbol o en la televisión; el fútbol se ha convertido en un fenómeno cotidiano que se está presente en el cine, la literatura, el arte, investigaciones científicas y sociales, etcétera.

El fútbol es hoy en día el centro de la atención mundial, no sólo de aquellos interesados en los resultados de los partidos, sino también de una amplia gama de escritores, artistas e investigadores. Éstos han logrado hacer del fútbol un objeto de análisis además de un objeto de deseo y pasión (Carrión, 2006: 30).

Al entender al fútbol como un fenómeno mundial, son muchas las personalidades de distintos ámbitos que se han involucrado en él. Fernando Carrión (2006), se encargó de hacer una recopilación de frases que permiten dar cuenta de la importancia de este deporte.

El fútbol es realmente el fenómeno más universal, mucho más que la democracia o la economía de mercado, de las que se ha dicho que ya no tienen fronteras, pero que no consiguen rivalizar con su extensión.

Pascal Boniface

Trabajarás cinco días a la semana, como dice la Biblia. El séptimo se lo dedicarás al Señor. El sexto día es para el fútbol.

Anthony Burgess

Después de muchos años durante los cuales el mundo me ha permitido vivir experiencias variadas, lo que sé acerca de la moral y las obligaciones de los hombres se lo debo al fútbol.

Albert Camus

Para el esteta, el fútbol es una forma de arte, un ballet atlético. Para el que tiene inclinaciones espirituales, es una religión.

Paul Gardner

El fútbol es un reino de la libertad humana ejercido al aire libre.

Antonio Gramsci

La poesía, porque ésta tiene algunas obligaciones con el hombre: tenemos que saber entender los suplicios del amor para ser definitivamente humanos, y entre los suplicios está la mujer; la música, porque sin ella seríamos verdugos de nuestra memoria; el whisky, porque es el detonante de la melancolía, y el fútbol, para que el corazón sufra y paguemos nuestros

pecados. Ver el fútbol brasileño jugando con equipos internacionales es como cumplir una penitencia.

Vinicius De Moraes

El primer régimen que instrumentalizó el fútbol fue el fascismo de Benito Mussolini; (...) Mussolini fue el primero en considerar a los jugadores del equipo de Italia como soldados al servicio de la causa nacional.

Ignacio Ramonet

El fútbol es el deporte de la pasión y toda pasión es peligrosa.

Maximilian Schell

El futbol no es un asunto de vida o muerte. Es algo mucho más serio.

Bill Shankly

Todas estas frases permiten reflexionar sobre el significado que tiene el futbol en la sociedad. Va más allá de un espectáculo deportivo, representa los sentimientos de toda una nación, es un medio que permite el desfogue de los individuos, crea lazos entre aficionados y jugadores.

El futbol está presente en la cotidianeidad de la sociedad, sin embargo, esto no significa que sea un deporte incluyente. Este deporte históricamente ha sido un juego y espectáculo de y para hombres. Todos los involucrados en el futbol: jugadores, directivos, médicos, afición, comentaristas, auxiliares, preparadores físicos y utileros son principalmente hombres. Por esta razón ellos son los que destacan en esta actividad.

Existe presencia de las mujeres dentro de este deporte, aunque no tienen las mismas oportunidades de crecimiento y proyección que los hombres. Es difícil escuchar o ver que las mujeres se destaquen practicando este deporte, dirigiendo algún equipo, siendo parte de un club, que se le reconozca como una verdadera aficionada o que tenga las mismas oportunidades de participación dentro de los programas deportivos.

En este trabajo de investigación se resalta la importancia del fútbol en México y se enfoca en evidenciar que a pesar de ser un deporte con la mayor afición en el país, no existe igualdad de oportunidades en el fútbol, no se encuentra una equidad de género dentro de este. Siendo una actividad tan significativa en la sociedad, las mujeres siguen estando a un menor nivel que los hombres dentro del mundo de fútbol.

Siendo el espacio deportivo, en específico el fútbol, una muestra más de la existencia de la reproducción de estereotipos de género en la sociedad mexicana. Tomando en cuenta que en México los estudios de género han ido tomando importancia, las políticas públicas son reflejo de ello, sin embargo, es un tema que no se ha logrado concientizar en la colectividad.

GÉNERO Y FUTBOL. LAS AFICIONES FEMENINAS DEL DEPORTIVO TOLUCA F.C.

La participación de las mujeres en los deportes, es un fenómeno que se fue dando a partir de las constantes luchas y movimientos de las mujeres por abrirse espacio en actividades fuera del hogar y ocupar los espacios públicos, específicamente, a partir de la incorporación de las mujeres al campo laboral.

Las mujeres fueron adquiriendo oportunidades para participar en las actividades consideradas para hombres. El deporte, es una de las actividades que históricamente era considerada apta únicamente para los hombres. Los roles de género han determinado las actividades que le corresponden a cada sexo. Es por ello que a las mujeres se les ha puesto de un lado y a los hombres de otro, es decir, que las actividades de uno y otra se separan, lo cual también determina las conductas que cada uno debe obedecer.

Con la distinción entre los géneros las actividades para las mujeres eran específicas, ellas solo podían estar presentes en el ámbito privado, es decir en el hogar, mientras que los hombres estaban presentes en el ámbito público: en el trabajo, escuela, actividades recreativas, entre otros. Estas diferenciaciones de espacios de acción llevaron a que fueran solo los hombres los que pudieran formar parte de los deportes.

En el siglo XX, las mujeres contundentemente reaccionaron ante esta situación. Después de las olimpiadas realizadas en Praga 1930, se integró la Federación Internacional de Atletismo, la cual de manera oficial da cabida a las mujeres a los deportes. Más tarde, en 1992, Alice Millat, fundó los Juegos Olímpicos Femeninos en París, basados únicamente en el atletismo.

En México la historia de los deportes se da desde las sociedades prehispánicas, en donde se practicaban deportes como la Carrera de Arihueta, Juego de la Mancuerna, Aros y otros. Estos juegos eran practicados por ambos sexos, sin distinción de género, como el Juego de la Caña de Maíz, Lucha Tarahumara,

Romáya, Juego de los Bastones, Pelota Mixteca, Zancos, Control de Argolla, Olote que vuela o Juego del Corozo, algunos de los cuales se practicaban con equipos mixtos (Inmujeres, 2005).

Con ello es posible dar cuenta que las mujeres sí tuvieron presencia en los deportes desde la época prehispánica, sin embargo, conviene aclarar que desde entonces, las mujeres no tenían las mismas oportunidades de participación y desarrollo dentro del deporte. Ellas solo podían participar por determinado tiempo y su participación era minimizada y limitada por su condición de género.

En el ámbito futbolístico, las mujeres han tenido una participación limitada, pues a pesar de que con el transcurso del tiempo se han ido incorporando a este deporte, las oportunidades de crecimiento y participación no han sido las mismas que las de los hombres, de igual modo, la afición a este deporte era considerada como un asunto de hombres.

El fútbol guarda como relevancia para los varones la de ser un espacio de educación sentimental. El fútbol enseña, sin perjuicio aparente, la tristeza de haber perdido, la pasión de alentar al equipo y el amor por «la camiseta», la violencia de defender el cuadro o la bandera: en suma, las pasiones humanas –amor, odio y todo el espectro que las conecta–.

En este espacio, los varones se permiten manifestaciones que nunca harían en otros ámbitos: el varón, al haberse hecho cargo de las ideas de la Ilustración, perdió para siempre la posibilidad de experimentar, en el espacio público, el in-control de sus pasiones (Conde, 2008:123).

El fútbol y otros deportes son espacios de desfogue, en el cual se permite a los hombres desahogarse, expresar los sentimientos que fuera de un espacio deportivo le son limitados. Debido a su condición de género y a su educación, no es permisible que los hombres muestren o expresen sentimientos como el llanto o tristeza en algún otro ámbito, sería señalado por los estereotipos existentes, de igual manera es en estos espacios en donde puede demostrar el carácter que se le ha formado para proteger y defender.

Para las mujeres la situación es diferente, la educación que ellas reciben les permite expresar sensibilidad. Los espacios en los que ellas se desenvuelven principalmente permiten la expresión de sus sentimientos con libertad. Así como existe una educación y socialización diferente entre hombres y mujeres, hay una separación de espacios por género.

Sigue existiendo una diferencia entre las actividades deportivas de hombres y mujeres, una división entre ellos y una condición específica para cada sexo en los deportes. La separación y diferenciación entre los sexos en el deporte, impiden que se encuentren en condiciones de igualdad. Ambos sexos siguen cumpliendo con su rol de género, distinguiendo entre lo masculino y lo femenino.

Se continúa produciendo la idea de que hombres y mujeres tienen distintas capacidades, se conserva la idea de fragilidad de las mujeres. Sin embargo, a partir de los planteamientos de Conde (2002) damos cuenta de que el fútbol o el deporte es el espacio en el que ellos también muestran fragilidad.

En el ámbito deportivo, los hombres pueden mostrar esos sentimientos que les son reprimidos en otros espacios por la sociedad. Es en este espacio en el que se les permite manifestar el desfogue de aquellos sentimientos que les son reprimidos.

En el fútbol se abrió un espacio importante a las mujeres con las ligas femeniles, sin embargo, éstas no tienen la importancia que tiene la liga varonil, pues no son tomadas en cuenta por los medios de comunicación ni por los y las aficionados/as. Se sigue reproduciendo la idea de que este es un espacio para hombres, ellos son los que saben jugar, juegan mejor, saben más del tema, etcétera.

En este sentido, Mariana Inés Conde (2002:127), hace referencia a Archetti (1985), quien nos dice que “el fútbol forma parte no solo de las dimensiones más generales de una sociedad y su cultura sino que, paralelamente, se relaciona con la construcción de un orden y un mundo masculino, de una arena, en principio, reservada a los hombres. En América Latina el fútbol es un mundo de hombres, es un discurso masculino con sus reglas, estrategias y su moral.” Es un espacio

que muestra la construcción y el orden social a partir de una cultura patriarcal o machista. En otros continentes la situación no es distinta ya que son los hombres los que dominan el futbol, tanto en la administración, en la cancha y aficiones.

Como se ha reconocido, el futbol no solo se trata de un deporte, el futbol tiene gran importancia ya que se trata de un tema cultural y de identidad dentro de la sociedad. Galeano (1995) nos plantea esta idea, él considera que el futbol es una especie de religión en América Latina por la importancia que tiene dentro de nuestra cultura, ya que no solo se trata de un juego, sino que llega a ser un tema de patriotismo. Desde sus comienzos se daban encuentros entre los distintos equipos de los países europeos y latinoamericanos, y lo que se defendía ahí eran los colores de la bandera de su país.

El futbol tiene tal importancia en la cultura que incluso se le ha llamado o ha sido visto como una religión por la gran aceptación que tiene en nuestra sociedad.

“Religión es pasión, es fe –“creo porque es absurdo”–, es ritos, cánticos, proclamas de la verdad única, asistencia a las catedrales –el estadio–, culto a los santos –los jugadores prodigiosos, Pelé, Ronaldinho, Messi o Maradona, o en nuestro ámbito doméstico, el Campeonísimo, los once hermanos, Casarín, Pepe Delgado, Hermosillo o Cuauhtémoc–, peregrinaciones –cómo olvidar la romería tapatía en el último campeonato de chivas–, sumos sacerdotes no siempre bien vistos por la feligresía –las federaciones–, mucho de negocio y supercherías, propaganda, pecado y demonios –de la tramposa mano de Dios al club América, que entre el bombardeo de las mentiras mediáticas sobre su grandeza terminó, hay que admitirlo, como un grande de verdad”(Del Castillo, 2013: s/p).

La importancia del futbol en la sociedad mexicana es tal que en una encuesta realizada en enero del 2015, el deporte con mayor aceptación y mayor afición es el futbol soccer con 53.8% de la población mexicana que muestran interés por

esta disciplina deportiva, seguido del box con 33.2% y del béisbol con 26.7%¹. (Consulta Mitofsky, 2016).

El interés que muestra gran parte de la sociedad mexicana al fútbol, permite entender el surgimiento de las aficiones o hinchas, como forma de manifestación de apoyo a los jugadores y a algún equipo. Las aficiones o hinchas son de gran importancia para este deporte, Galeano (1995:13) nos dice que los hinchas se consideran parte del equipo, “se saben que son el número doce, que es él quien sopla los vientos del fervor quien empuja la pelota cuando ella se duerme, como bien saben los otros once jugadores que jugar sin hinchada es como bailar sin música.”

En este contexto, la afición femenina en México se ha incrementado, específicamente en algunas regiones; esto se debe a las estrategias mercadológicas a las que recurren los clubes. Santos Laguna, Tigres y Monterrey, son solo algunos de los clubes que iniciaron con el lanzamiento de playeras rosas, esto aunado a las diversas campañas de la Federación Mexicana de Fútbol en contra del cáncer de mama, tal campaña fue promoviendo el interés de los clubes para atraer a las mujeres de este modo.

Conviene aclarar que el lanzamiento de las playeras rosas especialmente para las mujeres surge a partir de la connotación que se le da a este color en la construcción social de lo femenino. El color rosa se ha construido como un símbolo de representación de las mujeres ya que representa delicadeza, estética y pureza, características que identifican lo femenino.

Pero el interés de las mujeres por el fútbol no solo se debe a las campañas publicitarias y estrategias mercadológicas de los clubes y los medios de

¹ La encuesta fue realizada del 15 al 17 de enero de 2016, entre la población mexicana mayor de 18 años con credencial para votar residentes en el territorio nacional en viviendas particulares. La muestra fue tomada en 100 secciones electorales en todo el territorio nacional, en cada sección se escogieron dos manzanas (o grupo de viviendas en caso de áreas rurales), en cada una de las manzanas cinco viviendas y en cada vivienda un mexicano mayor de edad con credencial para votar vigente. El tamaño de la muestra fue de 1,000 mexicanos mayores de 18 años con credencial para votar, cada mes. El estudio fue llevado a cabo en viviendas particulares a través de entrevistas “cara a cara” utilizando como herramienta de recolección de datos un cuestionario, previamente estructurado mismo que es aplicado por personal calificado para esa labor (el cuestionario no es de auto-llenado).

comunicación. En palabras de Roger Magazine, “Las mujeres se acercan cada vez más a los espacios de la masculinidad, sin dejar de ser ellas mismas, ni abandonar rasgos de su rol tradicional” (Magazine *et al.*, 2012:269). La presencia de las mujeres en todos los ámbitos de la vida cotidiana, ha permitido tengan acercamiento y se sean visibles en otros entornos como el deportivo. Se integran y son parte de este espacio masculino pero con las limitantes de su condición de género.

A pesar de la aparente apertura y aceptación de las mujeres en este campo deportivo, siguen existiendo prejuicios sobre el papel que tienen ellas dentro del fútbol. Esto lo podemos entender a través de Conde (2002) quien después de un estudio realizado en Argentina, expresa que la relación de la mujer con el varón en el marco de este territorio específico (hinchas en el estadio), no es una relación necesariamente marcada por la confrontación ya que asumen diferentes modalidades según el eje sobre el que se esté operando.

Es decir, todavía no se toma en serio la participación de las mujeres como aficionadas al fútbol porque se considera que no tienen los mismos conocimientos y la misma pasión por el fútbol que los hombres. Aunque se ha aumentado el número de aficionadas a este deporte, aún se cuestiona el interés de las mujeres por este deporte.

Se pone en tela de juicio su capacidad intelectual para comprender este deporte. Muchos hombres consideran que el interés de las mujeres por el fútbol se centra en el físico o atractivo de los futbolistas.

Una encuesta realizada en 2009 por la firma Short+Mark entre más de 20,000 personas en 21 países reveló que el sexo femenino representa el 38 por ciento de los aficionados al balompié en el mundo. ‘Los tiempos en los que el fútbol era seguido exclusivamente por hombres ya son historia’, escribió en la investigación Hartmut Zastrow, director ejecutivo de esta empresa. El incremento es evidente sobre todo si se compara con un sondeo realizado en 2003 en el que investigadores de la Universidad de Coventry, en Inglaterra, encontraron que el porcentaje de mujeres en el estadio era del 20 por ciento.

Según el periodista Daniel Samper Pizano, es verdad que hay una tendencia creciente de las mujeres amantes del futbol, 'y esto obedece a que, gracias a los primeros planos de la televisión, las mujeres descubrieron a los futbolistas' (Semana, 2010: s/p).

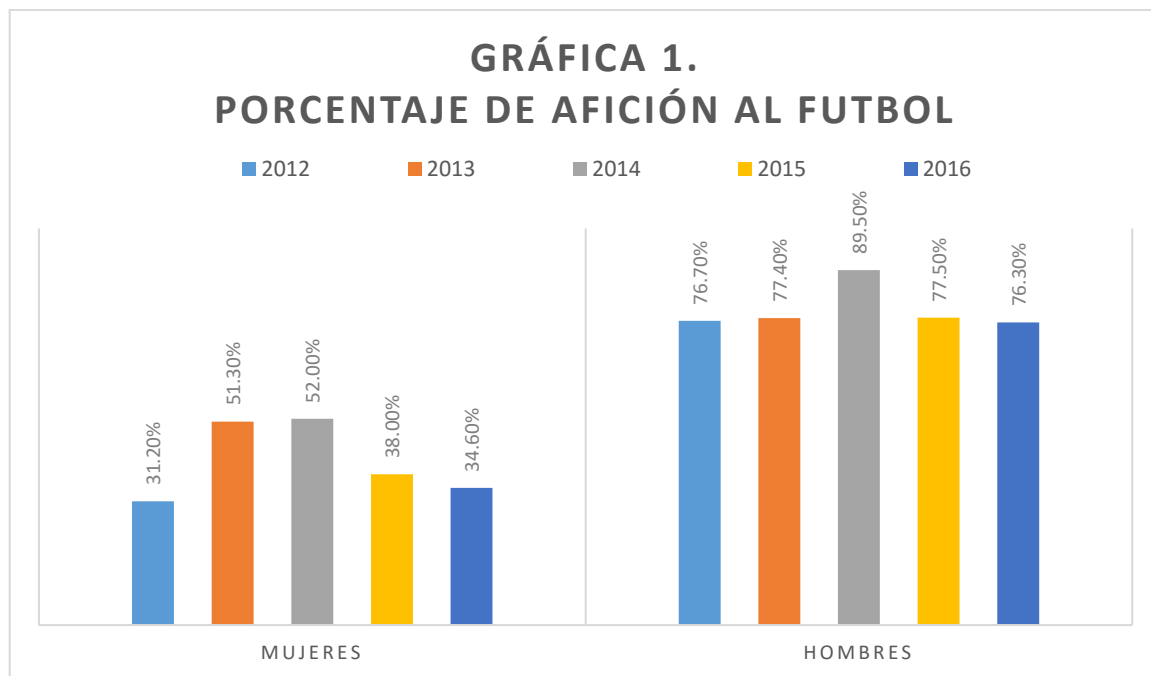
El incremento de la afición femenina del futbol en México, lo podemos observar a través de los resultados que nos muestra la Consulta Mitofsky de los últimos cuatro años, que indica que mientras en el 2012 la afición femenina era de 31.2%, en 2013 creció en más de 20 puntos porcentuales, y pasó a ser del 51.3%. En 2014, era el 52% sin embargo, en 2015 la afición al futbol tuvo un decremento de 14 puntos, por lo que las aficionadas al futbol fueron del 38%. Para este año, se registró una baja de dos puntos porcentuales en la afición al futbol, y la femenina bajó al 34.6%.

El decremento de la afición se debió a los malos partidos y resultados que se fueron dando en los torneos. La falta de goles, de encuentros llamativos o espectaculares y de la participación de los equipos más populares o con más seguidores en torneos intencionales, así como la falta de competitividad fueron algunos de los factores que intervinieron para que parte de la sociedad mexicana perdiera el interés por el futbol.

Tabla 1.
Porcentaje de afición al futbol

	2012	2013	2014	2015	2016
Mujeres	31.2%	51.3%	52.0%	38.0%	34.6%
Hombres	76.7%	77.4%	89.5%	77.5%	76.3%

Fuente: Elaboración propia con base en resultados de Consulta Mitofsky: La Afición al Futbol Soccer en México 2013, 2015 y 2016.



Fuente: Elaboración propia con base en resultados de Consulta Mitofsky: La Afición al Fútbol Soccer en México 2013, 2015 y 2016.

Estos números reflejan el interés de las mujeres por pertenecer a este espacio, visitan, actúan y tienen la misma o mayor afición a un equipo que los hombres. Aunque las mujeres pueden tener distintas motivaciones por las cuales asistir a un estadio y vestirse de los colores de un equipo. Por gusto al fútbol, por acompañar a sus novios, esposos o familiares, por tradición familiar, por ver a los jugadores o por curiosidad debido a la importancia sociocultural de éste deporte

En función de las consideraciones anteriores, la pertinencia de este estudio, tomando como referente a las aficiones de 15 a 29 años, justificando la elección de esta población por los datos arrojados en la Consulta Mitofsky (2013), los cuales demuestran que el 67.3 de la afición mexicana se encuentra entre los 18 y 29 años.

En consideración con los datos anteriores, es necesario especificar el tipo de aficiones que serán analizadas en este trabajo. Tomaremos en cuenta a las aficiones que asisten a los estadios, ya que es en este espacio en donde puede

notarse la relación que existe entre hombre y mujeres, la posición que ocupan las mujeres como aficionadas y el motivo de su asistencia a los estadios.

Con el contexto planteado anteriormente, formularemos la siguiente pregunta de investigación:

¿Cómo se han ido incorporando las mujeres en el mundo futbolístico, como aficionadas a este deporte y cuál es su posicionamiento ante las aficiones masculinas?

En función de esta interrogante central, nos planteamos la siguiente hipótesis:

Las mujeres han aumentado su participación en los estadios: a) atendiendo a una apertura por parte de los clubes y sus estrategias mercadológicas, b) por gusto al fútbol, para adquirir un poco del poder de los hombres y recibir el reconocimiento de los hombres aficionados a este deporte, sin embargo, tal apertura y aceptación sigue siendo parcial.

Objetivos de conocimiento

Objetivo general:

Conocer el posicionamiento de las aficiones femeninas, respecto de las aficiones masculinas del fútbol en el Deportivo Toluca F.C.

Objetivos específicos:

- Analizar la reacción que causa la presencia de las mujeres en los estadios.
- Analizar cuál la posición de los hombres ante la incorporación de mujeres en las barras y porras.
- Comprender a partir de qué surge el interés de las mujeres de Toluca por el fútbol.

A partir de los objetivos planteados en este trabajo de investigación, se realizó una investigación documental y se hizo uso de una metodología cualitativa. Se revisaron textos de investigación científica, textos históricos, recursos electrónicos, se realizó observación participante y se llevaron a cabo entrevistas a profundidad.

La metodología cualitativa permite recabar información para la investigación de forma cercana. A través de las herramientas que esta metodología ofrece, se logra tener interacción con el objeto de estudio que en este caso son las aficiones femeninas del Deportivo Toluca F.C.

A través de la revisión y recopilación documental se obtuvo un contexto general del tema, se rescataron conceptos de análisis y se obtuvieron las herramientas teóricas-metodológicas para el desarrollo de la investigación. Las herramientas cualitativas permitieron complementar el trabajo de investigación a partir del análisis y reflexión de la información obtenida en la observación participante y en las entrevistas hechas a aficionados y aficionadas al fútbol.

En el capítulo I se reúnen tres apartados en los que se contextualiza la relación existente entre el género y deporte, y la historia del fútbol mexicano y la importancia de su afición. Este capítulo da una introducción a los temas centrales del trabajo: género, fútbol y aficiones.

El capítulo II contiene los elementos teóricos desde los que se aborda el tema de las aficiones femenina. En este capítulo se encuentra definido el concepto de género desde el que se posiciona la investigación, así mismo se hace referencia al estudio de la sociología del deporte y la importancia sociocultural del fútbol en México. En los últimos dos apartados del capítulo, se hace referencia a la participación de las mujeres en el fútbol de México.

En el tercer capítulo se incorpora la contextualización histórica y sociocultural en la que surge el Deportivo Toluca F.C. y su afición. En el apartado que hace referencia a la afición a los diablos rojos, se describe cómo es la formación identitaria de la afición con el equipo y sus características y símbolos regionales.

En el capítulo IV se aborda con mayor precisión la metodología que se utilizó para realizar el trabajo de campo, se anexa el cuestionario de entrevista y los criterios de selección de las aficionadas y aficionados que fueron entrevistados para la realización de la investigación.

Por último, en el capítulo V se hace una revisión y análisis de las entrevistas realizadas. Este capítulo da sustento al discurso y las afirmaciones que se realizaron durante todo el trabajo. También se muestran algunas imágenes del trabajo realizado en campo.

La importancia y aporte de este trabajo de investigación es la articulación de la sociología del deporte con la perspectiva de género. Conviene aclarar que la sociología del deporte no es una rama de la sociología que no ha sido muy abordada, sobre todo en México, de ahí la importancia y conveniencia de este estudio.

CAPÍTULO I

1.1 GÉNERO Y DEPORTE

El deporte es un fenómeno sociocultural, no es en vano su implicación en todos los aspectos de la vida, tales como en lo político, económico, cultural, social y la salud pública. Por ese motivo es que en la sociedad actual los medios de comunicación dan un espacio importante a este fenómeno. Es posible observar que los fines de semana en la televisión abierta hay deportes.

El deporte es visto como una válvula de escape para la sociedad, a través de éste se busca aumentar el prestigio de un país, identificarse con cierto grupo o sector social, impulsar la economía. El deporte permite el desfogue del estrés acumulado por la dinámica social en la que se encuentran los individuos.

La importancia del deporte emana de jugadores y espectadores. La capacidad que tiene el deporte para poder a ambos actores del mundo real, es lo que le hace tener gran impacto en la sociedad. Dunning (2003:11-12), sostiene que el deporte es un panóptico invertido, en el que los aficionados, cuyo comportamiento es vigilado y se conoce a la perfección, se convierten en espectadores de jugadores que, en virtud de su completa visibilidad, los aficionados pueden descargar su frustración.

La relación que existe entre los jugadores y aficionados en el deporte, es uno de los elementos que permite su permanencia en el gusto o preferencia dentro de la sociedad y su importancia dentro de ella. Cuando los aficionados sienten afinidad con los jugadores y se cree que hay una relación con ellos, a través de distintas expresiones y sentimientos. Incluso se llega a pensar que esta relación se da a partir de la dependencia que surge entre las personas, a través de los lazos que se crean dentro de un grupo deportivo.

En la modernidad, los deportes son algo más que una competencia por ser el mejor jugador, el que corre más, anota más goles o más puntos. La competencia física ha pasado a otro plano. Dunning (2003), plantea que también son formas de

probar la identidad que, dado que la gente ha aprendido el valor social del deporte, son cruciales para la opinión de sí mismos y su rango como miembros de un grupo. Esto se ve reflejado cuando algún equipo o jugador, gana o pierde, el resultado que se obtenga será crucial para la reacción de las personas, su estado de ánimo y la relación que se establezca con los miembros del grupo, amigos y familiares.

Aunque no solo nos podemos referir a una identidad intergrupala, también podemos dar cuenta de cómo se forman estas identidades a nivel local, nacional o internacional. Cuando se enfrentan jugadores o equipos de distintas localidades o países, se da una rivalidad por defender a su localidad o país; rivalidad que se da tanto entre jugadores como entre aficionados. Esto con el fin de darle una jerarquía y prestigio al lugar al que pertenecen.

El deporte se ha convertido en un elemento importante de las sociedades porque permite la identificación de los individuos con las colectividades a las que pertenecen. Mediante la identificación con cierto equipo o grupo, la gente también se identifica con el lugar al que representa. El deporte presenta la posibilidad de reunión de la gente en un espacio en el que puede crear lazos y sentimientos con los demás.

Retomando a Norbert Elias (1992), es posible dar explicación este suceso. Cuando él habla sobre las sociedades actuales que son tan diferenciadas y complejas, es necesario encontrar el autocontrol individual de impulsos libidinales, afectivos y emocionales, tal control se puede encontrar en diversas actividades, una de ellas es el deporte.

Las numerosas y diversas actividades recreativas, entre las cuales está el deporte, pueden considerarse como medios para canalizar y transformar las tensiones de los individuos, proporcionándoles un escenario ficticio para sentir una excitación mimética de la de otros ámbitos de la vida, pero sin los riesgos que conllevaría dar lugar a estos impulsos en la "vida real" (Gómez *et al.*,2012:3-4)

La gran convocatoria que tiene el deporte se puede ver reflejada en las cifras que se encuentran no solo en la asistencia a los estadios, sino también en las ganancias que generan los deportes. Así mismo podemos dar cuenta de su magnitud al conocer el resultado de la Encuesta Nacional de Hábitos, Prácticas y Consumo Culturales (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [CONACULTA], 2010), en la que se muestra que el tipo de programa televisivo con más preferencia en tercer lugar son los programas deportivos.

El deporte genera ganancias millonarias a nivel mundial y en distintas disciplinas. Los espectáculos deportivos con mayores ingresos son: el súper *bowl* con la obtención de 379 millones de dólares al día, los juegos olímpicos con 176 millones de dólares al día y el mundial de futbol con ganancias diarias de 103 millones de dólares².

Los aficionados y espectadores a estos deportes son los que han permitido que estos se mantengan en ese rango y se generen tales ingresos económicos. En el súper *bowl* 2016 se registró una asistencia de 77 mil asistentes al estadio aproximadamente, en los juegos olímpicos de Londres hubo 40 mil espectadores, solo en la inauguración, y por último, en la copa del mundo Brasil 2014, hubo una asistencia a los estadios de 3,429,873 espectadores, con un promedio de 53,592 aficionados³.

Cuando hablamos de género y deporte, nos referimos a este espacio en el que las mujeres han podido librar una batalla de años para poder realizar ciertas actividades antes consideradas para hombres, y romper con el rol tradicional de género. Ese espacio considerado masculino ya no solo pertenece a ellos, ahora ellas también pueden estar presentes dentro de este de distintas maneras.

A pesar de que el deporte históricamente ha sido considerado como una actividad masculina, hay mujeres que lo realizan, estas mujeres en muchas ocasiones son consideradas masculinas, así como sucede en el caso de los hombres, quienes no

² <http://www.sopitas.com/579933-los-espectaculares-numeros-que-dejo-el-super-bowl-50/#sthash.gg9kYQPt.dpuf>

<http://www.mudosoccer.com>

³ <http://www.marca.com/2014/07/14/futbol/mundial/1405357145.html>

realizan deporte podrían ser considerados femeninos. Sin embargo, esto no impide que las mujeres lo practiquen.

Histórica y culturalmente, se le ha asignado un rol a cada sexo, de acuerdo a estos roles, hombres y mujeres son diferenciados, deben comportarse de distinta manera, realizar actividades específicas y cumplir las funciones que la sociedad les ha asignado. Es por esta razón que no comparten los mismos lugares y actividades.

Desde pequeños nos enseñan a jugar de maneras distintas a hombres y mujeres, las niñas son enseñadas a jugar con muñecas, hacer la comida, ser enfermeras, mamás, etcétera; a los niños los enseñan a ser bruscos, jugar con fuerza, correr, hacer deportes, entre otros. Debido a estos estereotipos que desde pequeños nos forman, el deporte queda ajeno a ellas.

Culturalmente, se puede observar la contradicción existente entre los valores adquiridos e interiorizados en el proceso de socialización y los códigos corporales que se transmiten a través del deporte. De ahí que las mujeres se interesen por la práctica de aquellos deportes donde impera la destreza sobre la fuerza, más acordes con su proceso de socialización; manteniendo ciertos estereotipos ligados a las prácticas deportivas que provocan rechazo tanto en uno como en otro sexo; así, a modo de ejemplo vemos que las mujeres siguen señalando al fútbol, boxeo y rugby como los deportes menos apropiados para las mismas; mientras que, entre los hombres, se rechaza la gimnasia por considerarla femenina (Antunez y Miranda, 2006:4).

Actualmente es aceptado que una mujer practique deportes y que sienta afición a ellos, sin embargo, siguen existiendo diferencias entre hombres y mujeres, el impacto o la importancia que tienen los deportes donde participan ellos y ellas no es la misma. Las mujeres han quedado apartadas, tanto en la práctica del deporte, en las aficiones, los medios de comunicación y la organización.

Como ejemplo de lo anterior, podemos mencionar los recursos y patrocinadores de la copa mundial de fútbol de la selección femenil y la varonil. Hablando únicamente de la selección sub 17, es posible dar cuenta de la difusión que se le

da a uno y otro en los medios de comunicación. Las televisoras y patrocinadores se han encargado de posicionar en un lugar privilegiado a las selecciones menores varoniles, la transmisión de los partidos que se encuentran en las distintas televisoras, se coloca a la selección en primera plana en los periódicos, comerciales de los patrocinadores anunciando sus triunfos, etcétera.

Sin embargo, ello no sucede con las selecciones de futbol femenino. Sus partidos, viajes, glorias o derrotas, no son mencionados. Sus partidos difícilmente son transmitidos, los patrocinadores no entran en la campaña. En la gran mayoría de las ocasiones no existe difusión de información de estos equipos.

También podemos mencionar que, si bien, hombres y mujeres participan en los deportes, hay deportes que siguen siendo considerados masculinos y otros que son considerados femeninos. En el caso de las mujeres se menciona como ejemplo la gimnasia artística o nado sincronizado, en el caso de los hombres, el béisbol o el automovilismo. La participación de hombres y mujeres no se da de igual manera en estos dos deportes, se hace valer la división sexual de las actividades.

Pero a pesar de estas diferencias que aún se encuentran, el deporte se ha convertido en un espacio en el que hombres y mujeres pueden reunirse y convivir. Sin dejar de mencionar lo que esto implica, al ser un espacio mayormente ocupado por hombres, las mujeres corren el riesgo de sufrir acoso sexual, ser víctimas de violencia física o verbal, etcétera.

El acceso a las mujeres en el deporte sigue siendo limitado, no solo en su práctica, también como espectadoras en el deporte. Ellas no cuentan con las mismas oportunidades y facilidades para incursionar en el deporte, se tiene la creencia de que no tienen las mismas capacidades que los hombres. Su imagen cultural de fragilidad y delicadeza, impone otras condiciones para ellas en los deportes.

La participación de las mujeres en los deportes no ha logrado ser igualitaria en diversos aspectos, así como tampoco ha sido reconocida. Es posible dar cuenta

de los diferentes programas y campañas existentes para que las mujeres se incorporen al deporte, sin embargo, todo sigue siendo a una menor escala, y considerando a la mujer de forma distinta a la de los hombres. Este es un problema observable en toda la sociedad, no solo se trata de la falta de reconocimiento de los hombres hacia las mujeres, también incluye a las mujeres.

Ellas tampoco han logrado aceptar y reconocer su participación en los deportes. Perteneciendo a una sociedad machista, en la que hay tantas desigualdades, la minimización de las mujeres es algo que se ha normalizado. Por lo tanto inconscientemente se genera una discriminación hacia las mujeres.

El fútbol es un ejemplo de ello, en las entrevistas que se realizaron a aficionadas y jugadoras de este deporte, mencionaron que el fútbol femenino no es atractivo o de interés para ellas. El fútbol femenino no ha logrado concentrar el interés general de la sociedad.

1.2 HISTORIA DEL FUTBOL MEXICANO

Para comenzar a hablar de la historia del fútbol mexicano, es importante recordar los inicios de este deporte en el mundo. El fútbol comenzó a practicarse en Inglaterra, cuando en 1863 se da una separación del “rugby-football” y el “association football” y se fundó la “Football Association”.

En los inicios del fútbol no existían reglas, era considerado un deporte muy difícil pues se tenía que luchar con todo el cuerpo por el balón. Dominar el balón requería de gran habilidad. “La forma más antigua, que puede ser considerada como demostrada desde el punto de vista científico, representa una tal prueba de habilidad. Ella se remota a la China del siglo III y II antes de nuestra era. De la época de la dinastía de Han, existe un libro de instrucción militar en el cual figura, bajo los ejercicios físicos, el “Ts’uh Kuh” (Femexfut, 2014: s/p). Una bola de cuero rellena con plumas, con una apertura de 30 a 40 centímetros fijada a varas de bambú, la cual tenía que ser lanzada con el pie a una red.

El Kemari japonés es una forma diferente del juego que proviene del lejano Oriente desde hace unos 600 años. Es un juego en círculo en el que no existe un espíritu competitivo, no hay una lucha por el balón. Este juego es un juego ceremonial en el que los actores se pasan el balón, sin dejarlo caer.

También podemos mencionar el llamado “futbol masivo”, sin límite de participantes y sin reglas muy exactas, en esta categoría prácticamente todo estaba permitido para llevar el balón a la portería contraria. El “Shrovetide Football” se practicaba en la edad media, formaba parte del ritual tradicional que pertenecía a los Martes de Carnaval. Esta era una ceremonia religiosa, ligada al ciclo de días santos y fiestas de guardar. Actualmente, tales juegos se siguen realizando los Martes de Carnaval en el Reino Unido.

Parte de la ritualidad del juego consistía en la fertilidad. La pelota simbolizaba el sol y había que llevarla a través del campo para asegurar una buena cosecha. La pelota tenía que ser defendida para evitar la intervención de los adversarios, quien lograra conquistar la pelota aseguraba una buena cosecha.

En Inglaterra, a finales del siglo XVIII, se jugaban partidos de hombres casados contra hombres solteros, al igual que mujeres casadas contra mujeres solteras. En esta forma de organización del juego se puede observar una competencia de jerarquías. También es posible dar cuenta de que el futbol femenino no es algo de la modernidad.

A pesar de la popularidad y aceptación, y de la expansión de este deporte, las autoridades consideraban que era una pérdida de tiempo y una amenaza para la paz, debido a la rudeza con la que se jugaba y el tiempo que se le dedicaba al juego. Las autoridades hicieron grandes esfuerzos para que la gente dedicara su tiempo y energía a otras actividades como en el entrenamiento de uso de armas militares.

Durante la guerra de cien años entre Inglaterra y Francia, se imponía una pena para aquellos que practicaban el futbol. Los reyes emitían advertencias y prohibiciones para que no se practicara. “Muy famoso es el decreto publicado por

el parlamento convocado por Jaime I en Perth en 1424: "That no man play at the Fute-ball"⁷ (Que ningún hombre juegue al fútbol)" (Femexfut, 2014: s/p). Estaban en guerra y se consideraba como una distracción y pérdida de tiempo. Estos esfuerzos por prohibir el juego no sirvieron de mucho y en Inglaterra el juego persistió y siguió siendo rudo.

Fue Richard Mulcaster, quien señaló aspectos positivos del fútbol, fomentaba la salud y la fuerza, y que había que eliminar la brutalidad del juego, también propuso limitar el número de participantes y asignar un árbitro severo. Los tumultos de gente al jugar fútbol y la rudeza del juego, provocaban que la gente saliera con huesos rotos, por lo que incluso las personas que lo practicaban eran encarceladas.

La oposición al fútbol se debía a reflexiones prácticas, pues se decía que era el causante de tumultos y danos materiales, como por ejemplo en 1608 en Manchester, donde una nueva prohibición fue justificada con la explicación de que el fútbol causaba muchas roturas de vidrios de ventanas (Femexfut, 2014:s/p).

El fútbol era considerado como perturbador del descanso dominical, se consideraba que incitaba al ocio de la sociedad. A partir de esta época, el fútbol se convierte en un tabú los domingos y permaneció así, hasta que se empezó a practicar de nuevo, de forma no oficial. Con el transcurso del tiempo se volvió oficial con la "Football Association", sin dejar de ser un juego violento y sin reglamentación. A comienzos del siglo XIX, el fútbol fue ganando popularidad en los colegios, principalmente en colegios públicos. Fue en este entorno en el que se renovó y refinó el juego.

El nuevo espacio para jugar fútbol eran las colegios, debido a los muros, dejó de ser un juego de masa, cada colegio ponía sus reglas. No había una forma específica de jugarlo y cada colegio era reconocido por las distintas formas de jugarlo. Debido a que el fútbol se trasladó a los espacios educativos se dejó de considerar como un simple pasatiempo y se comenzó a reconocer como un medio para promover los valores educacionales.

De acuerdo a la “Historia del juego” publicado en la página de la Federación Mexicana de Futbol, en 1846 se formalizaron las primeras reglas del juego, sin embargo, se seguía permitiendo patear la pierna del adversario. Se reunieron representantes de diversos colegios públicos con el propósito de establecer un orden en el juego.

Finalmente se creó un documento que establecía 10 reglas conocidas como las reglas de Cambrige. Estas reglas establecieron la separación definitiva entre el futbol y el rugby en 1863. La finalidad de esta separación era eliminar la rudeza del juego e impedir que la pelota pudiera trasladarse con la mano.

Con la unificación y estandarización del juego por medio de los reglamentos la evolución del futbol fue rápida, por lo que comenzó a extenderse. La creación de clubes también creció rápidamente, no solo en el ámbito de los colegios o universidades sino que también se crearon otros clubes alrededor del mundo. Con ello fueron creándose nuevas asociaciones, consecuencia de ello la creación de la FIFA.

En 1880 el futbol comenzó a considerarse como un deporte profesional y como en cualquier otro trabajo debe existir una remuneración. Con ello el futbol comenzó a funcionar como un empleo y el sueldo dependía de las habilidades y destreza en el juego.

La influencia y popularidad del futbol se fue acrecentando, México no fue la excepción. Una causa de ello fue la gran presencia de trabajadores ingleses en las mineras quienes comenzaron a practicar este deporte en nuestro país. Pachuca fue el Estado donde comenzó a practicarse el futbol. En 1900 la compañía Real del monte fundó el primer equipo de la historia en México: el Pachuca Athletic Club.

Para 1902 el futbol ya se había extendido a distintos lugares del país por lo que se instituyó la liga futbol asociación amateur conformada por cinco equipos: Orizaba Athletic Club, Pachuca Athletic Club, México Country y British Club, siendo

Orizaba el primer campeón de la liga, aunque todavía no era considerado un torneo oficial.

En Veracruz en 1912 mexicanos y españoles residentes comenzaron a formar equipos, dando origen al Club México, quien sería campeón en ese mismo año y que lograría acabar con la hegemonía de los equipos ingleses. También comenzó a practicarse en Guadalajara y en 1916 se formaría en deportivo Atlas.

Cuando estalló la Guerra, ingleses residentes en México partieron a su país, por lo que comenzaron a desintegrarse los equipos. Poco después se formó el Club Deportivo Español que poco después se convertiría en el Club Asturias, para este momento ya se demostraba gran entusiasmo por este deporte en México. Es en el América en donde se demuestra ello ya que las filas de este equipo estaban formadas únicamente por mexicanos.

En 1920 se conforma la liga nacional de futbol y es en 1921 donde se lleva a cabo la primera competencia, llamada campeonato del centenario, en el cual participaron; el Germania, el España, el Deportivo Internacional, el Pachuca, el Asturias, México, el Sporting, Atlas, Veracruz, Guadalajara, Morelos, Luz y Fuerza, Liberia de Córdoba y Francaise.

En 1922 se fusionaron la liga nacional y la mexicana y surgió la federación mexicana de futbol. Es en 1929 cuando la federación se afilió a la FIFA, en 1930 se creó la federación central de futbol, misma que más tarde se fusionaría a la federación mexicana y es en 1948 cuando se crea la actual Federación Mexicana de Futbol Asociación (De la Torre, 2000:70).

El esparcimiento y popularidad del futbol siguió creciendo en México, por lo que fue necesario crear otras divisiones y categorías, con esto se llevaban a cabo torneos y de esta manera existía una organización y control del futbol.

Este proceso de transformación del futbol se puede explicar a través del proceso civilizatorio del que nos habla Norbert Elias. La civilización es la regulación de la conducta, establecer normas de comportamientos para la organización de la sociedad. El comportamiento que se establezca en cada sociedad depende de las

características y condiciones de cada grupo. En este sentido, Elías nos habla del deporte como parte de ese proceso civilizatorio.

La “deportivización” de los pasatiempos, si se me permite la palabra para designar con brevedad su transformación en deportes en la sociedad inglesa, y la exportación de algunos de ellos a casi todo el mundo, son otros ejemplos del esfuerzo civilizador (Elías y Dunning, 1992:34).

El deporte es un elemento en el que se han reflejado la forma de organización y las normas de una sociedad. La transformación de la agresividad en el fútbol es ejemplo de ello. A partir del establecimiento de normas y formas de comportamiento dentro del juego, se fue erradicando la violencia.

En el ensayo de Juan Carlos Jurado Jurado sobre los trabajos de Norbert Elías, se explica este proceso de cambio de la agresividad. Menciona que esta transformación “no significa que la agresividad y la capacidad de los hombres para la violencia y las explosiones emotivas haya desaparecido, sino que éstas, además de que se han restringido, acabando por convertirse en una serie de reglas y coacciones, se han refinado, se han transformado y "civilizado" como todas las demás formas de placer y de emotividad” (Jurado, 2004:8).

Con lo anterior se puede concluir que el fútbol funcionó como complemento de un proceso civilizatorio. A partir de ello se puede comprender el cambio de significado y reglas del fútbol en las distintas sociedades. En el caso de México, se establece un deporte con reglas que permitan regular las actividades de ocio.

1.3 LAS AFICIONES EN EL FUTBOL MEXICANO

Hablar de fútbol no solo se trata del juego o los jugadores, también es importante hablar y resaltar la participación de la afición a este deporte. Es común escuchar hablar de la afición a cierto equipo de fútbol, pues son ellos quienes dan vida y permanencia al juego.

En palabras de la afición, un aficionado es aquel que tiene ciertos rituales y actividades para demostrar el amor y apoyo incondicional a su equipo. Las características que se considera debe tener un verdadero aficionado son: usa la playera de su equipo, no se pierde los partidos de su equipo, tiene bien agendada la fecha de los juegos, tiene bien actualizadas las noticias de su equipo, va al estadio, tiene rivalidades, grita, salta, baila y canta para apoyar a su equipo.

En palabras de Galeano (1993:15), “El fanático llega bien envuelto en la bandera del club, la cara pintada con los colores de la adorada camiseta, erizado de los objetos estridentes y contundentes, y ya por el camino viene armado con mucho ruido y mucho lío”.

El aficionado/a tiene un sentimiento hacia los colores, sabe que pierda o gane su equipo lo debe alentar y defender, y no puede renegar de él. La afición tiene un papel fundamental en el fútbol, debido a que es el que se encarga de llenar los estadios, adquirir los productos de su equipo, mantener un cierto ambiente en el estadio, etcétera.

En México la afición es la que mantiene en un lugar privilegiado al fútbol. Durante muchos años ha sido considerado como el deporte con mayor número de aficionados en nuestro país. El fútbol representa una forma de identidad entre las masas, la unidad de la sociedad cuando juega su selección de su país y una válvula de escape a la dinámica social de la sociedad mexicana.

Juan Villoro (2006), menciona que elegir un equipo es elegir cómo vamos a pasar nuestro domingo, ese día sagrado y de descanso es utilizado para distraerse con el fútbol. Elegir un equipo depende de diversos factores, el arraigo familiar, la ciudad de origen, admiración o afición por un jugador, el campeón del momento, etcétera.

En una sociedad en la que las desigualdades impiden que todos los individuos tengan las mismas condiciones de vida, se encuentran grupos sociales que tienen jornadas laborales de hasta 12 horas o más con un salario bajo. Estos grupos necesitan de un espacio de ocio en el que puedan liberar la tensión.

Se ha dicho a veces que en las sociedades altamente industrializadas el deporte tiene una función complementaria: la de proporcionar ejercicio físico a una población con gran número de ocupaciones sedentarias y, por tanto, con insuficientes oportunidades para las actividades físicas. Su descubrimiento, me parece, revela aspectos del deporte y de otras ocupaciones en tiempo de ocio que han sido descuidados en cierto sentido hasta ahora (Elias y Dunning, 1992:55).

En este sentido, el fútbol cumple con la función de cubrir el tiempo de ocio necesario para el desfogue de la tensión acumulada. En este tiempo sin actividad laboral es que surge la afición a este deporte. Los días de ocio son cubiertos por esta actividad en la que está permitido salir de la conducta habitual.

La afición se encarga de otorgar ciertos atributos a los jugadores, los mistifica, son los héroes o los villanos. Desde la niñez se forma una identificación con los jugadores, los niños buscan un símbolo al cual y a partir del cual formar una identidad. Este no solo es un proceso de la infancia, también surge con las personas adultas

Los aficionados/as hacen todo lo posible por ir al estadio y ver a sus jugadores, conseguir algún recuerdo como una foto o conseguir un autógrafo, algo que puedan tener como símbolo de su afición, en palabras de la afición: ese es su más grande tesoro.

A la afición no le importa viajar, caminar, mojarse o gastar todo su dinero con tal de estar con su equipo, ya que se consideran parte de este. Hay un proceso de identificación y pertenencia muy fuerte. Al hablar de su equipo no dicen mi equipo va a jugar, dice, vamos a jugar. Es interesante ver el manejo del discurso que utilizan para representar el sentimiento a ese deporte, a los jugadores y a una camiseta.

Las rivalidades son parte fundamental dentro de la construcción de la afición, existen aficiones del América, del Cruz Azul, de las Chivas, del Toluca, de Pumas, del Monterrey, del Atlas, etcétera. En palabras de la afición el juego se convierte en ganar o morir, el honor del aficionado/a ante los otros aficionados depende del

resultado de su equipo. También el resultado influye para el estado anímico del aficionado. El aficionado vive un ambiente de fiesta y alegría, de igual manera se disfruta la derrota del otro y se humilla al rival.

Sin embargo, estas rivalidades parecen desaparecer cuando se trata de la selección nacional, cuando la selección nacional juega surge un sentimiento de patriotismo, no hay distinción de colores ni de equipos todos usan la “verde”. Ese color que representa la bandera de México.

La afición se vuelve una sola para apoyar a la selección. Guardan las playeras y banderas de su equipo para sacar las de México. Amigos y familiares se reúnen para ver o asistir el partido, gritan y se emocionan juntos y todos parecen saber más de futbol que los actores del juego.

Podemos mencionar distintos tipos de afición, los que asisten al estadio cada quince días, los que van ocasionalmente al estadio, los que desde casa apoyan a su equipo, los que gritan y lloran para apoyar a su equipo o los que solo aplauden, los que todo el tiempo utilizan la playera y los que solo cuando juega su equipo la utilizan, los que pertenecen a una porra o los que prefieren apoyar individualmente; es decir, existe una heterogeneidad de la afición futbolista.

La afición mexicana es heterogénea y por ello tiene diferentes formas de manifestación de su afición, sin embargo, para la afición, no importa lo que pase siempre va a apoyar a su equipo y sus rivales siempre serán sus rivales. La “euforia” y la “pasión” que se desbordan en México con el futbol es un símbolo de la importancia de este deporte en nuestro país.

Los medios de comunicación juegan un papel importante para que esto suceda. Comerciales y programas de televisión alientan a la sociedad mexicana a ver el futbol, apoyar a su equipo o a la selección. En algunos momentos se llega a pensar en el asunto de la afición como una moda, ejemplo de ello es el mundial de futbol. Cada que se acerca o hay un mundial de futbol incrementa el número de aficionados en todo el mundo, se convierte en una competencia entre los países.

El juego sale de la cancha y la competencia se da entre la afición, cuál equipo o país tiene más aficionados, quién grita más fuerte o incluso quién insulta más.

Es por eso que no podemos dejar de resaltar la importancia de las aficiones en el fútbol, ellos son quienes le dan intensidad al partido y quienes deciden cual es el mejor equipo. Fuera de lo deportivo podemos hablar de su importancia al impulsar la economía de los clubes y de las federaciones de fútbol, al consumir los productos de su equipo para simbolizar y expresar su afición.

CAPÍTULO II

2.1 ¿QUÉ ES EL GÉNERO?

El concepto género surge y comienza a acuñarse desde los años sesenta en el que el feminismo anglosajón utiliza la palabra género en inglés y surge entonces como un error gramatical al traducirlo en español. Este término fue utilizado en el feminismo para referirse a las mujeres, así como también para referirse a las construcciones que hace la sociedad respecto de la biología (hombre y mujer).

A partir de los distintos movimientos feministas, comenzó a surgir el interés por construir la historia de las mujeres debido a la invisibilidad que han tenido a lo largo de la historia. Estos movimientos fueron tomando fuerza con el paso del tiempo y con la participación e interés de las mujeres, de tal suerte que las mujeres dejaron de ser “invisibles” y se les comenzó a tomar en cuenta.

Las mujeres luchaban por una igualdad en la participación política económica y social, tratar de cambiar las relaciones de poder y acabar con el patriarcado que tantos años las había apartado prácticamente de la sociedad, una sociedad en el que la mujer solo cumplía con ciertas funciones sin tener voz ni voto.

Es por esta razón que las instituciones encargadas del estudio social son las primeras en dar importancia a los estudios de género, para así comprender mejor la realidad social y distinguir las características entre lo femenino y lo masculino, características que ya no se reducían solo a lo biológico. Para comprender mejor el uso de esta palabra citare algunos conceptos utilizados por investigadores de este tema.

Para comenzar, retomaremos la mirada de Lamas:

El uso de la categoría género llevó al reconocimiento de una variedad de formas de interpretación, simbolización y organización de las diferencias sexuales en las relaciones sociales y perfiló una crítica a la existencia de una esencia femenina. Sin embargo, ahora que en los años noventa se ha

popularizado este término, la manera en que con frecuencia se utiliza esa distinción alude a equiparar género y sexo (Lamas, 1999:148).

Por su parte, Inmujeres (2007) define género como aquellas creencias y atribuciones sociales de cada cultura de acuerdo a la diferencia sexual. A partir de estas diferencias marcadas histórica y culturalmente surge el concepto de 'masculinidad' y 'feminidad', mismos que determinan las actividades y comportamientos de mujeres y hombres y la relación entre ellos.

En el libro de Julia del Carmen Chávez Carapia, género es definido como la "construcción social que se basa en el conjunto de ideas, creencias y representaciones que general las culturas a partir de las diferencias sexuales, las cuales determinan los papeles de lo masculino y lo femenino. Es una categoría dinámica que se interrelaciona con el devenir histórico" (Chávez, 2004:11).

Por otro lado, Patricia Silvia Rosales (en Chávez, 2004: 14) explica que género es un "concepto socialmente construido a partir del conjunto de ideas, creencias y representaciones que cada cultura ha generado a partir de las diferencias sexuales entre hombres y mujeres", estas características han producido que la desigualdad y la subordinación de la mujer aumente, pues la mujer por sus características biológicas es un símbolo de maternidad, pureza, delicadeza, sensibilidad, por el simple hecho de poder dar a luz.

Otro concepto de género que recuperamos es el de Clara Murguialday (Pérez, 2000: s/p), quien describe el género como aquella "categoría que subraya la construcción cultural de la diferencia sexual, esto es, el hecho de que las diferentes conductas, actividades y funciones de las mujeres y los hombres son culturalmente construidas, más que biológicamente determinadas".

En el Diccionario de Acción Humanitaria y Cooperación al Desarrollo nos ofrecen otras dos concepciones de género, a partir de diferentes disciplinas, como la psicología, la antropología y la sociología. La psicología define género como el proceso mediante el cual las personas biológicamente diferentes se convierten en hombre y mujeres con las características que cada sociedad les asigna.

La antropología define al género como la interpretación cultural e histórica que las sociedades asignan de acuerdo a la diferencia sexual, por medio de sus representaciones, normas, valores y relaciones sociales que surgen dentro de ella. Por lo que el género va a dar orden y estructura a cada sociedad. Y desde la sociología, el género son aquellas relaciones sociales que determinan las interacciones entre el hombre y la mujer y entre lo femenino y lo masculino, que le van a dar un sentido y organización a la sociedad.

Estos autores son recuperados ya que las definiciones que cada uno de ellos ofrecen elementos importantes para la investigación, las concepciones de estos autores contienen similitudes que permiten tener mayor claridad y precisión en el concepto que se quiere tomar en cuenta para definir el género.

Para entender bien a qué nos referimos con género y con roles de género es importante hacer una distinción entre género y sexo. El sexo son las características físico-biológicas que distinguen a los seres humanos, estas características van desde la anatomía hasta los cromosomas por los que estamos conformados hombre y mujeres.

Entendido específicamente el sexo es la “identidad biológica del individuo: sus cromosomas, las manifestaciones físicas de su identidad y las manifestaciones hormonales. Mientras que el género se refiere a la identidad social y cultural del individuo como varón y mujer” (Shaffer y Kipp, 2007: 510).

Para este trabajo, es importante rescatar el concepto de rol o roles de género, y para empezar a dar definiciones a este término también se hará referencia a Joan Scott, quien se ha dedicado a los estudios de género, que de primer momento acepta el error gramatical que significa la palabra género y que nos dice que este solo debe de ser utilizado para generar preguntas. En su ensayo “El género: una categoría útil para el análisis histórico” Scott (1996) nos menciona que las feministas han acuñado el término género para referirse a la organización social de los sexos.

Para Scott una función importante de la palabra género, no solo es para referirse a las relaciones sociales entre los sexos (hombre y mujer), sino que también sirve para el debate teórico. Estas ideas de Scott son retomadas por Marta Lamas, quien hace una lista de los elementos del género según Scott:

- “Los símbolos y los mitos culturalmente disponibles que evocan representaciones múltiples.
- Los conceptos normativos que manifiestan las interpretaciones de los significados de los símbolos. Estos conceptos se expresan en doctrinas religiosas, educativas, científicas, legales y políticas que afirman categóricamente y unívocamente el significado de varón y mujer, masculinas y femeninas.
- Las instituciones y organizaciones sociales de las relaciones de género: el sistema de parentesco, la familia, el mercado de trabajo segregado por sexos, las instituciones educativas y la política.
- La identidad, es decir los análisis individuales como construcción social dentro de los grupos” (Lamas, 1999: 150).

Con la aparición del género y las distinciones que surgen entre hombre y mujer, aparece el rol de género, el cual es el “conjunto de expectativas acerca de los comportamientos sociales considerados apropiados para las personas que poseen un sexo determinado, formado por el conjunto de normas, principios y representaciones culturales que dicta la sociedad sobre el comportamiento masculino y femenino” (Chávez, 2004: 15).

El rol de género determina cómo se va a comportar y cuáles serán las funciones del hombre o la mujer de acuerdo a su sexo, pero este rol va a ser determinado de acuerdo a cada sociedad y su cultura.

El conjunto de deberes, aprobaciones, prohibiciones y expectativas acerca de los comportamientos sociales apropiados para las personas que poseen un sexo determinado. La tipificación del ideal masculino o femenino es normativizada hasta el estereotipo, aunque en el desarrollo individual la futura mujer u hombre haga una elección personal dentro del conjunto de valores considerados propios de su género. No obstante, los roles y estereotipos de

género tanto femeninos como masculinos están tan hondamente arraigados, que son considerados como la expresión de los fundamentos biológicos del género (Pérez, 2000: s/p).

Los roles de género, son aquellas expectativas que se tienen de hombres y mujeres, las cuales van a marcar diferencia entre ellos y a partir de las cuales van a cumplir con ciertos papeles o actividades.

El rol de género explica cómo es nuestro comportamiento en la vida cotidiana, desde nuestras actitudes hasta la forma en la que pensamos, pues la sociedad impone y construye las características que debemos de tener de acuerdo a nuestro sexo, la sociedad y la cultura es la que nos forma como hombre o mujer.

“El concepto sexo se refiere a las diferencias y características biológicas, anatómicas, fisiológicas y cromosómicas de los seres humanos que los definen como hombres o mujeres; son características con las que se nace, universales e inmodificables. En cambio el género es el conjunto de ideas, creencias y atribuciones sociales, que se construye en cada cultura y momento histórico con base en la diferencia sexual.

De aquí surgen los conceptos de masculinidad y feminidad, los cuales determinan el comportamiento, las funciones, las oportunidades, la valoración y las relaciones entre mujeres y hombres. Es decir, el género responde a construcciones socioculturales susceptibles de modificarse dado que han sido aprendidas. En consecuencia, el sexo es biológico y el género se elabora socialmente, de manera que ser biológicamente diferente no implica ser socialmente desigual” (Inmujeres, 2012: 1).

Es de suma importancia retomar esta cita ya que de aquí se puede dar cuenta de las diferencias socialmente construidas y establecidas a partir de la condición biológica. Tales diferencias se ven reflejadas en las reglas de conducta que son reproducidas en la actualidad y que siguen dando una organización a la sociedad. Como ejemplo se puede mencionar la división sexual del trabajo.

2.2 LA CULTURA DEL FUTBOL MEXICANO

El futbol es un deporte representativo de la cultura de cada país, la mentalidad, organización y los arquetipos que son construidos y distintivos en cada sociedad. “El futbol es a simple vista el ritual de masas más importante que persiste en la etapa posmoderna de la cultura” (Canual, s/f:49). No es en vano que sea considerado como el deporte más importante del mundo. El fenómeno del futbol ha marcado la cultura de distintos países del mundo y su proyección a nivel nacional e internacional. En este deporte se ha encontrado la posibilidad de unir y reunir a diversos sectores de la sociedad, de ahí que sea considerado como un deporte de masas.

En México el futbol cobra gran relevancia en todos los aspectos de la vida cotidiana; aspectos políticos, económicos y socio-culturales. La capacidad de este deporte de influir en todos estos aspectos y de reunir a diversos sectores sociales, es lo que lo ha convertido en el deporte más importante de nuestro país. Las transformaciones que este deporte ha tenido en el transcurso de la historia es lo que lo ha ubicado en ese lugar privilegiado.

El futbol ya no es considerado como un ritual, sus fines culturales han cambiado. En la modernidad es considerado como un deporte y espectáculo, el cual pretende reunir a la sociedad en un ambiente alejado de la dinámica de vida. El futbol se ha creado como una actividad de ocio en la que los actores tienen se alejan de la realidad social.

El futbol es un espacio en el que se bebe cerveza, se reúne con los amigos, enemigos y familiares, se conoce a otras personas, se identifica con otros, etcétera. “Los aficionados se identifican con sus equipos y otros aficionados que comparten sus intereses, convirtiendo a éste en una práctica cultural” (Cuanal, s/f:50). Se percibe al equipo como algo colectivo, les permite experimentar distintos sentimientos, pueden sentirse orgullosos, decepcionados, nerviosos, enojo, etcétera.

Las manifestaciones culturales del futbol son notables cuando por ejemplo en las copas mundiales, se distingue a los equipos europeos, americanos o africanos. Cada continente se distingue por una técnica distinta para jugar, distinta intensidad en el juego, distintas aficiones y sus expresiones simbólicas. No solo se representa a una bandera, se representa a todo un país o un continente.

El futbol es de gran importancia ya que se trata de un tema cultural y de identidad dentro de la sociedad. Como se planteó en el capítulo I, Galeano (1995), considera que el futbol es una especie de religión en América Latina por la importancia que tiene dentro de nuestra cultura, ya que no solo se trata de un juego, sino que llega a ser un tema de patriotismo. En sus comienzos se daba encuentros entre los distintos equipos de los países europeos y latinoamericanos, y lo que se defendía ahí eran los colores de la bandera de su país.

El futbol tiene tal importancia en la cultura que incluso se le ha llamado o ha sido visto como una religión por la gran aceptación que tiene en nuestra sociedad. La fe que la sociedad refleja cuando juega el equipo de su preferencia o la ritualidad que realizan para que sea favorecedor el resultado final.

Religión es pasión, es fe “creo porque es absurdo”, es ritos, cánticos, proclamas de la verdad única, asistencia a las catedrales el estadio, culto a los santos los jugadores prodigiosos, Pelé, Ronaldinho, Messi o Maradona, o en nuestro ámbito doméstico, el Campeonísimo, los once hermanos, Casarín, Pepe Delgado, Hermosillo o Cuauhtémoc, peregrinaciones cómo olvidar la romería tapatía en el último campeonato de chivas, sumos sacerdotes no siempre bien vistos por la feligresía las federaciones-, mucho de negocio y supercherías, propaganda, pecado y demonios de la tramposa mano de Dios al club América, que entre el bombardeo de las mentiras mediáticas sobre su grandeza terminó, hay que admitirlo, como un grande de verdad (Del Castillo, 2013:s/p).

Esto muestra que este deporte y su afición está presente en todos los aspectos de la organización social, incluso en algo que es tan delicado para la sociedad mexicana como es la religión.

Una encuesta sobre aficiones realizada en enero del 2015 muestra la importancia que tiene el fútbol en la sociedad mexicana, ya que los resultados arrojados fueron los siguientes: el deporte con mayor aceptación y mayor afición es el fútbol soccer con 56.2% de la población mexicana que muestran interés por esta disciplina deportiva, seguido del box con 37% y del béisbol con 28.7% (Consulta Mitofsky, 2016). Esto se debe a las grandes campañas de medios de comunicación que se encargan de posicionar al fútbol en esos lugares.

Los medios de comunicación se han encargado de posicionar al fútbol en la preferencia de los espectadores por el movimiento que se genera. No solo se trata de deporte y pasiones, sino que también se trata de un negocio.

A partir de la globalización del fútbol las grandes empresas comenzaron a interesarse por ser parte del fútbol por medio de los patrocinios, los empresarios e inversionistas vieron la oportunidad de crear grandes franquicias y los medios de comunicación entran en conflicto por tener los derechos de transmisión de cada partido o evento futbolístico por la gran audiencia que representa.

En los últimos 25 años se ha dado un crecimiento económico del fútbol mayor a la economía mundial. Se estima que cada año el fútbol mueve 250, 000 millones de dólares. Esta cifra se ve reflejada en las ganancias de los clubes, el salario de jugadores y transferencias⁴.

En el fútbol ofrece a los individuos una nueva forma de vivir, una nueva actividad, nuevos amigos, nuevos héroes o símbolos de identificación, ofrece a sus espectadores la posibilidad de encontrar una nueva realidad. A través del fútbol se puede expresar la pertenencia a un lugar, a un color a un grupo. Es posible reflejar las costumbres que existen dentro de un grupo o una región. Ejemplo de ello se observa cuando se enfrentan países diferentes, la indisciplina o disciplina de cada lugar, la alegría o frialdad de cada afición, el juego en equipo o individual, etc. Todo esto expresión de la cultura y organización de cada lugar.

⁴ <http://www.mundosoccer.com>

2.2.1 FUTBOL: CULTURA E IDENTIDAD

El fútbol es una de las actividades deportivas que más apasiona a nuestra sociedad, en un estudio realizado por Cárdenas (2008), en una escuela preparatoria de la ciudad de México, nos muestra que este deporte influye de manera significativa en las relaciones sociales que se dan entre los jóvenes. La presencia de los aficionados tiene un sentido de pertenencia, a partir del cual se va a dar un proceso de socialización con fines de auto adscripción y como proceso de identidad con un equipo.

En este estudio Cárdenas (2008), observa que los y las alumnos/as tienen una cierta resistencia por el uniforme escolar, pero cuando su equipo va a jugar la situación cambia ya que para ellos y ellas como aficionados/as es una satisfacción ponerse la playera de su equipo. Traer la playera de su equipo es poder mostrar a los demás sus colores, los colores a los que pertenecen, así como poder mostrar e identificar quien es el “amigo” y quien es el “enemigo”⁵.

El fútbol es un fenómeno de industria de consumo cultural, una relación entre fútbol y nacionalismo, la subcultura del hincha, construcción de identidades y el proceso de comercialización. Dentro de esta construcción de identidades encontramos no solo las nacionales sino también las regionales o de clase social.

Estas identidades son las que dan paso a la construcción de las relaciones entre las aficiones. Las rivalidades entre los equipos y los llamados clásicos del fútbol, son los que van a definir la forma en que se dan las relaciones sociales entre los y las aficionados/as ya que significan en lugar al que pertenecen. Muestra clara de ello es lo que sucede en Argentina con la rivalidad entre el River –Boca, esta rivalidad se da porque estos equipos nacieron en el mismo barrio, por lo que se convirtió en un asunto de territorialidad.

⁵ Conviene aclarar que la relación de amistad o enemistad se queda en el aspecto deportivo. Los lazos o enemistades que se puedan dar a partir de la identificación o pertenencia a un grupo no siempre trascienden a otros aspectos de la vida.

En México existen distintos clásicos, el clásico regio Tigres- Monterrey es una rivalidad o enfrentamiento entre la escuela pública y la privada, el clásico América- Pumas es un enfrentamiento entre los empresarios (la clase alta) entre la clase preparada, y en el clásico nacional América- Chivas podemos identificar una rivalidad entre los empresarios con un equipo con extranjeros y el equipo de los mexicanos, un equipo nacional.

En palabras de Cárdenas (2008), la socialización marca pautas de comportamiento, objetivación y explicación del mundo a través de la intersubjetividad. Cuando un padre le enseña cierto valor a su hijo y este último no sea capaz de sólo internalizarlo y objetivarlo, sino de exteriorizarlo a su propio padre y sus futuros hijos con nuevos referentes que refuercen la idea que su padre le transmitió o que la cuestionen y le den nuevos significados.

A partir de esta formación es que se puede evidenciar cómo surgen los y las aficionados/as al futbol y cómo van construyéndose las identidades de acuerdo a una región, la educación y la socialización de los sujetos. Cárdenas (2008) cita a Giménez quien da una propuesta de identidad social, él nos dice que “la autopercepción de “nosotros” relativamente homogéneo en contraposición con los “otros”, con base en atributos, marcas o rasgos distintivos subjetivamente seleccionados y valorizados, que a la vez funcionan como símbolos que delimitan el espacio de la “mismidad identitaria”.

Por lo tanto, se entiende que la identidad está determinada por el entorno sociocultural de la persona, esa identidad se encuentra reflejada en ciertos símbolos que le permitirán identificarse como miembro de cierto grupo o espacio.

2.3 SOCIOLOGÍA DEL DEPORTE

Para poder entender el fenómeno del futbol en nuestra sociedad, es importante dar cuenta de la función que tiene el deporte y por qué es importante analizarlo desde la sociología. Para comenzar a hablar de la sociología del deporte es

importante definir que vamos a entender por deporte y definir qué es la sociología del deporte.

El deporte es una actividad humana que se caracteriza por tener reglas, una organización y costumbres basadas en la competitividad, ya sea en lo individual o lo colectivo, el deporte permite desarrollar competitividad con uno mismo o con los demás y la identificación con la institución o grupo al que se pertenece.

Los deportes son una forma de entretenimiento para la sociedad, no solo para el que lo realiza, sino también para quien observa la práctica del mismo. Es importante resaltar la diferencia que existe entre deporte y actividad física, el deporte implica un carácter competitivo, mientras que la actividad física únicamente consiste en la práctica.

La sociología del deporte ha sido considerada como la sociología del ocio por sus contenidos, sin tomar en cuenta la importancia que esta rama de la sociología tiene en nuestras sociedades. Actualmente no es necesario practicar algún deporte para saber de él o estar dentro de él, sino que basta con encender el televisor, leer un periódico o acceder a internet para contar con información y darnos cuenta de la importancia que el deporte ha cobrado en nuestra sociedad.

Es común que en el trabajo, escuela, el hogar y otros espacios, escuchemos hablar del deporte, incluso para poder romper el hielo e iniciar una charla, se habla de deporte. Los medios de comunicación forman parte importante en el impacto y la importancia que ha tomado el deporte en los últimos años. Es común encontrarnos con programas deportivos de todos los días de la semana, los 365 días del año.

El crecimiento del deporte dentro de la sociedad nos ha llevado a dejar de considerarlo solo como un deporte. A lo largo del tiempo hemos visto que también involucra temas como la violencia en los estadios (hablando del fútbol), el prestigio e identidad nacional, el gran capital económico que mueve y los lazos sociales que se logran crear a partir del deporte.

Todas estas implicaciones que tiene el deporte, permiten dar cuenta de la pertinencia de ser estudiados por la sociología, ya que representa parte de la cotidianidad de la sociedad moderna e industrializada en la que vivimos. No solo se trata de reconocer al deporte como algo que está inmerso en la sociedad, sino como algo que forma parte de las interacciones sociales dentro de una sociedad, y que con el pasar de los años ha tomado un lugar importante dentro de ella.

El deporte ha sido considerado como un medio de ocio, liberador de aburrimiento y emociones, así como un placer intelectual de observar tácticas, estrategias, ejecuciones, etc. Otra característica que se puede mencionar del deporte es la identidad en la vida de un seguidor del deporte. Identidad local, nacional, con un gremio o jugadores.

Como ya se ha dicho, la importancia del deporte radica en la identificación que surge con una institución o grupo, a partir de la competitividad. Lo social del deporte nos presenta la capacidad que éste tiene para convocar a grandes masas en torno a una actividad, en donde se puede participar de distinta manera.

Hombres, mujeres, niños, niñas, etc., son participes en el deporte, perteneciendo a un equipo deportivo, practicando un deporte individual, como espectadores, instructores, entre otros. La sociedad se encuentra involucrada de distintas formas en el deporte y cumpliendo con funciones y roles específicos que les permiten desarrollar una identidad a partir de esa actividad.

Retomando las palabras de Dunning:

es necesario considerar tres aspectos sobre la identidad; la *preocupación* por el deporte en sí mismo, lo que significa dar importancia a nuestra participación en la actividad si la estamos ejecutando o en su defecto a preocuparnos de la actividad de los que están participando; estar comprometido con la victoria, por esa competitividad que el deporte despierta; la identidad como tal, pues en el terreno de la competitividad está en juego nuestra propia identidad o en su defecto en caso de ser espectadores, está en juego nuestra identificación con un deportista o uno de los equipos (Dunning, 2003: 13)

Estos procesos de identidad en el deporte se pueden explicar a partir de los procesos de individualidad que surgen en la modernidad. A partir de esta formación del “yo” que los individuos buscan crear lazos no tan cercanos con los demás. Con ello es que se empiezan a identificar con ese lugar, institución o grupo al que se pertenece.

A partir de la identidad con el deporte se crean sentimientos en torno a este, los participantes y observadores del mismo. Se pertenece a una colectividad en donde se incluye y se excluye, se crean sentimientos positivos y negativos y se crean relaciones con otros grupos.

El deporte como este medio de distracción, unión y creación de lazos y relaciones sociales implica que esta actividad se lleve más allá del espectáculo. El deporte ha sido considerado como una religión por autores como Durkheim. Una religión suplente, “un suceso que puede ser ejemplificado con el fútbol, donde la idolatría a un club en particular e incluso a un jugador con el que el fanático se ve identificado adquiere las características mencionadas por Durkheim en su obra al mencionar elementos como la efervescencia colectiva” (Montes, 2013:s/p).

Estos elementos permiten rescatar la importancia de la sociología del deporte, autores como Elías y Dunning precisan que el deporte tiene que ser parte de los estudios sociales ya que es parte complementaria de la organización de la sociedad. A partir del deporte se puede dar explicación a la formación, comportamiento o estructura de las sociedades.

2.4 MUJERES EN EL FUTBOL MEXICANO

En el fútbol, es cada vez más notable la participación de las mujeres en distintas formas, como aficionadas, jugadoras, en las directivas, como comentaristas, como árbitros, etc., sin embargo, esto no ha sido suficiente para que ellas tengan la misma participación, espacio e importancia que los hombres. Desde el lugar que ellas se encuentren en el fútbol, siguen siendo diferentes y de menor importancia y

participación, incluso, aunque estén participando en este espacio, no dejan de desempeñar sus roles tradicionales.

Ejemplo de lo anterior puede observarse en el fútbol femenino que a pesar de ser un deporte reconocido oficialmente por la Federación Mexicana de Fútbol, no cuenta con el mismo impacto que el varonil. El fútbol femenino no es transmitido en la televisión, los medios de comunicación no hablan de él, las futbolistas no son conocidas y reconocidas. Únicamente se habla de ellas cuando la selección femenil mexicana llega a las finales o semifinales, o tiene una participación destacada en los torneos.

La falta de interés y apoyo al fútbol femenino ha obligado a que muchas jugadoras de este deporte busquen posibilidades en otros países. Por ejemplo, en Estados Unidos, que sin ser un país en donde el fútbol tenga la misma popularidad que en México o América Latina en general, las mujeres tienen más posibilidades de destacar, existe una liga de mujeres y es de ahí de donde surgen la mayoría de las futbolistas seleccionadas para jugar los torneos internacionales de la Selección Mexicana de fútbol femenino.

Por otro lado, es importante mencionar a las mujeres en las directivas de los equipos o como miembros de alguna comisión de la Federación Mexicana de Fútbol. La participación de las mujeres en estos ámbitos es casi nula. No hay directoras técnicas, ni presidentas o con algún cargo de renombre dentro de los equipos de la liga profesional. La única mujer que había destacado en el fútbol mexicano es Angélica Fuentes, presidenta del equipo de fútbol femenino de Chivas; y que en distintas ocasiones ha sido involucrada en la toma de las malas decisiones del primer equipo.

Otro caso de una mujer destacada dentro del fútbol mexicano es Alejandra De la Vega, presidenta del FC Juárez, equipo que fue campeón de la división de ascenso del fútbol mexicano en diciembre del 2015. Alejandra, siendo la única mujer presidenta de un club en el fútbol mexicano, demostró que tiene la misma capacidad que un hombre para dirigir a un club, ya que en solo seis meses logró un campeonato.

En México, la participación de las mujeres en puestos directivos es casi nulo, caso contrario a otros países. En Burundi en donde Lydia Nsekera logró ser presidenta de la federación de fútbol. Ella se convirtió en la primera mujer en ocupar un cargo en la FIFA. Por otro lado encontramos a Izabella Lukomska en Polonia, ella funge como presidenta de un equipo de tercera división de este país; rescató económicamente al equipo, aunque no fue precisamente porque se le reconociera su estrategia o reestructuración del equipo, su éxito se debió a su belleza, con su presencia en los estadios, los aficionados comenzaron a llenar el estadio solo por verla.

Bárbara Berlusconi es otro ejemplo de las mujeres que forman parte de la directiva de un equipo, en este caso hablamos de AC Milán, ella es la vicepresidenta del equipo y ha tenido buenos resultados, sin embargo, ha sido fuertemente criticada porque muchos consideran que no sabe ni tiene la capacidad para manejar un club como lo es el Milán.

A partir de lo anterior podemos dar cuenta de que las mujeres se están haciendo presentes en los clubes, sin embargo, su labor aun no es reconocida y no ha llegado a todas partes. En México y otras partes del mundo, los actores del fútbol siguen siendo los hombres, los que destacan, los de los sueldos millonarios, los de las decisiones importantes y los grandes puestos, etcétera.

Esta situación no solo se queda en el ámbito profesional, también las mujeres como asistentes al estadio o como aficionadas muchas veces son vistas o tratadas de otra manera, para mucho y muchas, ver a una mujer que va al estadio y que es aficionada al fútbol es motivo de sorpresa, aunque es algo que se ha vuelto más común y cotidiano, la gente sigue sorprendiéndose y especulando sobre la presencia de las mujeres en este espacio.

La presencia de las mujeres en las gradas puede deberse a distintos factores, entre ellos encontramos que: van como aficionadas al fútbol o a un equipo en específico, van como acompañantes de sus novios, amigos, esposo, para cuidar a los hijos, para ver a los futbolistas, etc., no importa el motivo de su presencia, ellas son tratadas de forma distinta por su condición de género.

Una muestra de ello es que a la hora de la entrada no son revisadas con la misma rigurosidad que los hombres, porque no se considera que sean tan aficionadas como los hombres, por lo que no son consideradas como violentas o peligrosas. Esto también indica que se sabe que el comportamiento de ellas es distinto o tendría que ser distinto al de los hombres, por tal motivo no representan peligro.

Cuando los y las aficionadas van entrando para acomodarse en las gradas, los hombres suelen chiflar a las mujeres, principalmente si van solas, es decir sin un hombre acompañándolas, también se observa que ellas no son consideradas por los vendedores y las vendedoras, suelen acercarse principalmente a los hombres y a los niños, ya que se considera que son ellos los que beben cerveza, consumen frituras y comida, y los que compran los productos del equipo.

En el fútbol mexicano aún hay muchos símbolos y actitudes que demuestran que aunque se diga que ya no solo es un deporte de hombres, sigue siendo pensado solo para ellos; con la única diferencia que ahora hay más participación de las mujeres y que se han abierto poco a poco los espacios para ellas, sin embargo, es parcial ya que ellas pueden entrar en este espacio pero manteniendo su rol femenino.

También es importante mencionar que el conocimiento de las mujeres sobre el fútbol sigue siendo cuestionado, ejemplo de ello es la polémica que se dio a principios de febrero del año pasado, cuando el Director Técnico de la Selección Mexicana Sub 22, contestó en Twitter a una seguidora con un comentario que muchas personas calificaron de sexista y machista.

El "Petro" puso el siguiente mensaje en su cuenta: "Que gusto ver a @ArturoGlz10 (Alfonso González), después de que no lo cedieron a nuestra convocatoria por estar lesionado".

Esto generó que la usuaria @Nancy_Yoana le contestara lo siguiente y generara la ira del entrenador tricolor: "Arturo es jugador de selecciones mayores"; a lo que el "Petro" contestó que "por comentarios como esos califican a tu género que no saben nada de fútbol...Ojo".

La respuesta del técnico generó la molestia de otros usuarios de Twitter, quienes lo tacharon de “sexista” y “machista”.

Horas después, el “Petro” Gutiérrez sentenció: "Me parece que están exagerando todo el tema sobre si saber o no de futbol corresponde a un género. Yo hice una recomendación. Sólo eso". (El Siglo de Torreón, 2015)

A pesar de la explicación del Director Técnico, es notable que fue un comentario sexista, ya que en su tweet menciona “género”, haciendo referencia a las mujeres. La polémica no solo quedó en las redes sociales también los medios de información masiva hablaron del tema, sin embargo, hay que mencionar que el asunto del género fue discutido de distintas maneras, para la mayoría de los medios, específicamente audiovisuales, el tema rebasaba lo deportivo, por lo que consideraban no debía ser tomado en cuenta: los presentadores consideraron que ese asunto no les correspondía.

Así mismo, el Director de Selecciones Nacionales, Héctor González Iñarritu, demeritó el tema, pues en entrevista para un programa televisivo, explicó que esos son temas personales en los que la federación no puede meterse.

Con esto podemos dar cuenta del por qué el género, tanto en el deporte en general como en el futbol sigue siendo un tema menor, que no interesa. No se le ha tomado la importancia necesaria. Debido a este tipo de acontecimientos es comprensible que las mujeres sigan teniendo poca participación en el futbol y no tengan el reconocimiento que merecen.

En el caso de las mujeres que se encuentran los medios masivos de información, es posible dar cuenta de la escasa participación que tienen cuando se trata de hablar de futbol. Por lo general, los programas deportivos de la televisión se encargan de contratar a mujeres que llamen la atención de los hombres por su atractivo físico.

El trabajo que ellas realizan dentro de estos programas, es el de leer comentarios de los espectadores, presentar las notas con la afición o emitir su opinión sobre

algún tema sin que se le dé el mismo espacio o la misma importancia que a sus compañeros.

Es importante mencionar que esta situación ha tratado de cambiarse, aunque parcialmente. Algunas cadenas televisivas implementaron programas deportivos con la participación de únicamente mujeres, sin embargo, dichos programas no se encontraban en un horario estelar como otros programas deportivos y no se encontraban en televisión abierta.

Otra característica de estos programas es que las conductoras salían con escotes pronunciados, mini faldas y tacones. Tales características permiten entender que la lógica de estos programas era la misma: colocar a mujeres atractivas a hablar de fútbol y deportes, enfocado principalmente a público masculino.

Después de algunos comentarios de espectadores de los programas deportivos de la cadena televisiva Fox Sport, relacionado con la vestimenta tan llamativa de las conductoras, la cadena televisiva decidió cambiar el código de vestimenta de sus conductoras, las cuales ahora tendrán que salir a cuadro con una vestimenta más discreta y sin escotes pronunciados. La cadena argumentó que se había tomado tal decisión para que se tomara en cuenta y se reconociera el conocimiento y habilidades de las conductoras.

El 19 de febrero de 2016, el diario El Universal, publicó la nota de lo sucedido, en la que destacaron que “el atractivo visual en los programas deportivos en la televisión como la salsa a los tacos. Son inimaginables el uno sin el otro”. Con ello es posible dar cuenta del rol que han desempeñado las mujeres dentro de los medios masivos de información. La capacidad intelectual de las mujeres es minimizada, la imagen de la mujer como símbolo de belleza se sigue reproduciendo.

Un estudio realizado por la editorial de Mediotiempo.com explica cómo se da la relación entre las condiciones de vida de las mujeres de acuerdo a cada país y su participación en el fútbol.

En países en donde las mujeres viven bien – tienen garantizados derechos sociales, tienen una mayor expectativa de vida, están mejor representadas políticamente, entre otros factores– la selección femenil tiende a tener un mejor desempeño comparado con su contraparte varonil. En el caso contrario, los países en donde las mujeres viven peor, los equipos femeniles tienen peor desempeño o, en el extremo, ni siquiera tienen una selección que las represente (Mediotiempo.com, 2016).

Las políticas públicas y la institucionalización de la perspectiva de género han permitido que en México las condiciones de vida para la mujer mejoren. Esto no quiere decir que ya no exista desigualdad o violencia hacia las mujeres, sin embargo, ha habido avances para construir una sociedad “generoequitativa”⁶.

En este estudio se muestra cómo en países en donde no existen derechos políticos o leyes que protejan a las mujeres, no hay selección femenil o su selección tiene un bajo desempeño, tal es el caso de África Subsahariana. En el caso de México, se cuenta con la participación política de las mujeres, hay leyes e instituciones que protegen a la mujer. Se cuenta con una selección femenil que tiene un desempeño similar al de la selección varonil.

2.5 INCORPORACIÓN DE LAS MUJERES EN EL FUTBOL MEXICANO

Como ya se ha mencionado anteriormente, las mujeres han logrado tener lugar y presencia en el futbol. Los clubes deportivos han influido en la integración de las mujeres a este deporte y a los estadios con distintas estrategias que han implementado para atraer a la afición femenina.

Un ejemplo de ello es el incremento de la afición femenina a partir del 2013. Los clubes Santos Laguna, Tigres y Monterrey, son solo algunos de los que a través de distintas estrategias mercadológicas llamaron la atención de mujeres. Estos clubes iniciaron con el lanzamiento de playeras rosas especialmente para

⁶ Este término es utilizado en el libro “15 años de políticas públicas de igualdad. Los alcances, los dilemas y los retos” de Silvia López Estrada, Elizabeth Maier, María Luisa Terrés Barraza y Gisela Zaremborg Lis.

mujeres. Esto aunado a las diversas campañas de la Federación Mexicana de Fútbol en contra del cáncer de mama, tal campaña fue promoviendo el interés de los clubes para atraer a las mujeres de este modo.

La marca Voilt inicio con estos promocionales, lanzando su línea de balones rosas como símbolo de apoyo a estas campañas. Los árbitros visten de rosa y algunos capitanes de los equipos portan una banda rosa, también los jugadores portan un moño rosa en apoyo a la campaña para combatir y prevenir el cáncer de mama.

Este tipo de campañas tratan de involucrar a las mujeres en el futbol, no solo se trata de los moños rosas, las playeras especiales o el balón rosa, también hay algunos clubes que durante esa fecha permiten la entrada gratis a las mujeres. Incluso el día internacional de la mujer (8 de marzo) o día de las madres (10 de mayo) sacan promociones para que las mujeres vayan al estadio o adquieran productos del equipo.

La incorporación de mujeres al futbol y a los estadios a través de estas estrategias ha dado resultados. Cada vez se ven más mujeres en los estadios (aunque ello no signifique que se encuentren ahí bajo las mismas condiciones que los hombres), lo que representa mayores ingresos económicos a los clubes.

A partir del trabajo cualitativo realizado durante la investigación, fue posible dar cuenta de que son las mujeres las que consumen más los productos del equipo al que son aficionadas. Ellas como aficionadas suelen comprar cualquier producto relacionado con el equipo al que son aficionadas; en cambio los hombres que fueron entrevistados solo compran algunas cosas del equipo.

Debido a esto es posible encontrar todo tipo de artículos especialmente para mujeres de los distintos equipos de futbol, tales como espejos, bolsas, anillos, pulseras, artículos para el cabello, peluches, artículos de bebé, etcétera. Las mujeres se han convertido en un objetivo de los clubes para incrementar sus ganancias.

Con ello es posible dar cuenta de que la presencia de las mujeres en el futbol ha representado un beneficio para los clubes y para este deporte en general. A

través de la asistencia a los estadios, el consumo de productos y de bebidas y alimentos dentro y fuera del estadio. Esto sin tomar en cuenta que la mayoría de la publicidad del fútbol está orientado a los hombres.

Con la presencia de las mujeres en el fútbol, también se consiguen nuevas oportunidades de patrocinios para los clubes. Los patrocinios son los que representan el mayor ingreso en los clubes. Es por ello que los clubes se han interesado en mantener la presencia de las mujeres en el fútbol.

La presencia de las mujeres es cada vez más importante, ya que representa un mayor número de afición, mayores ingresos, mejores patrocinios, y nuevas oportunidades de lanzar productos al mercado.

CAPÍTULO III

3.1 CONTEXTO HISTÓRICO Y SOCIOCULTURAL DEL DEPORTIVO TOLUCA F.C.

La historia del Deportivo Toluca F.C. comienza en 1916 en la hacienda “La Huerta” ubicada en Zinacantepec. Manuel Henkel, tiene la idea de comenzar a jugar futbol en la hacienda, creando un equipo con los trabajadores de la misma y jugando contra los ferrocarrileros. Más tarde se une el equipo “Xinantecatl”. Con el surgimiento de estos dos equipos, los hermanos Ferrat, deciden unirse formar un equipo. A partir de una reunión que sostuvieron distintos personajes de la ciudad, como los hermanos Barreto, los Henkel y Ferrat, se decidió integrar el Deportivo Toluca F.C., en honor a la ciudad, con sus propios recursos.

En 1917, se dio reconocimiento formal al Deportivo Toluca. Joaquin Lajous, quien también pertenecía al equipo, es el primero en crear el uniforme, en colores azul oscuro y blanco, con el escudo en color rojo. Con el paso de los años se fue modificando la combinación de colores en la playera y la forma del escudo, aunque este siempre se mantuvo en rojo.

A pesar de que en sus inicios el futbol se jugara en la hacienda, se fue haciendo una práctica recurrente entre los jóvenes, por lo que “la alameda” fue el espacio para practicarlos. La práctica y popularidad que estaba surgiendo alrededor del futbol no solo atrajo a los jóvenes de la ciudad, también llamó la atención de los equipos de otras ciudades. Tal motivo llevo a crear un espacio específico para los encuentros deportivos. Ese espacio es el que hoy conocemos como “la bombonera” o el “Nemesio Diez”.

Aunque el Deportivo Toluca F.C. pasó por una crisis al perder a gran parte de sus integrantes, ya que se mudaron al Distrito Federal, el Club logró salir adelante y empezó a participar en torneos nacionales e internacionales. El Deportivo Toluca F.C. comenzó en la segunda división y más tarde logro ascender, desde ese

momento, nunca ha descendido, por lo que es reconocido por ser uno de los equipos más constantes del fútbol mexicano.

Es posible dar cuenta de que el surgimiento del Deportivo Toluca F.C. se da en un contexto muy local y de aficionados a este deporte. Pues los empleados de la hacienda lo encontraron como un medio de distracción, de pasar el tiempo y de acercamiento con sus patrones. Así mismo surge como un equipo de amigos en el que no se buscaba una competencia o rivalidad, solo se buscaba crear una nueva actividad en la ciudad.

Las características del surgimiento del Club, son las que han permitido que los habitantes de la Ciudad de Toluca se sientan identificados con el Deportivo Toluca F.C.. Sin embargo a diferencia de otros equipos del fútbol mexicano, el Deportivo Toluca F.C., ha permanecido en el gusto o preferencia solo de los mexiquenses. Encuestas nacionales, muestran que entre la preferencia de los mexicanos, el Deportivo Toluca F.C., se posiciona en el quinto lugar, a pesar de que ha sido un equipo con grandes logros en los últimos años.

La explicación que medios de comunicación nacionales dan a este fenómeno, es que la afición del Deportivo Toluca F.C. no tiene la proyección nacional como la de los llamados “equipos grandes”. Su afición no sale de lo local y regularmente no hay gran entrada en el estadio, gran parte de su afición únicamente asiste al estadio cuando hay promociones o cuando el equipo tiene algún logro importante.

Estas características, obligan a los medios de comunicación a hablar de los “equipos grandes” y dejar de lado a equipos como el Deportivo Toluca F.C.. Los medios de comunicación buscan vender información, por lo que no es atractivo hablar de un equipo con una afición regional. La afición del Deportivo Toluca F.C. solo crece a nivel nacional cuando obtiene buenos resultados.

Los medios locales son los únicos que le dan importancia a los logros del club y a su afición, sin embargo, esto surge a partir del último título que se consiguió. A pesar de los constantes esfuerzos de los medios locales por aumentar la

proyección del Deportivo Toluca F.C., no se ha logrado consolidar una afición nacional del Club y ser considerado como un equipo “grande”.

Actualmente la afición del Deportivo Toluca F.C. solo es reconocida por la llamada Perra Brava, que es la más reconocida por los medios y el club. Los medios se acercan a ella por su singularidad y antigüedad. Sin embargo, también es reconocida la llamada Banda del Rojo. La Banda del Rojo ha logrado llamar la atención de medios y aficiones por su número de integrantes, por la “pasión” que demuestran en cada encuentro y por las marcas que han dejado en la ciudad.

Cabe mencionar, que si bien, el equipo no tiene proyección nacional, en lo regional es de suma importancia. Muestra de ello es la presencia de políticos reconocidos del Estado de México en los estadios. Se habla de una estrecha relación que existe entre los directivos del club con el Partido Revolucionario Institucional. La presencia de gobernadores y funcionarios en los momentos importantes de club han sido recurrentes.

En 2008 sorprendió la aparición de Enrique Peña Nieto en la cancha del estadio, pues al coronarse campeón del Deportivo Toluca, él recibió el trofeo y una medalla. Otro caso que se puede mencionar, es la aparición del entonces candidato a gobernador del Estado de México, Arturo Montiel, tuvo apariciones en medio de la Perra Brava. Además, se puede señalar el activismo político de candidatos a la presidencia municipal de Toluca alrededor del estadio, en mayo de 2009.

De acuerdo a lo anterior, podemos dar cuenta de la importancia de los medios para ubicar y definir a los equipos de fútbol. En los últimos once años Deportivo Toluca ha tenido valor en los medios a partir de sus resultados, sin embargo, solo se coloca como un equipo exitoso. Incluso encuestas nacionales lo han señalado como la segunda preferencia o segunda opción de los aficionados a otros equipos. Se puede decir que los logros del equipo son reconocidos, pero no se ha logrado que otros aficionados al fútbol se identifiquen con el equipo.

3.2 AFICIONADOS AL DEPORTIVO TOLUCA F.C.

Ser mexiquense o ser toluqueño, debe entenderse como una construcción de identidad que surge a partir de la necesidad de pertenecer a un grupo y de tener ciertos símbolos culturales de los que nos apropiamos. La identidad mexiquense o toluqueña, se ha tratado de construir a partir de los discursos oficiales que buscan la unidad de la ciudadanía.

Pero ser toluqueño o toluqueña no solo significa pertenecer al Estado de México, no solo es un discurso político o un asunto de unidad entre ciudadanos. Cuando se habla del estadio Nemesio Diez, ser toluqueño y toluqueña significa comer los tradicionales tacos de chorizo, huaraches, el pan de nata, comprar los distintos artículos del equipo, como las pulseras, peluches, playeras, banderas, fotos y todo tipo de souvenir.

Los aficionados y aficionadas a los Diablos Rojos, por lo regular son gente del Valle de Toluca. Son aficionados o aficionadas a este equipo por ser el equipo de la ciudad, por tradición familiar o por ser un equipo regular. Existen distintos tipos de aficionados y aficionadas, podemos ubicarlos de acuerdo a la frecuencia con que van al estadio o de acuerdo a su ubicación en las distintas zonas del estadio.

De acuerdo a la frecuencia con que asisten al estadio, distinguimos dos tipos de aficiones. Los aficionados y aficionadas que asisten al estadio cada quince días y que compran su abono para asegurar su lugar en todos los partidos de temporada regular, liguilla y torneos internacionales. Por otro lado, encontramos a los aficionados y aficionadas que acuden ocasionalmente al estadio, cuando hay promociones, cuando viene algún equipo importante o cuando es un partido importante.

En cuanto a las distintas aficiones de acuerdo a su ubicación en el estadio, encontramos a los aficionados y aficionadas que asisten a sol general, los más llamativos de la afición, en esta zona se encuentran las dos porras más importantes. La Banda del Rojo y La Perra Brava, estas dos porras son las más

animosas, escandalosas y numerosas. Es por ello que a esta zona del estadio se le identifica como la más movida.

La zona de sombra general, es tranquila, van familias y aunque si hay un número importante de aficionados del Toluca que asisten a esta zona, esta zona ha sido apropiada por los aficionados y aficionadas de los equipos visitantes. Cuando el visitante es un equipo de los llamados “grandes” (Pumas, América, Chivas, Cruz Azul), la tribuna de sombra general es mayormente ocupada por la afición del equipo visitante.

Zonas como sombra preferente y palcos, son tribunas consideradas como aficiones más apáticas, ya que no suele haber el mismo ambiente. En sombra preferente también se puede apreciar la presencia de familias por lo que el ambiente es más tranquilo, es una zona con un costo más elevado que sombra general y sol general, por lo que el tipo de gente que asiste a esta zona tiene otro tipo de comportamiento. Lo mismo sucede en palcos, el ambiente es aún más tranquilo y ordenado.

La zona más exclusiva del estadio es palcos VID, esta se encuentra en sombra preferente, sin embargo, ellos cuentan con asientos acolchonados y con vista privilegiada, pues no cuenta con enrejado esta parte del estadio. En esta zona va gente con un nivel económico más alto y por las mismas condiciones de la zona, es la tribuna más tranquila y ordenada.

De acuerdo a estas zonas, también es que se identifican las distintas aficiones del Toluca, la Perra Brava, se identifica por quitarse la playera, su símbolo más significativo es la mascota, un perro bulldog, y el penacho que utiliza uno de sus líderes, el cual resalta en cada partido. La Banda del Rojo se distingue por sus porras y las numerosas banderas blanco y rojo que utilizan durante todo el partido.

Los Hijos del Averno se identifican por utilizar mascara con cuernos y chorizos rojos y verdes de tela. Fuerza roja es reconocida por su líder, el cual es un señor de la tercera edad, que se viste de diablo con la playera del Toluca, y que cada partido anima y alienta al equipo. La porra Unión Escarlata se identifica por una

gran máscara de diablo y su instrumento principal son los tambores, los cuales en los partidos de tarde-noche se iluminan, esta porra es reconocida por el gran ambiente que pone en el estadio y por ser muy familiar.

La afición de los Diablos Rojos es grande y fiel, sin embargo, ha sido considerada fría, pues muchos de ellos deciden apoyar desde casa. A pesar de que el Nemesio Diez es un estadio pequeño, con una capacidad de alrededor de los 27 mil y los 28 mil aficionados, el estadio difícilmente se llena. Esto se debe a cuestiones económicas principalmente ya que los costos de los boletos van de los 100 a los 600 pesos. Familias que son conformadas por 4 o 5 integrantes, mínimo gastarían 400 o 500 pesos, solo en el boleto.

Las condiciones sociales de las familias no les permiten tener acceso a cualquier zona del estadio o poder asistir a todos los partidos. El costo de los boletos puede considerarse de bajo costo, comparado con el de otros estadios, sin embargo, con un salario mínimo de 76.04 pesos diarios no es posible costear este evento deportivo.

Como podemos dar cuenta, a pesar de la heterogeneidad de las aficiones del Toluca, todas se identifican por ser toluqueños y se identifican como Diablos Rojos. No importa si todos portan la playera oficial del equipo, el color rojo, unos cuernos, una bandera, un chorizo de tela, un diablito o una máscara, te hace ser parte de ellos.

CAPÍTULO IV

4.1 ESTRATEGIA METODOLÓGICA PARA EL TRABAJO DE CAMPO

En este capítulo se presentan los aspectos metodológicos de la investigación realizada. Las técnicas de investigación que fueron utilizadas para la recolección de datos, los instrumentos, la justificación de la selección de dichas técnicas criterios que se tomaron en cuenta, etc.

Para realizar la presente investigación, se aplicó el método de investigación cualitativa. Dicha técnica fue seleccionada ya que para los fines de la investigación era la más adecuada. Las técnicas de este método permiten enriquecer el trabajo y llegar a los objetivos planeados

La investigación o metodología cualitativa es aquella que pone “énfasis en la visión de los actores y el análisis contextual en el que ésta se desarrolla, centrándose en el significado de las relaciones sociales” (Vela, 2008:63). A través de sus técnicas es posible obtener las propias palabras de las personas así como observar y rescatar sus conductas. La ventaja que nos presenta la investigación cualitativa es que se obtienen detalladamente las experiencias y expresiones de los actores.

Para esta investigación se hizo uso de dos técnicas cualitativas de recolección de datos: la entrevista y la observación participante. Estas técnicas permitieron la recolección de datos específicos que permitieron el desarrollo de la investigación. Así mismo, para poder tener evidencia empírica y tener más detalles, se hizo levantamiento de imágenes, las cuales ayudaron a demostrar los planteamientos de la investigación.

Vela (2008), asume que la entrevista cualitativa permite el acceso a los aspectos subjetivos de la humanidad, así mismo, permite definir y dar explicación teórica a los problemas desde los procesos sociales mismos. La entrevista cualitativa nos aporta veracidad y confiabilidad.

Por entrevistas cualitativas en profundidad entendemos reiterados encuentros cara a cara entre el investigador y los informantes, encuentros éstos dirigidos hacia la comprensión de las perspectivas que tienen los informantes respecto de sus vidas, experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras. Las entrevistas en profundidad siguen el modelo de una conversación entre iguales, y no de un intercambio formal de preguntas y respuestas. Lejos de asemejarse a un robot recolector de datos, el propio investigador es el instrumento de la investigación, y no lo es un protocolo o formulario de entrevista. El rol implica no sólo obtener respuestas, sino también aprender qué preguntas hacer y cómo hacerlas (Taylor y Bogdan, 1987:184-195).

La técnica de la entrevista cualitativa es fundamental para la sociología ya que permite tener un acercamiento al conocimiento del mundo social. La interacción y el intercambio de símbolos entre los y las participantes, da profundidad a la investigación. La reconstrucción del lenguaje a partir de la expresión de los pensamientos y deseos, hacen de esta técnica una de las más importantes para la recolección de datos, para así realizar el análisis de los procesos de integración social y la formación de identidades.

Las entrevistas a profundidad nos permiten rescatar las historias de los actores, los entrevistados, de ahí la pertinencia de esta técnica para la investigación. Estas entrevistas fueron realizadas en un periodo de mayo de 2014 a octubre de 2014. Se entrevistó a un total de 10 personas, de los cuales 5 fueron hombres y 5 fueron mujeres.

Los criterios para la selección de los entrevistados y las entrevistadas fue que deberían ser aficionados y aficionadas al fútbol. Se hizo una selección de aficionadas y aficionados al Toluca y a otros equipos de fútbol para tener distintas percepciones, así mismo se tomó en cuenta que tuvieran distintas edades y ocupaciones.

Otra de las técnicas utilizadas: la observación participante, se trata de “observar hechos, e una observación científica. Esta técnica permite recolectar información

de manera más directa a partir del registro de lo observado. El registro de tal información se procesa e interpreta.

La observación participante es la principal técnica de investigación empleada para el conocimiento en profundidad de la cultura de grupos sociales y la aprehensión de conductas de forma espontánea. Consiste en la obtención de datos empíricos mediante la observación de las conductas en el mismo momento y situaciones en las que ocurren. El investigador es el principal agente de observación, y se requiere su aceptación por parte del grupo social que se observa (Giner, 1998:540)

En cuanto a la observación participante, ésta se realizó dentro del Estadio Nemesio Diez, durante todo el año 2014. Se asistió a distintos partidos, tanto de la Liga Mexicana, torneos internacionales, etc. por lo que se pudo obtener información en distintas horas, días, con distintas aficiones, etc. para enriquecer el trabajo.

Así mismo se tomó en consideración hacer la observación en cada una de las áreas en las que se encuentra dividido el estadio (sol, sombra general, sombra preferente y palcos), esto para obtener distintas percepciones dentro del estadio.

De igual manera, las fotos fueron tomadas en las distintas zonas del estadio. Algunas fotos incluidas en el trabajo de investigación fueron tomadas del Facebook de una de las entrevistadas, perteneciente a la porra de mujeres que se encuentra en la zona de sol. Mismas que fueron incluidas en el trabajo bajo el consentimiento de la propietaria.

En la siguiente tabla se muestran los nombres, edades, ocupación y equipo de fútbol de las entrevistadas y los entrevistados.

NOMBRE	EDAD	OCUPACIÓN	EQUIPO
Angélica	22	Estudiante- ciencias políticas	Toluca
Alejandra	24	Ama de casa	Toluca
Diego	22	Estudiante- comunicación	América

Erika	17	Estudiante- bachillerato técnico	Toluca
César	23	Vendedor	Toluca
Giovanni	20	Jugador de futbol	Toluca
Susana	27	Maestra	América
Hugo	23	Empleado	Toluca
Amalia	25	Estudiante- odontología	Cruz Azul
Andy	22	Estudiante- geografía	Toluca

A continuación se muestra la guía de entrevista que fue utilizada para la investigación. Cabe mencionar que dicha guía fue pensada para la entrevista a las aficionadas, cuando se hizo la entrevista a los aficionados, se hicieron algunas modificaciones a la preguntas y algunas se omitieron.

Guión de entrevista

➤ Futbol

- ¿Te gusta el futbol?
- ¿Por qué?
- ¿Te consideras aficionado al futbol?
- ¿Qué características consideras que debe tener un/a aficionado/a al futbol?
- ¿A qué equipo eres aficionado?

➤ Asistencia al estadio

- ¿Te gusta ir al estadio?
- ¿Por qué?
- ¿Con que regularidad asistes al estadio?
- ¿Con quién asistes al estadio?
- ¿Qué comportamiento tienes dentro del estadio?

➤ Afición al Deportivo Toluca F.C.

- ¿Por qué eres aficionado al Toluca?
- ¿Desde hace cuánto tiempo eres aficionada al Toluca?
- ¿Pertenece a alguna porra o grupo del Toluca?

➤ Género

- ¿Crees que hay reglas de comportamiento dentro del estadio para hombres y mujeres?
- ¿Crees que hombres y mujeres tienen la misma participación en las porras?
- ¿Existen las mismas oportunidades para que hombres y mujeres puedan ser líderes en las porras?
- ¿Te has sentido discriminada como aficionada?

➤ Deportivo Toluca F.C. y mujeres

- ¿Crees que el club implemente algunas estrategias para atraer a las aficiones femeninas?
- ¿Por qué?
- ¿Qué tan importante o necesario es que esto suceda?

CAPÍTULO V

5.1 AFICIÓN

Como ya se ha mencionado en capítulos anteriores, las aficiones son un punto central en el fútbol, por lo tanto, encontramos distintos tipos de aficiones. No solo en referencia a afición a un equipo en específico, sino también, encontramos aficiones que asisten al estadio, las que apoyan desde casa, las que son “apasionadas”, las que son más analíticas, las que coleccionan artículos de su equipo, las que solo tienen la playera, etcétera.

En el caso del presente trabajo, nuestro interés se centra en las aficiones femeninas del Deportivo Toluca F.C. Sin embargo, es importante mencionar cómo es y cómo se da la construcción de las aficiones (masculinas y femeninas) en el fútbol, ya que para muchos puede significar lo mismo ser aficionado o aficionada, pero la manera en la que hombres y mujeres lo construyen, lo viven y lo expresan, es diferente.

A partir del trabajo de campo realizado se pudo dar cuenta de la diferencia por género que existe entre las aficiones. Comenzaremos por la construcción e inicios de la afición. Los aficionados y las aficionadas explican que se comienza a ser aficionado o aficionada desde la infancia o la adolescencia, desde la educación en casa.

[...]El fútbol me gusta desde los doce años. Mi familia es muy futbolera, así mucho, no. De que prendían la tele y estaban viendo el fútbol todos, mis tíos, mis abuelitos, todos, mis papás...bueno, mi mamá no. Pero a mí no me gustaba para nada. Pero yo era te lo juro muy antisocial. Así a los once años acababa la comida y yo me iba a mi cuarto. Entonces un día de la nada me quedé por algo con mi abuelito en una final de Chivas vs Toros Neza...y este...y él le iba a Chivas así aferrado. Entonces me dijo: ¿a quién le vas? Y yo: ¿tu? no pues que a los de blanco y rojo y yo de...ah!, yo a los de rojo. ¿Ah, sí? Pues hay que

apostar y yo pues ¡órale!, Y dese ahí me empezó a gustar (Susana, América, 27 años).

[...]Mi familia le va al Toluca y fue algo que desde chiquito crecí viendo [...] (Hugo, Toluca, 23 años)

Mi afición empezó en la secundaria porque dentro de las clases teníamos una de deportes y no sé, siempre ha surgido como que mi interés por el futbol, nunca hacia otros deportes porque yo creo que bueno...no sé como que me llamó la atención porque jugábamos. [...] igual en mi casa mi papá es aficionado, eh... mi hermano también, creo que mi hermano tiene cierto enganche también porque él practica deporte, entonces le gusta mucho el futbol. Siempre los domingos salimos, a no sé... a ver los equipos. En la comunidad donde yo vivo hay una liga, entonces él jugaba en esa liga y los domingos íbamos y después fue creciendo más la afición [...] (Angélica, Toluca, 22 años)

[...] le empecé a ir desde 1998 en la final contra el Atlas, el 10 de mayo, este...yo tenía 6 años [...] (Andy, Toluca, 22 años)

[...] por mis hermanos, por mis primos; porque mi papá le va al Atlas, entonces él me llevaba a los partidos [...] (Diego, América, 22 años)

Prácticamente desde que tengo uso de razón, mi papá me enseñaba a jugar futbol [...] (Giovanni, Toluca, 20 años)

[...] desde chiquito mi papá me llevaba a jugar, veíamos los partidos con mis tíos y mi familia [...] (César, Toluca, 23 años)

Yo veía que a mi hermano le gustaba mucho y lo practicaba...entonces...me empezó a gustar mucho, yo jugaba con él [...] (Alejandra, Toluca, 22 años)

La familia es el motivo principal por el que hombres y mujeres comienzan a tener gusto por el futbol y a ser aficionados y aficionadas a algún equipo en específico. Es importante dar cuenta de que los aficionados y las aficionadas nos hablan de

la afición a partir de sus padres, tíos, hermanos; siempre se hace referencia a hombres. La afición por el fútbol no es inculcado por las mujeres, aunque sí son hombres y mujeres a quienes se les inculcó el gusto por este deporte.

Hombres y mujeres pueden tener afición al fútbol, a un equipo específico, sin embargo, la manera en que cada uno lo vive y lo va construyendo es diferente. La concepción que tienen los aficionados y las aficionadas es similar pero esto no significa que lo sean de igual manera.

Para Diego (22 años), aficionado al Club América ser aficionado o aficionada significa:

Que no debe de ser como...como dicen...de villamelón porque si ya te identificas, bueno no te identificas, si ya... no sé, sientes a un equipo o sigues a un equipo no puedes estar como de villamelón. Entonces un aficionado es el que está con su equipo en las buenas y en las malas y también no pensar en esas cosas de que los partidos están arreglados y esas cosas porque eso es como meterte en otras ondas y no disfrutas el fútbol.

Para Susana (27 años), que igualmente es aficionada al Club América ser aficionada o aficionado es:

Yo creo que debe de ser una persona, hombre o mujer que le guste el juego en sí. ¿O sea me explico?... que le guste ver al Real Madrid del 94, pero que no tenga problemas al ver al Real Madrid del 2013¿me explico? que aunque el fútbol sea diferente, que el juego le emocione porque creo que mucha gente ve al deporte como algo muy simple, así es súper fácil!, difícil el americano que tiene mil reglas o difícil el béisbol, no?

El fútbol es fácil ¡no! para mí no es un deporte fácil de practicarlo, entonces creo que una aficionada debe primero apreciar la dificultad que tiene el jugarlo, eh, creo que debe ser alguien también que lo vea mucho, porque un aficionado que nada más vaya al estadio a gritar,

para mí es un porrista, ¿no? está divertido y que bueno. Pero que no veas el partido y que después le preguntes que tal estuvo el gol, ¿cómo viste?...no lo vi, o sea no, a mí no se me hace un aficionado. Y... un aficionado al fútbol creo que a fuerzas debes identificarte con algunos colores, con algún equipo, porque para mí eso es lo más bonito que tiene el fútbol, identificarte con una institución, que eso...que pasen los años y siga siendo el Real Madrid, ¿no? O sea y que siga exigiéndole, por ejemplo, a un jugador que juegue al nivel del equipo, ¿no? No es un deporte individual, no nada más porque juegan once, sino es porque representas a una institución.

A partir de estas dos definiciones que presentan, el aficionado y la aficionada, se puede dar cuenta que convergen en distintos puntos, sin embargo, la aficionada destaca más el amor a la playera, a los colores, y la identificación con la institución, ellas son más expresivas respecto a sus sentimientos. Cabe mencionar que para él y para ella ser aficionado o aficionada a un equipo significa serle fiel al equipo, no cambiar esos colores y esa institución.

A pesar de ser un equipo con poco impacto a nivel nacional, a diferencia de otros equipos; el Deportivo Toluca cuenta con afición local que es muy constante en el estadio, específicamente me refiero a las porras, las cuales se dan cita en el estadio cada quince días. Así mismo, se organizan para ir a distintos puntos del país para apoyar a “su equipo”.

Con el paso del tiempo estas porras han ganado presencia, tanto en número de integrantes como en número de porras. La más famosa y legendaria es la Porra Perra Brava, sin embargo, existen otras, tales como: La Banda del Rojo, Los Hijos del Averno, Fuerza Roja, Garra Diablos y Unión Escarlata. Estos grupos de animación, como son denominados, son los que se encargan de apoyar y alentar al equipo en cada partido, sin importar la victoria o la derrota.

Para los clubes es muy importante la existencia de estos grupos de animación, ya que son el sostén del equipo, ellos son los que apoyan en cada partido, asisten al

estadio, le cantan a los jugadores, compran las playeras y productos del club, etcétera. Para la directiva del Deportivo Toluca, la afición escarlata, como la llaman ellos, es:

[...]una de la aficiones de mayor crecimiento en México, los seguidores a los Diablos Rojos del Toluca enaltecen al Club del Estado de México con palabras de aliento y apoyo incondicional en todo momento; inmersos a lo largo del territorio nacional y gran parte del Globo Terráqueo, los aficionados escarlatas se distinguen no sólo por el apoyo que manifiestan jornada a jornada, ya sea en el Estadio “Nemesio Diez” o en otras plazas del país o del extranjero, sino también por un comportamiento ejemplar tanto en la victoria como en la derrota.

Tomando como frase de batalla la “No Violencia”⁷ los grupos de animación del Deportivo Toluca son impulsados por el gran cariño y pasión que transmite el equipo del Estado de México hacia las tribunas, mismas que conforman una parte importante para hacer de la cancha del “Nemesio Diez” una de las más difíciles para los visitantes dentro del balompié azteca (Deportivo Toluca F.C., 2012: s/p)

Para el Deportivo Toluca, la afición es primordial, sin importar el lugar desde el que se encuentren (en las tribunas o en el hogar), lo importante es que se apoye al equipo con “todo el corazón”. Este apoyo incondicional es el que debe distinguir a los y las aficionadas aficionados.

Los aficionados y las aficionadas al Deportivo Toluca coinciden en que como afición se debe apoyar al equipo en todo momento, debe existir amor por el equipo, por la camiseta, por esos colores; y que una vez que se identifican con esos colores y con la institución, no se deben cambiar, debe haber fidelidad hacia

⁷ Cuando se hace referencia a la frase de batalla la “no violencia”, se quiere dar a entender que hay una batalla deportiva dentro del campo del fútbol, una batalla y competencia sana; haciendo un llamado a la “no violencia” por parte de la afición.

el quipo, porque para ellos y ellas un verdadero aficionado y una verdadera aficionada nunca debe cambiar de equipo.

En palabras de los aficionados al Deportivo Toluca, un aficionado al futbol debe tener las siguientes características:

Pasión, amor por la camiseta, identidad y mucha lealtad. No como los americanistas que solo cuando ganan están con el equipo y cuando pierden se esconden. Ser aficionado al futbol es estar en las buenas y en las malas con tu equipo (Hugo, Toluca, 23 años).

Un aficionado al futbol debe de tener arraigado bien eh...sus ideales, debe de defenderlos cuando sean buenas o malas el paso de tu equipo debes apoyarlo, demostrar una forma de afición muy positiva a pesar de que los resultados no sean buenos (Andy, Toluca, 22 años).

Primeramente que le guste el futbol, en segunda tener un equipo, tener afición a un equipo [...] hay quienes van cada ocho o cada quince días a apoyar a su equipo al estadio, como hay quienes solo lo ven desde su casa...pero pues dependiendo la persona es como se puede formar una afición (Giovanni, Toluca, 20 años).

Se puede dar cuenta de que estos aficionados al Deportivo Toluca coinciden en que un aficionado no es solo aquel que va a los estadios, un aficionado es aquel que le gusta el futbol, sabe de futbol, se siente identificado con los colores de un equipo, apoyar al equipo en los buenos y los malos momentos, aunque como es el caso de Giovanni, reconoce que puede haber distintas formas de ser aficionado que también son válidas.

Para ellos lo primordial es que exista un arraigo con el equipo, y que ya no te desprendas de este bajo ninguna circunstancia. Muchos aficionados y aficionadas, y medios de comunicación señalan que sobre todo, se es aficionado o aficionada cuando se demuestra que estás con el equipo en los malos momentos, es decir, en las derrotas, cuando sin importar el resultado, portas con orgullo los colores de tu equipo.

A pesar de que los aficionados entrevistados tiene una idea similar y clara acerca de lo que debe ser un aficionado, se pudo dar cuenta de que son distintos tipos de aficionados ya que todos admitieron no ir cada quince días al estadio a apoyar al equipo, aunque también admitieron no perderse los partidos en la televisión.

Algunos de los entrevistados dijeron que solo iban al estadio cuando había promociones, otros van cuando el partido es atractivo por el equipo visitante, otros van cuando se organizan con amigos o familiares para ir⁸. Cabe mencionar que uno de los entrevistados pertenece a la Banda del Rojo, sin embargo, esto no garantiza que asista al estadio en cada partido disputado.

[...] se podría decir que estoy con la Banda del Rojo pero luego no puedo ir a los partidos o ya no alcanzo boleto...entonces...pues no...pero pues si voy cuando puedo, bueno, cuando se puede...pero...igual no siempre todos van, como que nos vamos turnando [...] pero si, si no voy estoy al pendiente del partido (César, Toluca, 23 años).

Entonces, ser aficionado, para la afición masculina del Deportivo Toluca no significa tener que asistir al estadio o pertenecer a alguna porra, ya que de los cuatro entrevistados, solo uno pertenece a alguna porra; ser aficionado es apoyar al equipo desde cualquier lugar y no perderse ningún partido.

A partir de la observación participante que se realizó en esta investigación, se pudo dar cuenta de que no necesariamente los asistentes al estadio eran aficionados al futbol o al Deportivo Toluca. Los asistentes al estadio iban por distintas razones; iban por acompañar a alguien, por alguna promoción, para conocer, para convivir, etcétera.

Incluso se observó que quienes decían apoyar al Toluca o al equipo rival, no sabían cómo iba el marcador, quienes eran los jugadores o quién había metido

⁸ Esto tiene que ver principalmente con la cuestión económica. El boleto de entrada al estadio resulta costosa (sol \$100, sombra general \$150, sombra preferente \$200, palcos \$350), sobre todo para aquellos o aquellas que suelen ir en familia, es por esta razón que muchos aficionados y aficionadas asisten al estadio ocasionalmente.

gol. Por otro lado, había asistentes que sabían exactamente la alineación del equipo, precisaban en que momento habían sido los goles, los aciertos y errores de los jugadores y el cuerpo arbitral.

Asistir al estadio no necesariamente implica que se es aficionado, hay distintas motivaciones para estar presentes en ese espacio, incluso las personas pueden ir al estadio y apoyar a un equipo sin ser aficionado o aficionada.

Se considera importante mencionar que para el caso de las aficiones femeninas ser aficionada tiene el mismo significado que para los hombres, aunque ellas lo viven de otra manera. Los estereotipos marcados y las limitaciones que existen para las mujeres dentro de este ámbito han provocado que tengan la misma idea acerca de lo que es ser aficionada, sin contar con las mismas posibilidades como aficionados que los hombres.

Por ejemplo, para las aficionadas al Deportivo Toluca que fueron entrevistadas, ser aficionada debe cumplir con las siguientes características:

Que conozca a grandes rasgos cómo se conforma el equipo, quiénes son los dueños, eh...no sé...un poco te digo un poco de historia, tener como esa constancia de saber cómo va el equipo en la tabla, o quién es el próximo rival, o...no sé...esta parte de estadística futbolera también pues igual como dicen en el fútbol que sientas la camiseta, no llega a un grado tal de fanatismo pero sí que mínimo pues este puedas digamos en una conversación entre un chico u otra chava que también le gusta el fútbol pues si mínimo mantener la plática en cuanto a los temas (Angélica, Toluca, 22 años).

Debe gustarte el fútbol, no solo verlo o ir al estadio...sentir gusto por él...jugarlo...Yo creo que así vas sintiendo pasión y amor por el fútbol...creo que eso es...sentir el fútbol. Estar con tu equipo en las buenas y en las malas, no te debe importar si hoy perdió. También en mi caso trato de inculcarle ese amor a mi hijo, que desde pequeño

conozca el futbol y al equipo, le pongo la playera y algunas veces lo llevo al estadio (Alejandra, Toluca, 22 años).

Alentar hasta el final, alentar siempre, sin importar el día, el clima o cualquier cosa, estar con tu banda apoyando al equipo de tus amores. Ser aficionada de corazón y no solo de marcador, no irle a un equipo por una modita, sino irle desde la cuna y sentir esos colores siempre (Erika, Toluca, 17 años).

Aunque la concepción de las aficionadas al Deportivo Toluca no difiere mucho de la de los hombres, es importante identificar que ellas hablan de detalles más específicos (estadísticas, posición en la tabla, datos generales de los jugadores, noticias sobre el equipo, etcétera). En el caso de Angélica, explica que se debe tener cualquier tipo de dato sobre el equipo al que se es aficionada, en este caso al Deportivo Toluca. Aunque ella también hace una distinción importante, ella nos habla de la afición y del fanatismo, ser aficionado o aficionada es sentir la camiseta, sin embargo, el fanatismo ya implica “volverte loco por el equipo, que tu vida solo gire en torno a él”.

En el caso de Erika, ser aficionada significa tener esos colores desde que se es muy pequeño o pequeña, que “desde los primeros pasos” tú sepas que ese es tu equipo y que aprendas a querer a ese equipo. Para ella es más una cuestión de sentimientos que se debe tener arraigado. Por ejemplo, en el caso de Alejandra, ella trata de inculcar ese amor y ese gusto por el futbol y el Deportivo Toluca a su hijo desde pequeño para que se identifique con esos colores.

En cuanto a asistir al estadio, dos de las entrevistadas (Angélica y Erika) comentaron que sí van cada quince días al estadio, ya que es una forma de apoyar al equipo, y sentirse parte de este. Alejandra comentó que no asiste a todos los partidos por falta de tiempo y dinero, sin embargo, mencionó que es una práctica que le gustaría que fuera frecuente ya que el ambiente que se vive dentro del estadio es muy peculiar.

Durante la observación participante, se pudo dar cuenta de que al igual que los hombres, en el estadio encontramos todo tipo de mujeres, desde las que van a ver el partido y apoyar al equipo, hasta las que van solo como acompañantes de sus novios o esposos, para cuidar a los niños, es decir, en el estadio hay aficionadas y no aficionadas.

Así mismo, la forma de expresar su afición es distinta en algunos casos, esto por su condición como mujeres. Las aficionadas pueden ser incluso más aficionadas que los hombres y tener más conocimiento sobre su equipo, es decir, tienen más conocimiento sobre el calendario del torneo, estadísticas del equipo y los jugadores, las noticias más relevantes del equipo, etc., sin embargo, no pueden tener las mismas actitudes dentro del estadio que los aficionados. Esto se debe a que siguen existiendo roles establecidos para cada género.

El comportamiento de la mujer debe ser discreto, ella debe ser educada, pacífica y participar solo como observadora, mientras que el hombre puede tener un comportamiento grosero, tener libertad de expresión y movimiento.

A pesar de la gran apertura que ha habido para que las mujeres asistan a los estadios, si una mujer grita, insulta o incluso se pelea, es mal vista por los demás, ya sean hombres o mujeres.

Se considera que esas actitudes no son propias de una mujer, y mucho menos en ese espacio, que es considerado de hombres y para hombres, en el que las mujeres son invitadas pero ajustándose a ciertas reglas. Cabe mencionar que estas reglas de comportamiento están más marcadas en ciertos lugares del estadio, por ejemplo, en la tribuna de sol, que es la más económica y en la que se encuentran las porras más grandes, esta diferencia no es muy notoria. Tal parece que en esta tribuna se suavizan las diferencias de género, ya que hombres y mujeres gritan, insultan y brincan por igual.

Las aficionadas que asisten a esta parte del estadio, suelen unirse a cualquiera de las dos porras que ahí se encuentran (La Barra Perra Brava y La Banda del

Rojo)⁹, de esta manera se involucran y se vuelven parte de la porra; y al pertenecer a una porra es más difícil que exista un señalamiento en cuento a sus comportamientos. Esto se debe a que dentro de estos grupos existe un mayor número de jóvenes, los cuales muestran mayor aceptación a estos comportamientos por parte de las mujeres.

Ejemplo de lo anterior se puede observar en la tribuna de sol, en donde incluso las mujeres se han posicionado diferente respecto a las aficionadas de las otras tribunas. En sol, ellas participan dentro de la Perra Brava o la banda de rojo con canticos, porras, brincos o tocando algún instrumento.

Tribuna de sol



Fuente: foto tomada del Facebook de Erika Cruz (2014)

En el caso de otras tribunas como sombra preferente y sombra general, la situación es distinta pues desde las porras es difícil ver a muchas mujeres, solo hay algunas que en la mayoría de los casos van de acompañantes. Por su parte las aficionadas que van y gritan a los jugadores, a lo árbitros, que insulta, y chiflan, son señaladas, pues de acuerdo a los comentarios de los y las demás asistentes, *no es correcto que una mujer se exprese así*, y que ese tiempo de actitudes y expresiones podrían propiciar a que les falten al respeto.

⁹ Estas dos porras son las más grandes e importantes del Deportivo Toluca

Tribuna de sombra preferente



Fuente: foto de Sandra Lorena Padilla García (2014)

En el caso de la tribuna de palcos, es muy difícil ver a aficionadas, pues en su mayoría son hombres, a pesar de que se podría considerar la zona más segura del estadio. En esta zona no hay muchas expresiones de afición, los asistentes suelen ser pacíficos, no hay gritos ni brincos, el partido pasa como un evento más. También cabe mencionar que no existe el mismo contacto con los demás aficionados que en otras tribunas, ya que a cada quien le es asignado un lugar y regularmente todos suelen estar separados.

Existen distintas perspectivas de las aficionadas en torno a las reglas de comportamiento que existen en el estadio para hombres y mujeres, sin embargo, todas consideran que sí hay una diferencia entre hombres y mujeres en cuanto a trato y comportamiento.

Angélica (Toluca, 22 años) respecto a esto comentó que:

[...] pero en cuanto a decir groserías o a expresarte digamos libremente no, no creo que haya algún límite, he visto, incluso yo misma he gritado cosas y no pasa nada ¿no? tú vives igual todo el contexto que rodea esta parte de estar en el estadio. Y comportamientos ¿no? tu sabes a lo que vas, como mujer sabes a lo que vas y en el ambiente en el que estás ¿no? o sea igual si puede que igual ahí cuando meten gol igual y te empujan y...no se alguna cosa así porque igual con la euforia del gol realizan ese tipo de cosas, se

empujan, se avientan algo así no pasa nada, siento que no es como tal como una regla específica. En cuanto a la...por ejemplo cuando entramos si hay una revisión para hombres y para mujeres. En las mujeres no es tan estricto el que te revisen cosas, si te llegan a tocar y eso pero es normal. Y en los hombres si es un poco más drástico, exhaustivamente los palpan para ver si no tienen algún objeto que pueda dañar o que puedan aventar a la cancha pero no, no logro identificar así algo como tan, tan separados, no.

Por otro lado, Alejandra (Toluca, 22 años) si ve diferencias hay reglas de comportamiento, pero en lugares específicos.

Si,...yo creo que si...bueno, depende mucho con quién vas y a dónde vas. Yo por ejemplo he ido a sol y a sombra y también a palcos y cuando he ido a sol no he visto así eso, de hecho pues...en la porra las mujeres también cantan y así. Pero cuando he ido con mi familia a sombra pues si es más como...es otra actitud. Si estás gritando si te voltean a ver como feo o si les gritas a los jugadores (a Talavera, por ejemplo). Igual mi familia, también a veces mi mamá me regaña cuando me pongo así a celebrar o así. Porque de hecho a ella no le gusta todo eso y tampoco le agrada que me guste el fut.

Erika (Toluca, 17 años), que pertenece a la única porra de mujeres del Deportivo Toluca, comenta que como aficionada no hay diferencia respecto a los hombres, ella se siente igual y siempre la han tratado igual.

Cuando estoy en el estadio, viendo al amor de mi vida...no me importa nada...la verdad es que creo que ser aficionado no es diferente por ser hombre o mujer, pues cada quien tiene su forma de ser, ¿no? Pero pues no, no es diferente. Yo aunque estoy con mi porra y así pues nos unimos con todos los demás, ahí con la banda del rojo y ahí se arma el desmadre y todos la pasamos bien, te encuentras con amigos, conoces a otros y así.

Haciendo un análisis de las aficionadas al Deportivo Toluca que fueron entrevistadas y la observación participante que se realizó, vemos que sí influye la tribuna en la que se encuentren. Las dos aficionadas que asisten a la tribuna de sol (Angélica y Erika) no consideran que existan reglas de comportamiento para las mujeres, sin embargo, Alejandra que asiste a distintas tribunas si ha observado que existen reglas de comportamiento, incluso ella ha tenido que acatarse a ellas.

Susana, aficionada al Club América asiste al estadio del Deportivo Toluca y ella también comenta que ve una fuerte discriminación hacia las mujeres que son aficionadas y que buscan expresarlo.

[...] es muy diferente y es muy injusto, por ejemplo, en el de Toluca, la bombonera; Había una señora que se sentaba como tres filas abajo y un amigo de mi papá así hacia muchas bromas y con groserías y ofendiendo a los jugadores y todo mundo se reía. Pero cuando la señora lo decía todos ponían cara de espanto. Mi papá volteaba unos ojos de ¡ah! Y yo ¿qué? Bueno, yo porque soy de esa onda de todos somos iguales...pero yo decía ¿qué?, ¿cuál es el problema?... ¡ay! se escucha de la fregada y yo así de es igual que el de atrás y tú, ¡igualito! ...No, se escucha muy mal. Y de ella se burlaban muchísimo, ella se dejó de sentar ahí, así tal cual, porque era de cómo me ven feo... qué onda. Lo mismo en el partido pasado de León. En palcos, la gente es como todavía más tranquila, entonces había una chava como de mi edad...este...igual gritando pero mucho, pero muy acelerada y traía la cara pintada y todo. Pero estábamos a un lado de la porra de León donde había quinientos chavos, exactos, con playera, pintados, gritando...ellos eran lo más normal del mundo, pero la chava que estaba atrás de nosotros...todo mundo se le quedaba viendo horrible. Lo mismo tengo una amiga pero que es argentina y ella le empezaba a ir al Toluca y ella si era de gritar, pero aparte con unas groserías pero de argentina, súper violenta. Y un día estaba Vergara en el estadio y le

empieza a gritar, la verdad muy violenta y todo el mundo le empieza a chiflar, así como de ¡cállate...vieja corriente! Así los comentarios, diez minutos después un tipo empieza a gritar y se rieron, o sea de él fue chistoso. Por supuesto que a las mujeres, te piden como que te quedes callada y también creo que no puedes opinar tanto. Yo con los amigos de mi papá era así de ¡ay! ¿Por qué entro Nava? Y me ven con cara de tu que vas a saber. Entonces hablo con mi papá que me pone más atención. Los demás me tiran de loca. También creo que eso pasa, no sé si ya tanto, pero sí.

No se puede dejar de mencionar que tanto los aficionados como las aficionadas al Toluca, coincidieron en que la diferencia que es más notoria entre hombres y mujeres es cuando en la entrada, la seguridad del estadio hace revisión a los y las asistentes.

[...] cuando entramos si hay una revisión para hombres y para mujeres. En las mujeres no es tan estricto el que te revisen cosas, si te llegan a tocar y eso pero es normal. Y en los hombres si es un poco más drástico, exhaustivamente los palpan para ver si no tienen algún objeto que pueda dañar o que puedan aventar a la cancha [...]

[...] pues supongo que es como... algo ya estipulado. No sé ni porque ni por quien. pero siempre los que tienden a hacer ese tipo de cosas dentro de los estadios, en este caso la violencia que existe, y que se llegan a golpear y que sacan...no sé, luces y eso que no está permitido por la federación mexicana de futbol, pues si es como que más severo el momento de la revisión ¿no? para no dañar y más porque adentro pues obviamente se consume alcohol y entonces ya al calor de las copas y del alcohol mismo los hombres tienden a ser más violentos que una mujer y es por eso. Aunque no dudo que las mujeres igual en sus bolso o así, metan cosas y obviamente se las pasen a las porras o alguna cosa así... pero pues no sé, yo digo que siempre ha estado algo

así, pues normal ¿no? Siempre como que a las mujeres...no pues las mujeres no sé, igual y si hacen escándalo en el estadio pero no llegan a tal grado de violencia o no pueden llegar a este grado de violencia como un hombre y más en este rollo del alcohol que te digo.

[...] Si, bueno, en la entrada siempre están los policías y hay policías hombres y policías mujeres, pero...pues siempre la revisión es más...como más...o sea es diferente la revisión que hacen a las mujeres y la revisión que hacen a los hombres, a las mujeres solo las revisan así como rápido, solo les abren la bolsa, pero nada más, pero a los hombres si nos revisan bien, las bolsas, los pantalones, todo. Porque se presta más a que nosotros metamos cosas que no están permitidas.

Pero esto no solo se da entre los y las aficionadas del Deportivo Toluca, también aficionados y aficionadas a otros equipos mencionaron esta diferencia que existe en los estadios.

De acuerdo a esto es posible dar cuenta que persiste una idea de la mujer como la inofensiva, la no violenta, su asistencia a los estadios no causa lo mismo que los hombres. Como regularmente solo van como acompañantes y no como aficionadas, no representan algún peligro, al contrario, se les tiene que proteger.

Por lo tanto es posible concluir que sí se corrobora el planteamiento central de esta investigación, **Las mujeres han aumentado su participación en los estadios, atendiendo a una apertura por parte de los clubes y sus estrategias mercadológicas, por gusto al futbol, para adquirir un poco del poder de los hombres y recibir el reconocimiento de los hombres aficionados a este deporte, sin embargo, tal apertura y aceptación sigue siendo parcial.**

CONCLUSIONES

Como ya se mencionó anteriormente, el futbol no solo es un deporte, tiene distintos significados en la sociedad, es parte de una forma de vida que implica distintos sentimientos y comportamientos. El futbol se ha convertido en una forma de distracción, relajación y recreación de muchas personas en México y otros países.

La magnitud e importancia de este fenómeno deportivo se pudo observar en el reciente Mundial de Brasil 2014, en el que podemos decir que prácticamente se paralizó el mundo y el país (México). Brasil tuvo una ocupación total en hoteles, esto sin mencionar que en las favelas también existía un cupo casi al límite en las distintas habitaciones que se rentaban.

Meses antes del mundial y durante el Mundial, en medios de comunicación y en la calle el tema era el Mundial de Brasil 2014. Los medios televisivos dedicaban la mayor parte del tiempo a hablar sobre los jugadores, las selecciones, los aficionados y las aficionadas, el futbol en Brasil, etc. El mundial de Brasil no solo se trató de un evento deportivo, tuvo implicaciones importantes en el ámbito económico, político y social de aquel país.

México, siendo una de los países con más aficionados al futbol, significó un gran negocio para la industria y para Brasil. Miles de aficionados y aficionadas mexicanos decidieron viajar a ver a la selección lo que favoreció a las agencias de viajes, la industria hotelera, los guías turísticos, y sobre todo a las televisaras. Hablando de México específicamente, también favoreció a restaurantes, bares y cualquier lugar en donde se estaban transmitiendo los partidos del mundial, y sobre todo los de la Selección Mexicana.

En la transmisión de los partidos de México, en algunos lugares, se suspendían clases y labores; el gobierno se encargó de instalar mega pantallas para que todos y todas pudieran disfrutar de este espectáculo. Las calles a la hora de los partidos se encontraban prácticamente vacías y negocios que contaban con la transmisión

de los partidos se encontraban abarrotados. Todo esto nos hace dar cuenta de la importancia que tiene este deporte, su impacto económico, social y político.

A partir de las entrevistas realizadas se pudo dar cuenta de la importancia que tiene el fútbol en los aficionados y las aficionadas, así como la importancia que la afición tiene para este. A pesar de que existen distintos equipos y aficiones, el fútbol tiene el mismo significado para ellos y para ellas.

Entre los y las aficionadas existe una concepción similar acerca de lo que es ser aficionado o aficionada en cuanto a sentimientos y pasión se refiere, pero es importante hacer mención de que hay distintos tipos de aficionados y aficionadas. Tal distinción, como se mencionó en el trabajo, no solo tiene que ver con la preferencia o identificación con un equipo, también tiene que ver con el género de la afición y las actitudes que cada uno y cada una toma para definirse como aficionado o aficionada.

Entre las distintas concepciones de los aficionados y las aficionadas llegamos a la conclusión de que un o una aficionad@ es aquella persona que se identifica con una institución, con sus colores, jugadores y con las personas que tiene afición al mismo equipo. Ser aficionad@ requiere tenerle amor y fidelidad a un equipo y sobre todo al fútbol.

La afición a un equipo significa amor y fidelidad por el equipo, sentirse parte de ese equipo y apoyarlo en cualquier momento, ya sea en el estadio o desde casa. Aunque todos coinciden en que es un punto importante ir al estadio, ya que no solo estas con los “tuyos” sino que apoyas de manera cercana al equipo y los jugadores deben de sentir el apoyo de la afición.

De acuerdo a lo anterior podemos decir que la afición es un elemento importante y fundamental en el fútbol, incluso se podría decir que este deporte gira en torno a los aficionados y las aficionadas; sin ellos este no podría sobrevivir. Gracias a la afición este deporte tiene recursos. Ellos y ellas son quienes asisten a los estadios, consumen los productos de los equipos, ven los partidos en la T.V., etc. De ahí surge la importancia de incluir y atraer a las mujeres a este deporte.

Haciendo un comparativo entre las aficionadas y los aficionados, encontramos que si bien si hay algunas diferencias, esas diferencias son mínimas. Ambos coinciden en que hay sentimientos involucrados cuando se elige a un equipo y cuando se ve este deporte. En una encuesta realizada en 2014 a aficionados y aficionadas al Deportivo Toluca F.C. por un egresado de la Licenciatura en Relaciones Económicas Internacionales del Centro Universitario UAEM Tenancingo, se obtuvieron los siguientes resultados: las mujeres suelen considerarse más aficionadas que los hombres. Respondiendo a la pregunta: ¿Qué tan aficionado/a te consideras del 1 al 10, donde 10 es mucho y 1 poco? Las mujeres obtuvieron un resultado de entre 8 a 9, mientras que los hombres obtuvieron un resultado de entre 6 y 7.

Estos resultados nos indican que las mujeres se consideran más aficionadas que los hombres. En cuanto a las entrevistas realizadas para esta investigación, se pudo observar que ellas son las que consumen más cosas del equipo y que asisten más al estadio. Ellas tratan de comprar todo lo que tenga el escudo de su equipo, asisten al estadio lo más frecuente posible y están al pendiente de todas las noticias de su equipo.

Mientras que ellos suelen ser más pacíficos, compran artículos de su equipo si realmente les gusta, no necesariamente por tener el escudo del equipo lo compran. Asisten al estadio pero en ocasiones especiales, es decir, cuando el equipo rival es importante, cuando es algún clásico, cuando hay promoción o cuando se organizan con familia y amigos para ir al estadio.

Sin embargo, esto no significa que ellas tengan las mismas oportunidades y la misma aceptación en los estadios y como aficionadas, ya que ellas mismas explican que por ser mujeres se han sentido discriminadas, sobre todo por los hombres que ya son mayores. Cuando intentan intercambiar opiniones sobre el partido, los jugadores, el arbitraje, etc, sus opiniones no son tomadas en cuenta, o no son tomadas tan en serio, a pesar de que incluso ellas saben más que algunos hombres. Caber mencionar que esta situación solo se hizo referencia a los hombres mayores, ya que con los hombres jóvenes la situación es diferente.

Entre los hombres entrevistados encontramos que ellos si aceptan que ellas sean aficionadas, incluso que sean más aficionadas que ellos y que en algunos casos saben más que ellos. La presencia de ellas en los estadios no les incomoda o les causa alguna molestia, pero si consideran que no son vistas de la misma manera.

Ellos explicaban que todavía es mal visto que ellas se apropien de las mismas conductas que tienen los hombres dentro del estadio. El hecho de gritar groserías o cuestionar al árbitro, son motivos de descalificación hacia las mujeres, pues en este mundo de roles y estereotipos está mal visto que ellas hablen de esa manera.

Las distintas campañas y estrategias que han implementado los clubes y la Federación Mexicana de Fútbol han tratado de incluir a las mujeres en este deporte, sin embargo, esta inclusión no necesariamente significa aceptación. Todavía existen ciertos límites para las mujeres dentro de este deporte. Ellas pueden vestir la camiseta de su equipo, consumir los productos, ir al estadio, etc, pero sin salir o dejar de cumplir con su rol.

Un ejemplo de ello es que en las porras y barras, las mujeres no tienen la misma participación, no son líderes y no son mayoría. En el caso del Deportivo Toluca, los líderes y fundadores de las porras y barras son hombres; si bien hay mujeres dentro, no son iguales. Esto las ha llevado a formar una pequeña porra de mujeres, sin embargo, esta no tiene ni la importancia ni los beneficios que obtienen las otras, ellas aun no son reconocidas oficialmente por el Deportivo Toluca, pues se les considera parte de la Banda del Rojo.

A partir de estas reflexiones y del trabajo realizado, se da respuesta a la pregunta de investigación: ¿cómo se han ido incorporando las mujeres en el mudo futbolístico, como aficionadas a este deporte y su posicionamiento ante las aficiones masculinas?; así mismo, en el capítulo VI se comprobó la hipótesis planteada.

Los objetivos planteados se lograron a través de cada capítulo, el trabajo de documentación, observación y de entrevistas, permitió conocer el posicionamiento de las aficiones femeninas, respecto de las aficiones masculinas del futbol en el

Deportivo Toluca F.C, se analizó el impacto de la presencia de las mujeres en los estadios, la posición de los hombres ante la incorporación de mujeres en las barras y porras, se evidenció cuáles son las estrategias mercadológicas de los clubes para atraer afición femenina y se obtuvo respuesta al por qué o de dónde surge el interés de las mujeres de Toluca por el fútbol.

Como vemos aún queda un largo camino por recorrer para que exista equidad de género dentro del fútbol, sin embargo, poco a poco ellas han logrado integrarse a este deporte y creo que las nuevas generaciones están logrando que la situación se vuelva más equilibrada.

Acciones tan sencillas como dejar de asombrarse al ver a las mujeres en los estadios, con la playera de su equipo, jugando fútbol, dejar de juzgarlas por sus comportamientos en los estadios y respetar su afición y concomimientos sobre el fútbol, nos llevarían a hacer del fútbol un deporte para hombres y mujeres.

Así mismo, que los medios de comunicación dejen de enfocar este espectáculo a los hombres; que las mujeres dejen de estar en los programas solo como modelos y puedan hablar y opinar sobre deportes, que en el estadio las mujeres dejen de ser vistas como “objetos bonitos”, como acompañantes o como madres que únicamente van a cuidar a los niños.

También considero que un paso que debe darse es dejar de hacer la distinción entre hombres y mujeres con las playeras rositas y los artículos de fútbol especiales u orientados a hombres o a mujeres. Si el fútbol debe ser un deporte para hombres y mujeres no debería de haber una diferencia de género tan marcada entre unos y otros.

Este trabajo nos invita a hacer una reflexión sobre un hecho tan cotidiano como lo es el fútbol, en el que hay una notable diferencia de género que puede parecer muy normal o común y que incluso es desapercibido, sin embargo, es una notable discriminación hacia las mujeres.

FUENTES CONSULTADAS

Antunez, Susana y Nora Edith Miranda (2006), "Los estereotipos de género en la práctica de actividades físicas y deportivas" en *Anais do VII Seminário Fazendo Gênero*, <http://www.fazendogenero.ufsc.br>

Branz, Juan (2008), "Las mujeres, el fútbol y el deseo de la disputa: cuando lo deportivo debe volverse político" en *Educación Física y Ciencia*, Vol. 14, <http://www.fuentesmemoria.fahce.unlp.ar>

Burini, Mabel e Irene Meler (1998), *Género y familia: poder, amor y sexualidad en la construcción de la subjetividad*, México, Paidós

Canual Cano, Alberto, "El futbol y la cultura popular" En *4 patios*, <http://www.filosofia.buap.mx>

Cárdenas Meneses, Jorge (2008), "El fútbol nos une: socialización, ritual e identidad en torno al futbol" en *Culturales*, Vol. IV, Num. 8. Universidad Autónoma de Baja California, México.

Carrión, Fernando (2006), "El fútbol es ancho y ajeno: Selección de referencias en la literatura y el arte de América Latina y Europa" en *Quórum. Revista de pensamiento iberoamericano*, Num. 14, Universidad de Alcalá, Madrid.

Chávez Aldaco, Verónica (2013), "Radiografía de un aficionado al futbol" en *Chilango*, <http://www.chilango.com>

Conde, Mariana Inés (2008), "El poder de la razón: las mujeres en el fútbol" en *Nueva Sociedad*, N° 218, <http://www.nuso.org>

Conde, Mariana y María Graciela Rodríguez (2002), "Intersectando prácticas y representaciones: mujeres en el fútbol argentino" en *Documentos de Jóvenes investigadores*, N° 1, <http://www.lanic.utexas.edu>

COSUDE (2005), *Género y deporte. Integrar la equidad de género en los proyectos deportivos*, Berna, COSUDE.

“Consulta Mitofsky: deportes 2015” en <http://www.consulta.mx>

De la Torre Osorio, José (2000), *La selección mexicana de fútbol y los comentarios del programa televisivo Los Protagonistas*, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales UAM, México.

Del castillo, Agustín (2013), “Futbol, sobre la estupidez, la religión y la moral humana” en *Milenio*, <http://www.milenio.com>

Diccionario de la Real Academia Española en <http://www.rae.es>

Dunning, Eric (2003), *El fenómeno deportivo. Estudios sociológicos en torno al deporte, la violencia y la civilización*, Barcelona, Editorial Paidotribo.

Elías, Norbert y Eric Dunning (1992), *Deporte y ocio en el proceso de la civilización*, México, Fondo de Cultura Económica.

Galeano, Eduardo (1993), *Fútbol a sol y sombra*, México, Siglo XXI

Galeano, Eduardo (1995), *El fútbol a sol y sombra y otros escritos*, Madrid, Siglo XXI.

Gómez Rojas, Gabriela, *et al.* (2012), “Clases de deporte y deportes de clase. La distribución de los gustos y prácticas deportivas en el espacio social” en <http://jornadassociologia.fahce.unlp.edu.ar>

El Siglo de Torreón (2015), “Potro' Gutiérrez causa polémica en Twitter” en <https://www.elsiglodetorreon.com.mx/noticia/1085518.potro-gutierrez-causa-polemica-en-twitter.html>

El Universal (2016), "Dejan sin escote a chicas de FOX" en <http://www.eluniversal.com.mx/articulo/deportes/mas-deportes/2016/02/19/dejan-sin-escote-chicas-de-fox>

García Monroy, Rocío Yelitza (2014), "Estas mujeres están tomando las riendas del futbol" en <http://pamboleras.com/las-nuevas-mujeres-que-toman-las-riendas-del-futbol/>

Giner, S. (1998), Diccionario de Sociología, México, Alianza Editorial.

FEMEXFUT, "Historia del juego" en <http://www.femexfut.org.mx>

<http://www.deportivotolucafc.com>

<http://www.mundosoccer.com>

Inmujeres (Instituto Nacional de las Mujeres) (2005), *Mujer y deporte. Una visión de género*, México, Inmujeres.

Jurado Jurado, Juan José (2004), "Sobre el proceso de la civilización de Norbert Elías" en *Nómadas*, Núm.10, Universidad Nacional de Colombia, Medellín.

Lamas, Marta (1996), *El género: la construcción cultural de la diferencia sexual*, México, PUEG.

Lamas, Marta (1999), "Usos, dificultades y posibilidades de la categoría género" en *Papeles de Población*, Núm. 21, Universidad Autónoma del Estado de México, México.

Lamprea, Jessica (2011), "La desigualdad de género en el deporte" en *Comisión mujer y deporte. Comité olímpico Español*, <http://www.mujerydeporte.org>

Marca (2014), "El Mundial de Brasil es el segundo con mayor afluencia" en <http://www.marca.com/2014/07/14/futbol/mundial/1405357145.html>

Magazine, Roger, J. Samuel Martínez López y Sergio Varela Hernández (coords.) (2012), *Afición futbolística y rivalidades en el México contemporáneo: una mirada nacional*, México, Universidad Iberoamericana.

Mediotiempo.com (2016), "Las mujeres juegan mejor donde viven mejor" en <http://www.mediotiempo.com/mttools/interactivo/las-mujeres-juegan-mejor-donde-viven-mejor/>

Montes Martínez, Mateo (2013), "Sobre la sociología del deporte" en <http://www.sociologia.co/sobre-la-sociologia-del-deporte.html>

Nencini, Alessandra (2013), "De Chanel a las gradas. Locas por el fútbol" en <http://www.masterperiodismodeportivo.com/de-chanel-a-las-gradas-locas-por-el-futbol/>

Padilla García, Hugo Armando (2014), Proyecto de tesis "Deportivo Toluca F.C.: Generador de actividades económicas complementarias informales", Centro Universitario UAEM Tenancingo.

Semana (2010), "Locas por el futbol" en *Semana*, <http://www.semana.com>.

Serret Bravo, Estela (2008), *Qué es y para qué es la perspectiva de género*, Oaxaca, Instituto de la Mujer Oaxaqueña.

Sopitas Deportes (2016), "Los espectaculares números que dejó el Super Bowl 50" en <http://www.sopitas.com/579933-los-espectaculares-numeros-que-dejo-el-super-bowl-50/#sthash.gq9kYQPt.dpuf>

Suarez, Sandra (2013) “*Las mujeres que aman el fútbol no son bichos raros.*” en <http://www.revistadonjuan.com/interes/alejandra-buitrago-chica-modelo-y-mujer-amante-del-futbol/13186780>

Tarrés, María Luisa (2008), *Observar, escuchar y comprender sobre la tradición cualitativa en la investigación social*, México, FLACSO y El Colegio de México.

Taylor, S.J. y Bogdan R. (1987), “Introducción a los métodos cualitativos de investigación: La búsqueda de significados” en http://cvonline.uaeh.edu.mx/Cursos/Lic_virt/Mercadotecnia/IMMC208/Unidad%203/36_lec_La%20entrevista%20a%20profundidad.pdf

Tusell Viladot, José (2009), “Deporte y discriminación por sexo: futbol, remo y salto de esquí” en *Revista para el análisis del Derecho*, Barcelona, <http://www.indret.com>

Villoro, Juan (2010), *Dios es redondo*, D.F., Editorial Planeta Mexicana.

ANEXOS

Tribuna de sol



Fuente: foto de Sandra Lorena Padilla Garcian (2014)

Tribuna de sombra preferente



Fuente: foto de Sandra Lorena Padilla Garcian (2014)

Tribuna sombra preferente



Fuente: foto de Sandra Lorena Padilla Garcian (2014)

Aficionadas en el estadio



Fuente: fotos tomadas del facebook de Erika Cruz

Mujeres en la perra brava



Fuente: fotos tomadas del facebook de Erika Cruz