

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Estudios con Reconocimiento de Validez Oficial por Decreto Presidencial
Del 3 de abril de 1981



**“LA MUJER AFICIONADA AL FÚTBOL. REPRESENTACIONES
DE GÉNERO DESDE LA TRIBUNA”**

TESIS

Que para obtener el grado de

MAESTRA EN ANTROPOLOGÍA SOCIAL

Presenta

MÓNICA DE LA VEGA CARREGHA

Director de la tesis: Dr. Roger Magazine

Lectores: Dra. Carmen Bueno

Dr. Sergio Varela

ÍNDICE.

INTRODUCCIÓN.....	1
CAP. 1. LA COOPERATIVA LA CRUZ AZUL Y SU AFICIÓN.....	17
<i>Cooperativa La Cruz Azul, S. C. L.</i>	18
<i>Club Deportivo Social y Cultural Cruz Azul, A. C.</i>	23
<i>Grupos de aficionados, porras y barras</i>	26
<i>Mujeres representativas dentro de la Ultra Azul</i>	30
CAP. 2. UN DÍA EN EL ESTADIO: LA ORGANIZACIÓN SOCIAL DENTRO DE LOS GRUPOS DE AFICIÓN AL CRUZ AZUL.....	37
<i>Vamos al estadio</i>	39
<i>Entrando al estadio</i>	49
<i>Durante el partido</i>	55
<i>Terminando los 90 min de juego</i>	60
CAP. 3. LA MUJER Y EL FÚTBOL COMO NEGOCIO.....	64
<i>Las Celestes, mujeres porristas</i>	65
<i>Mujeres como objetos publicitarios</i>	71
<i>Fútbol, sexo y medios de comunicación</i>	73
<i>Aficionadas en las redes sociales</i>	78
CONCLUSIONES.....	83
BIBLIOGRAFÍA.....	91

INTRODUCCIÓN.

En la cultura mexicana el fútbol tiene un lugar importante. Se considera el deporte nacional. Durante los mundiales una gran mayoría de personas están al pendiente de lo que sucede con la selección y el resto del año, en menor número de aficionados, se enfocan en lo que pasa en el torneo local. Cada afición es diferente y se relaciona con los significados y valores de cada equipo. En el caso del Club Deportivo Cruz Azul, en el que se centra este estudio, se les relaciona con la clase trabajadora del país y con un ambiente familiar.

A partir de un primer acercamiento a las porras del equipo Cruz Azul, así como a algunas visitas al estadio en la zona de general o platea, surgió la inquietud de entender porque, si la creencia general es que el fútbol es un espectáculo para hombres, hay un gran número de mujeres que llegan al estadio a disfrutar y a vivir el fútbol desde las tribunas.

El Cruz Azul no se puede entender en general sin tomar en cuenta la relación que existe entre la Cooperativa La Cruz Azul, el Club y su afición. Así, el primer acercamiento en este trabajo es la historia de la Cooperativa, sus características y los valores que tienen para trabajar y llevar al desarrollo de sus agremiados. Siendo una cooperativa que tiene los valores familiares como base, se analiza la afición al Cruz Azul desde la visión de los aficionados, en su mayoría, familias o personas de edad adulta que asisten al estadio.

Dentro de los trabajos que se han realizado sobre los aficionados y los equipos de fútbol, poco se toca el tema de las mujeres como espectadoras, por lo

cual en este trabajo se explica la realidad de las mujeres dentro del entorno futbolístico. En este trabajo se analizarán, también, las relaciones de género dentro del ambiente futbolístico, en especial dentro del estadio, tomando en cuenta la visión de las mujeres y sus relaciones con su familia, los demás integrantes de las porras y/o con los aficionados contrarios. La mujer mexicana siempre ha sido símbolo de la vida familiar, de responsabilidad y de buen comportamiento. A partir de esto, siendo una minoría en el estadio, se busca entender como se adaptan al contexto futbolístico y como influyen en las relaciones entre los integrantes de la porra.

Se realiza un análisis a partir de los datos etnográficos, teniendo como eje central las relaciones entre los aficionados, ya que no se entiende a la afición femenina como un objeto de estudio aparte. Es desde la relación entre hombres y mujeres que se puede entender las características de cada uno de ellos. Esta tesis se basa en el trabajo de campo con la porra La Ultra Azul, una porra de más de quince años de existencia, que como la mayoría de las porras del Cruz Azul está formada por familias.

El general de lo que se observa en el estadio Azul, son familias y personas de diferentes edades, de ahí la importancia de trabajar y analizar las relaciones en una porra como La Ultra, siendo un reflejo de los que sucede en las tribunas del estadio. En la tribuna se pueden observar familias con niños de meses hasta personas de la tercera edad. En la mayoría de los casos las mujeres son aficionadas activas y se encuentran pendientes de lo que sucede en el campo. De ahí la importancia de observar las relaciones que existen al interior de las porras

del equipo Club Deportivo Cruz Azul de Primera División, la forma en la que interactúan los aficionados y cuál es el rol que tienen las mujeres dentro de este grupo.

El objetivo general de este trabajo es analizar las relaciones de género y el papel que tiene la mujer dentro de las tribunas de un estadio de fútbol. Observando principalmente a las mujeres. El papel de la mujer dentro del estadio: las aficionadas, integrantes de porras, porristas profesionales o visitantes esporádicas al estadio.

Al no poder entender a la mujer aficionada como un sujeto ajeno al contexto donde se desenvuelve, se analiza el entorno en el que se desarrollan los partidos de fútbol dentro del estadio, observando la forma en la cual las mujeres se apropian del espacio ya sea en la cancha, el grupo de porristas oficiales, o desde la tribuna. Al considerarse como punto de partida que en el discurso social el fútbol es un deporte y espectáculo para los hombres.

En las primeras visitas al estadio pude observar que existe un gran número de aficionadas que saben perfectamente lo que sucede con su equipo tanto dentro como fuera de la cancha. Aunque se piense que las mujeres solamente van a los estadios a “sufrir” o por “complacer” a su pareja, muchas de estas mujeres van a vivir el fútbol a las tribunas: desde la señora que va con la playera que le regaló el portero titular después de un entrenamiento y que no deja de seguir el partido parada en su asiento, gritando y festejando las acciones del equipo, hasta la joven

que en el camino hacia el estadio, vestida con los colores del equipo lleva el ritmo de los cantos de las porras cantando y tocando un tambor.

En esta tesis se explica cómo se forma la identidad de las aficionadas, como se definen a si mismas y si está es determinada por los actores masculinos dentro de la porra o si es una relación en la cual el género sale sobrando en la cual tanto hombres como mujeres son definidos únicamente como aficionados sin importar su rol en el resto de la sociedad.

Dentro de las tribunas del estadio, y más específicamente en la zona de las porras, tanto hombres como mujeres tienen permitido algunas cosas que en otro contexto podrían ser prohibidas por una conducta social: los hombres lloran si el equipo pierde y la mujer grita malas palabras si el árbitro realiza una acción negativa para el equipo.

Es necesario observar las “reglas” implícitas mediante las cuales se da esta relación entre los aficionados, para entender si existen límites concretos sobre los roles de género para los aficionados del equipo.

Se observará la forma en la cual el ser aficionada a un equipo de fútbol, en específico al Cruz Azul, influye en la vida cotidiana de la mujer integrante de La Ultra Azul. Algunas preguntas que sirven de guía para la investigación son:

¿Cómo se define la mujer aficionada al fútbol?

¿Existe una apropiación del espacio dentro y fuera del estadio parte de las mujeres aficionadas?

¿Cómo se define el género dentro del estadio de fútbol?

¿Cuál es la relación del fútbol espectáculo con el género?

El tema del género dentro de los estudios sobre los aficionados al fútbol.

Para desarrollar este trabajo se discute algunos trabajos ya realizados en el campo de los estudios de fútbol y sociedad, también se analizan algunas posturas sobre el estudio de género como apoyo para entender la interacción de lo femenino y masculino dentro de un contexto futbolístico.

Los estudios sobre fútbol dentro de las ciencias sociales comenzaron en la década de 1980 en Europa, buscando entender cuando y porque surgen las porras denominadas Hooligans en Gran Bretaña (Armstrong y Giulianotti, 1997, 1998). Estas porras estaban asociadas a los lugares de residencia de los fanáticos de los equipos y algunas veces a las asociaciones que se tenían dentro de los lugares de trabajo. Nace una rivalidad entre los equipos que se traslada a las tribunas, siendo el aficionado el que agrede a las porras contrarias, lo que ocasionó una ola de violencia en el territorio inglés al grado de prohibir los viajes de las porras visitantes a los lugares donde jugarían sus equipos.

Proponen también que *“además de la tradicional asociación del juego con la clase obrera, el otro factor obvio es que el fútbol siempre ha sido sinónimo de los hombres”* (Armstrong y Giulianotti, 1997:7). Que cumple con los ideales masculinos y es un privilegio del género masculino, su participación en el juego.

Es el contexto del fútbol lo que les permite a los hombres actuar de una manera emotiva sin caer en los mismos roles que tienen fuera de este. Hablan poco de la mujer en estos espacios, pero al hacer referencia a la forma de expresar las emociones por parte de los aficionados, surge una comparación con un lado de la persona normalmente asociado con lo femenino, que, al estar dentro del estadio, pueden dejarlo fluir y demostrar su pasión y sentimientos por el equipo.

A partir de los estudios europeos, comienzan a realizarse aproximaciones en este tema en América Latina, enfocando en temas como la organización de las porras, la masculinidad, el aguante y la violencia en las gradas, entre otros, donde se observa el fútbol como negocio, como espectáculo y teniendo en cuenta a los grupos de aficionados. Estos estudios se han basado en los significados de la identidad y las representaciones de los diferentes grupos de aficionados (Archetti, 1987, 2003. Alabarces, 2003, 2005. Galeano, 1995. Martínez, 2010. Oliven y Damo, 2001).

Archetti señala (1985) que el fútbol como ritual masculino “expresa un ethos masculino en el que se afirma la virilidad en torno a dos ejes contrapuestos: el de homosexual y el del púber (o no iniciado)” el primero ligado a la ausencia de virilidad del contrario y el otro referente a la falta de capacidad de ejercer su propia voluntad por ser menor de edad. Estos ejes de la masculinidad en el contexto del fútbol que presenta Archetti no se contraponen con el “ser hombre-ser mujer”, más bien habla de “padre-hijo y macho-homosexual”. Por lo tanto desde este postulado la mujer no es determinante o agresora a la masculinidad de las porras. En el caso de los estudios realizados en Argentina, se observa la intención de integrar a las

mujeres desde la tribuna, sin lograr una explicación amplia sobre como viven ellas el fútbol.

En el libro de Fútbol y Cultura, de Oliven y Damo, desde el caso brasileño, se hace énfasis a la masculinidad de las manifestaciones y significados dentro del fútbol, como es que las vivencias, identidades y pertenencia a un grupo, se definen a partir del club. Definen el juego como *“un evento extraordinario, un ritual atravesado por connotaciones simbólicas que actualiza las rivalidades entre los clubes y las comunidades a las cuales pertenecen”* (Oliven y Damo, 2001:11) así los grupos de aficionados y los mismos clubes son determinantes para la representación de sentimientos e identidades colectivas que llevan a *“que los equipos son mucho más que 11 jugadores”* (Oliven y Damo, 2001:20) se tienen una suerte en la cual los jugadores se convierten solamente en representantes de un sentimiento local o nacional. Los autores explican que *“El fútbol es un campo privilegiado para entender la cultura y la sociedad en la medida en que, permite la manifestación de sentimientos más generales, que son una síntesis de lo que una determinada colectividad piensa”* (Oliven y Damo, 2001:87).

De ahí la importancia de las lealtades a una misma hinchada o equipo, que a su vez es comparada al amor por una región o un país. Los autores también explican la segregación de género dentro del fútbol como una manera en que en la práctica de este juego los niños se diferencian de las niñas debido a las connotaciones biológicas de cada género. El físico fuerte y resistente de los hombres define la incorporación a prácticas de deportes y actividades de mayor

exigencia y resistencia. Así, al pensar que las mujeres son débiles, serán designadas a actividades de menor exigencia física.

Binello y Domino, en un artículo aplican el termino de la *“mujer hincha”* (1998:214) que ha logrado instalarse en un terreno, que era exclusivo para los hombres, en ese trabajo se analiza como las mujeres juegan un rol específico en las prácticas dentro de los grupos de aficionados y los cambios que se han generado a partir de esto. *“La mujer-hincha se nos presenta complementada, excluida de todas las oposiciones de alguna u otra manera posible. Quizá pensada desde un lugar cercano al hombre-hincha, alentando –por suerte- cada uno a su manera”* (Binello y Domino, 1998:224). Se piensa, en este texto que la mujer es únicamente una acompañante a su familia, o a su pareja, pero a partir del acercamiento en la tribuna, se puede observar, que en muchas ocasiones el que va de acompañante de la aficionada, es su pareja.

Referente a lo realizado en México, han surgido en los últimos años varios estudios sobre aficionados al fútbol. Sin embargo, prestan poca atención a la cuestión del género y las mujeres. Se encuentra el trabajo realizado por Andrés Fábregas (2001) sobre las Chivas del Guadalajara, donde propone que "la micro-antropología del fútbol nos conduce a la macro-antropología de las actuales sociedades complejas" y como las actividades que se realizan alrededor del fútbol, a manera de un caso, nos llevan a entender la manera en la cual los individuos de una sociedad interactúan entre ellos. Los significados que el aficionado le da al equipo de las Chivas se basa en lo sagrado de estar constituido por jugadores mexicanos, con los cuales se identifican los aficionados, tanto los nacionales como

los migrantes en Estados Unidos, es una lucha desde una región en constante lucha con el centralismo que ha dirigido el desarrollo de la vida nacional, se es Chiva por lo que significa ser mexicano, para honrar tus raíces.

En este estudio Fábregas se adentra hasta los últimos rincones del estadio, dentro y fuera, en las gradas, pero hace un análisis de la afición en general sin poner especial atención en un grupo de afición en específico, menos a las mujeres aficionadas.

En el texto de Chivas y Tuzos. Íconos de México, identidades colectivas y capitalismo de compadres en el futbol nacional de Gabriel Angelotti Pasteur (2010), se analiza la historia de la formación de los dos equipos de futbol, sus implicaciones para la vida de las ciudades donde se establecieron y como impactan actualmente a la identidad mexicana, uno formado por puros mexicanos y el otro el primer equipo del país, con una infraestructura e inversión para llevar al futbol nacional, según sus directivos, a niveles internacionales. Se enfoca en la creación de identidades colectivas y en las relaciones entre los dueños y directivos con los aficionados, en cómo las decisiones tomadas en una oficina entre los empresarios dependen o no (afectan o no) a los aficionados, si afectan al sentido de pertenencia en relación a un club de futbol. La identidad que se describe en el texto hace referencia a los hombres mexicanos. En la descripción no hace referencias a las aficionadas de los equipos, ni a su relación con las mujeres mexicanas. Habla de una identidad nacional en general, sin hace runa división de género, aunque sus descripciones sobre los aficionados son dirigidas a los aficionados hombres.

En el texto de Roger Magazine (2008) sobre los aficionados a los Pumas de la UNAM, a partir del estudio de caso se analizan las relaciones sociales que determinan la creación de las barras del equipo, las cuales son integradas en su mayoría por jóvenes, se observa la forma en que se da una relación de clientelismo por parte de uno de los líderes de la porra, los medios de comunicación y la directiva. Para los aficionados el clientelismo desata una división de los aficionados buscando los lugares más adecuados para la expresión de sus propios ideales. Se propone como principal objetivo “el desmadre” en la tribuna, el sentir los colores de la camiseta hasta morir.

En cuestión de lo observado con las mujeres aficionadas, Magazine explica que *“su presencia en un espacio público dominado por varones como el estadio es divertida y emocionante, porque transgrede los límites de lo que se considera por lo general como una conducta apropiada y segura para las jóvenes”* (Magazine, 2008:161). Las mujeres de la porra buscan conocer a los jugadores y entablar una relación de amistad con ellos, para sentir más cercanía al momento de apoyarlos desde la tribuna y en ocasiones, decir ilusionadas y bromeando que alguno de ellos es su novio, lo cual es una forma de transgredir las expectativas sociales impuestas a las mujeres. También, puede ser una demostración de igualdad y una respuesta a la actitud de agresión sexual que adoptan los integrantes hombres de la porra cuando ven pasar a una mujer dentro o fuera del estadio, al provocar e insinuar cuestiones sexuales a las mujeres ajenas a la porra. Dentro de las relaciones de la porra no existe una agresión a las integrantes mujeres, se da una situación más equitativa de géneros que la relacionada con los individuos ajenos al grupo. Este trabajo abre algunos temas para trabajar sobre género y mujeres,

aunque al no ser el enfoque del estudio, quedan preguntas a trabajar sobre las relaciones dentro de las porras entre hombres y mujeres, la apropiación de los espacios por parte de las mujeres y el valor que se le da a lo femenino dentro de la afición puma, entre otras.

En el artículo de “El deporte, los aficionados y las cuestiones de género”, Janette Cruz, plantea que las mujeres dentro de la afición al fútbol *“se han adentrado a un mundo nuevo, lleno de retos, ante una sociedad todavía patriarcal, pero que poco a poco han ganado poder dentro del mismo al comportarse y comprometerse con sus ideales, que son los mismos de sus aliados dentro de la porra, festejar y ver victorioso a su equipo”* (Cruz, 2011:107). Analiza la afición de las mujeres a partir del poder que tienen sobre ellas los hombres que las rodean y las relaciones que tienen con ellos. A la autora se le olvida tomar en cuenta a las mujeres que llegan solas al estadio, que son madres solteras o divorciadas, que van a disfrutar del partido, porque conocen de fútbol, de alineaciones y de jugadores. Estas mujeres son importantes ya que en la mayoría de los casos ellas han tenido el poder dentro de sus familias y no se consideran a ellas mismas como un *“instrumento, la cual no tiene ni voz ni voto, solo se le premia por ser dadora de vida”* (Cruz, 2011:111).

Los estudios que se han realizado sobre aficionados del fútbol apenas son pocos y toman en cuenta solo en algunos casos a las mujeres, por lo cual es importante realizar un estudio desde la visión de las aficionadas para entender diferentes aspectos que han sido sobrevalorados y pasados por alto como las relaciones entre masculinidad y femineidad, la forma para entrar a un mundo

mayormente masculino, la visión de la mujer sobre el fútbol, entre otros. Esta relación se da a partir de un contexto específico y que da razón de la incursión de las mujeres a un deporte y espectáculo que ha tenido como mayores clientes a los hombres. No se trata de solamente observar el lado femenino del contexto a estudiar sino la relación hombre-mujer que se da en las gradas a partir de un espectáculo que dura 90 minutos.

Respecto a los estudios sobre género y mujeres, en México, han sido dirigidos hacia las mujeres campesinas o en situación de violencia y abuso, vistas como uno de los principales grupos vulnerables dentro de la sociedad. En relación a contextos urbanos masculinizados donde han ido ganando terreno, son escasos los trabajos, de ahí la importancia de esta tesis para entender como han ido adaptándose a estos cambios sociales.

Para esta tesis se propone tomar al género como *“una compleja interacción de un amplio espectro de instituciones económicas y sociales”* (Conway, Bourque y Scoot, 2003:23). Esta interacción que se da dentro del estadio que pone en juego los roles que juegan lo masculino y lo femenino en los diferentes contextos sociales. Dentro de la porra, estos roles de género se van modificando en el momento que se reúnen los aficionados en las tribunas del estadio. Las aficionadas del Cruz Azul adquieren diferentes roles durante los noventa minutos, tienen permitidas cosas y quehaceres que fuera del ambiente del fútbol no sería “bien vistos”. Se trata de entender a las mujeres como una parte integral a la sociedad y las relaciones que se dan entre género.

Las diferencias de género no se toman como algo fijas para cada sexo. Para el análisis de la información obtenida se tomará en cuenta que *“no hay comportamientos o características de personalidad exclusiva de un sexo. Ambos comparten rasgos y conductas humanas”* (Lamas, 2003:106). Así, la identidad y el comportamiento de género se dan a partir de las experiencias sociales y las costumbres. Por lo cual en este trabajo se busca entender como las diferencias de género y sus representaciones en la tribuna son determinadas por la relación entre aficionados. Se entiende que los roles predeterminados a cada género se dan en contextos ajenos al fútbol. Para analizar la identidad de las mujeres aficionadas se busca entender como el contexto futbolístico aporta características determinadas.

Cucchiari propone que *“la idea del sistema de género no se trata de una oposición equilibrada. Las categorías de género se encuentran posicionadas jerárquicamente de tal suerte que los valores masculinos preponderan sobre los femeninos”* (2003:185). Se busca entender si esa jerarquización en las relaciones de género se aplica de igual manera dentro de la tribuna. Si dentro de las porras la identidad de las aficionadas es determinada por los valores masculinos. Se analizan las formas en las cuales se dan las relaciones de género dentro del contexto futbolístico.

Metodología.

La metodología que se llevo a cabo es la observación participante y las entrevistas informales durante las visitas al Estadio Azul, sede del equipo Cruz

Azul, en los torneos locales Clausura 2012, Apertura 2012 y algunos partidos de la Copa Libertadores de América. Estas visitas se hicieron en la zona de la cabecera, donde se ubican las porras, así como en otras zonas del estadio en las cuales los asistentes no son integrantes de ningún grupo de aficionados y algunos van al estadio esporádicamente.

Dado que en los partidos importantes contra Pumas, América y Chivas, así como semifinales o finales, las porras organizan caravana para llegar caminando todos juntos al estadio, también se registraron éstas. En estas caravanas se observó desde unas dos o tres horas antes de partir rumbo al estadio como se van incorporando cada agrupación y la forma de organizarse, teniendo un grupo específico para dirigir al contingente.

Al integrarme como parte de la porra Ultra Azul, tuve contacto tanto con el dirigente de la porra, como con algunos de los integrantes de la porra, poniendo énfasis en la afición femenina. Las entrevistas se llevaron a cabo durante las caravanas, en las afueras del estadio y dentro de la tribuna. Se preguntó específicamente porque eran aficionadas al Cruz Azul, desde cuando, lugar de residencia, si a su familia le interesa el fútbol, profesión, con quién asiste al estadio y si su gusto por el fútbol influía en otras áreas de su vida.

Se observó la manera de organizarse de la porra y el tipo de relación que tienen los integrantes de la porra. Se llevó un registro de comentarios y pláticas sobre la actitud de otras porras y de los aficionados contrarios. Los datos

recabados para este trabajo fueron obtenidos en su mayoría durante pláticas informales y observaciones dentro de la tribuna del estadio.

Se realizaron viajes a algunos estadios fuera del estadio Azul: Toluca, Morelia, CU y estadio Azteca, cuando el Cruz Azul jugó de visitante. Cuando son viajes fuera de la Ciudad de México van algunas familias y personas que no necesariamente son aficionadas al fútbol, solo viajan con la porra porque los paseos les salen más baratos de esa manera.

A partir de conversaciones y entrevistas con los líderes de la porras y algunos integrantes de la misma se realizó una historia de las porras del equipo enfocada a la participación de las mujeres en estas actividades, preguntando si el número de aficionadas ha ido en crecimiento y si la conducta de ellas se ha modificado con el paso de los años.

También se llevó a cabo una visita a las instalaciones donde entrenan Las Celestes, para entrevistarlas y saber sus gustos por el fútbol, si le van al Cruz Azul, la manera en la que perciben el trato por parte de los aficionados y la relación entre los jugadores, el equipo y el grupo de Las Celestes.

La tesis se encuentra dividida en tres capítulos que relatan la formación y las características de la afición azul. En el primero se realiza una revisión histórica sobre la formación de la Cooperativa de La Cruz Azul y la formación del Club Deportivo Cruz Azul A. C. Se centra en la conformación de la cementera y sus valores familiares. Así como, el recuento de los campeonatos en la era dorada del

equipo y el establecimiento de la localía en la Ciudad de México aumentando notablemente el número de aficionados.

Se presenta la historia de la formación de las tres porras del Cruz Azul, que tienen su origen en un solo grupo de aficionados. Dentro de la porra La Ultra Azul existen algunas mujeres emblemáticas de la porra, así también se presentan, las historias de vida de estas señoras.

En el capítulo dos, se explica la organización de un día de partido. Desde la preparación de la caravana para llegar al estadio, la venta de boletos y la organización dentro de la tribuna. Se presenta la jerarquización de La Ultra y las características de sus integrantes. En este capítulo se presenta lo que sucede en un día de partido con los diferentes tipos de aficionados, dando énfasis en las relaciones de género dentro de las porras.

En el capítulo tres se analiza la forma en la que el fútbol espectáculo utiliza la sexualidad para vender a los equipos y a sus patrocinadores. Los significados que esto tiene para la afición, tanto hombres como mujeres. La influencia de los medios de comunicación en la forma de relacionarse dentro de las porras y la visión que presentan de las mujeres que acuden al estadio. También se presenta un análisis de comentarios realizados en uno de los grupos de aficionados del Cruz Azul en Facebook.

CAP. 1 LA COOPERATIVA LA CRUZ AZUL Y SU AFICIÓN.

En este capítulo se hará un recuento de la historia de la Cooperativa La Cruz Azul, de su misión y valores, así como la creación del equipo. Se hablará de la relación que existe entre la empresa cementera, la ciudad Cooperativa Cruz Azul y la afición al equipo. A partir de la historia del equipo y la cooperativa se busca entender la manera en la que el aficionado se comporta en las tribunas y si existen códigos de conducta y de relacionarse derivados de los valores institucionales.

La Cooperativa esta instalada en el estado de Hidalgo y el equipo tiene su sede en la Ciudad de México y es uno de los cuatro equipos con más afición en el país. El equipo de fútbol de Cruz Azul, se forma a partir de la Cooperativa La Cruz Azul, con la cual comparte valores e identidad. En la cultura futbolística del país, así como desde la propia directiva del equipo se le identifica con los valores de los trabajadores obreros de México.

La Cooperativa ha llegado a tener un lugar importante en la historia de las empresas mexicanas y se ha sabido mantener dentro del sistema económico neoliberal en la actualidad, siendo una empresa de gran alcance social y empresarial. Está a su vez formada por diversas agrupaciones que llevan a cabo la organización de sus miembros y la prestación de los servicios necesarios para todas las familias que dependen de la empresa.

Cooperativa La Cruz Azul, S. C. L.

Los orígenes de la institución se remontan a finales del siglo XIX, teniendo como principales accionistas a los ingleses Henry Gibbon y Joseph Watson, que fundan en la antigua hacienda de Jasso, en el estado de Hidalgo, una fábrica de cal hidráulica llamada La Cruz Azul, que después se convertiría en una fábrica de cemento. A comienzos del siglo XX la fábrica pasa a manos del empresario Fernando Pimentel y Fagoaga. Se constituye como la Compañía Manufacturera de Cemento Portland La Cruz Azul, S. A.

En el año de 1934 la Compañía Manufacturera de Cemento Portland La Cruz Azul, S. A. cae en quiebra y la fábrica es expropiada como parte de la indemnización de la empresa a los trabajadores liquidados, que a su vez se constituyen como cooperativa para continuar trabajando en la empresa. Se registra como Cooperativa Manufacturera de Cemento Portland La Cruz Azul, S. C. L, en ese momento integrada por 192 socios.

Para la década de los años cuarenta, la Cooperativa ya contaba con otra fábrica en el estado de Oaxaca y amplía el apoyo de salud y educación como parte de los servicios ofrecidos a sus cooperativistas. Se cambia el nombre de la Ciudad de Jasso a Ciudad Cooperativa Cruz Azul.

En los años cincuentas se realiza una reestructuración de la Cooperativa, llega a la Presidencia del Consejo Administrativo y de Gerente General de las dos fábricas el señor Don Guillermo Álvarez Macías, quien desde los trece años de edad, comienza a trabajar dentro la fábrica, siguiendo los pasos de su padre. Su

misión con la que rigen su desarrollo en la sociedad y en el ámbito de la construcción es,

“Procurar el bienestar humano, económico y social, de todos nuestros integrantes, así como, en la medida de lo posible, el de las comunidades donde nuestras actividades se realizan; mantener nuestro lugar preeminente como factor del desarrollo de la industria de la construcción, mediante la educación continua, la búsqueda permanente de la calidad en todos nuestros productos y servicios, y el desarrollo de modernas empresas de iniciativa social.” (Página oficial en internet de la Cooperativa La Cruz Azul <http://www.cruzazul.com.mx/2008/lacruzazul/filosofia.aspx>)

Al hablar sobre la identidad del Cruz Azul, como empresa, desde la Cooperativa la definen de la siguiente manera:

Nuestra identidad estriba en la historia y cultura nacionales, utilizando el español como lenguaje y la Constitución Mexicana como guía. Estos preceptos, aunados a nuestra filosofía cooperativista, dan como resultado un fuerte arraigo de nuestra identidad. (Página oficial en internet de la Cooperativa La Cruz Azul <http://www.cruzazul.com.mx/2008/lacruzazul/filosofia.aspx>)

Para Don Guillermo Álvarez, fundador de la Cooperativa, y su hijo, el Lic. Guillermo Álvarez Cuevas, actual Director General, el valor más importante de la Cooperativa ha sido un avanzado sentido social y humano, de ahí que la Ciudad

Cooperativa Cruz Azul y todas las cooperativas que forman la empresa hayan crecido para ayudar al desarrollo de sus agremiados.

Según el sitio oficial de la Cooperativa La Cruz Azul, en la cual adoptan la definición de la Asociación Cooperativista Internacional (ACI), organización que representa cooperativas de todo el mundo, el cooperativismo es:

“Una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente común a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales, por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada” “una empresa con un alma”.

(<http://www.cruzazul.com.mx/2008/lacruzazul/queesCooperativismo.a.spx>)

La Cooperativa La Cruz Azul actualmente cuenta con 933 socios y es ejemplo del cooperativismo en México, sigue después de más de ochenta años manteniendo el mismo sistema de organización. Actualmente el Núcleo Cooperativo de La Cruz Azul esta formado por 10 cooperativas, encargadas de una función específica, con sus propios órganos de gestión. Lo que las mantiene vinculadas entre sí son las actividades que llevan a cabo en relación a la producción de cemento y a la asistencia mutua, que se puede tomar como la clave para el desarrollo y la sobrevivencia cooperativista.

Según datos de la Cooperativa, más de cinco mil familias dependen de este Núcleo Cooperativo Cruz Azul. Las cooperativas que lo integran aportan los servicios necesarios para cubrir las necesidades básicas y sociales de la cementera y de sus miembros (tabla 1).

Cooperativa	Fundación	Sede	Servicios
<i>Sociedad Cooperativa de Producción de Servicios Juárez</i>	1962	Pueblo Nuevo de Jasso, Tula, Hidalgo	<ul style="list-style-type: none"> • Explotación de yacimientos de caliza, pizarra y arcilla, así como el transporte de caliza y pizarra a la planta trituradora y arcilla a tolvas para la fábrica de cemento Cruz Azul. • Transporte y administración de personal a CYCNA Aguascalientes y CYCNA de Oriente.
<i>Sociedad Cooperativa de Producción y Prestación de Servicios Cuauhtémoc, S.C.L.</i>	1965	Tula, Hidalgo México, D. F.	Transportar y distribuir cemento en saco y a granel, así como materiales para la construcción, equipo y refacciones, hacia las plantas industriales y obras en general.
<i>Sociedad Cooperativa de Producción y Prestación de Servicios Comunitarios La Unión, S.C.L.</i>	1970	Ciudad Cooperativa Cruz Azul, Tula, Hidalgo	Transporte público federal de carga general y especializada en las ciudades de Cruz Azul, Hidalgo, Lagunas, Oaxaca, Tepezalá, Aguascalientes, Palmar de Bravo, Puebla, Cuautla, Morelos, entre otras.
<i>Sociedad Cooperativa de Producción y Prestación de Servicios La Istmeña, S.C.L.</i>	1969	Lagunas, Oaxaca	Renta de maquinaria, el suministro de materias primas, diseño gráfico, refaccionaria, gasolineras, tienda, restaurante y renta de auditorio.
<i>Cooperativa Ejidal Explotadora de Recursos No Renovables Bomintzhá, S.C.L.</i>	1971	Bomintzhá de las Flores, Tula, Hidalgo	<ul style="list-style-type: none"> • Explotación de yacimientos y trituración de piedra caliza, y la fabricación de block y adocreto, que comercializa junto con otros agregados para la construcción tales como grava, arena triturada, sello y piedra caliza para cemento gris. • Servicios de verificación vehicular y venta de diesel y gasolina.
<i>Sociedad Cooperativa Comunal de Producción y Explotación de Recursos Naturales El Barrio, S.C.L.</i>	1974	Lagunas, Oaxaca	<ul style="list-style-type: none"> • Explotación en forma colectiva de la cantera o yacimientos de mármol y caliza, • Producción, aprovechamiento, transformación y venta de toda clase de productos agropecuarios • Adquisición y aprovechamiento en común de recursos, materiales, equipos, maquinaria y demás bienes muebles e inmuebles. • Servicios de acarreo de materiales
<i>Sociedad Cooperativa de Vivienda de Trabajadores La Cruz Azul, S.C.L.</i>	1975	México, D. F.	<ul style="list-style-type: none"> • Asesoría legal para la adquisición, reparación, mantenimiento, ampliación y mejoramiento de terrenos y bienes inmuebles • Otorga créditos para la adquisición de viviendas a los agremiados de La Cruz Azul.
<i>Sociedad Cooperativa de Producción de Servicios Minatitlán del Rey, S.C.L.</i>	1979	Bomintzhá de las Flores, Tula, Hidalgo	Acarreo de agua potable, recolección de basura, transporte de puzolana y caliza y otros materiales para la construcción

<i>Cooperativa de Producción de Servicios Hidalgo, S.C. de R.L. de C.V.</i>	2004	Colonia Pueblo Nuevo, Tula, Hidalgo	Mantenimiento mecánico, eléctrico y electrónico, soldadura y pailería, obra civil, personal por administración, renta de maquinaria y equipo, suministro de agua potable, fletes y venta de material para construcción y servicios generales.
<i>Cooperativa de Ahorro y Préstamo Finagam S.C. de R.L.</i>	2000	Ciudad Cooperativa Cruz Azul, Tula, Hidalgo	Fomentar la cultura del ahorro y ofrecer créditos a bajo costo que coadyuven al crecimiento personal y familiar de los socios y trabajadores de las cooperativas del Núcleo Cruz Azul.

Datos obtenidos en la pagina de internet de la Cooperativa La Cruz Azul, S.C.L.
<http://www.cruzazul.com.mx/2008/nucleoCooperativo/indexNucleo.aspx>

La cabeza principal en la jerarquización tanto de la Cooperativa como del equipo es el Lic. Guillermo Álvarez Cuevas. Aunque estos dos se encuentran registrados con distintas razones sociales y jurídicas, las decisiones son tomadas para la Cooperativa por el consejo directivo y para el Club de Fútbol por el director deportivo y su cuerpo técnico.

Una de las frases de Don Guillermo Álvarez Macías que se dice es ejemplo de los calores de la Cooperativa es: "*Honor y lealtad a nuestra patria, valor y nobleza en el deporte*". Con esto se refleja el sentido de pertenencia y de compromiso a las actividades realizadas, ya sean en el campo de fútbol o en la planta de cemento. De ahí que se describa una relación entre el equipo con la clase trabajadora de México.

Los trabajadores dentro del equipo, directivos, jugadores, técnicos y utileros, no tienen una relación de sociedad dentro de la Cooperativa. Aunque los cooperativistas si cuentan con boletos asignados para ellos en todos los partidos de locales en el Estadio Azul, en la puerta uno en la zona de Plateas.

Los cooperativistas en la mayoría de los casos son hijos o nietos de los primeros cooperativistas de La Cruz Azul, que comenzaron a trabajar desde chicos

dentro de la cementera y su Núcleo Cooperativista, así se van quedando dentro de la Cooperativa. A partir de esto es que tanto el equipo como la empresa tienen sus cimientos en las familias de la clase trabajadora mexicana.

Club Deportivo Social y Cultural Cruz Azul, A. C.

Desde antes de que se fundará la Cooperativa los trabajadores *“tenían equipos llaneros, que jugaban contra los equipos de los lugares cercanos a Jasso”* (Doña Esperanza, originaria de Ciudad Cooperativa Cruz Azul). A partir de la creación de la Cooperativa se unen en un solo equipo, al que *“se les hizo fácil ponerle Cruz Azul”* (Doña Esperanza).

En el año de 1927 los trabajadores de la compañía La Cruz Azul, comienzan a destacar en los Campeonatos de Reservas, ganando 15 campeonatos estatales consecutivos y empezando a conquistar buenos resultados en los torneos nacionales. En la temporada 61-62 entra a la Segunda División a nivel nacional, jugando ahí solamente tres temporadas ya que el 23 de febrero del 64 debuta en la Primera División, se ha mantenido ahí sin haber descendido. Esos juegos en Segunda División como los primeros en el máximo circuito los realizan de locales en el estadio 10 de diciembre, en Ciudad Cooperativa Cruz Azul.

A partir de esto y bajo la dirección general de Don Guillermo Álvarez Macías, en el año de 1963 se constituye el Club Deportivo Social y Cultural Cruz Azul,

como un organismo que brinda los servicios a los trabajadores, así como la dirección y administración del equipo.

Surge como una respuesta a la búsqueda permanente del desarrollo y movilidad en las comunidades en donde La Cruz Azul desarrolla sus actividades. Primero en Ciudad Cooperativa Cruz Azul en Tula, Hidalgo, y actualmente cuenta con sedes también en las ciudades de México, D. F y Lagunas, Oaxaca y proporciona los siguientes servicios para los cooperativistas y sus familias:

- Deportes y Recreación
- Extensión y Difusión Social y Comunicación
- Mantenimiento General a Instalaciones
- Desarrollo Social
- Radiodifusora
- CRED (Centro de Rehabilitación y Educación Diferencial)
- Casa de Huéspedes
- Fuente de Sodas
- Pecuario
- Agrícola
- Planta Purificadora y Distribuidora de Agua Niza Azul
- Fuerzas Básicas, Centros de Formación y Escuelas de Fútbol.

El primer título en Primera División llega para el equipo en el año de 1968. Un año después es bautizado, el 11 de octubre, por el cronista deportivo, Don Ángel Fernández como “La Máquina Celeste”, este apodo puede referirse a tres

posibles fuentes de inspiración. La primera, a la locomotora de ferrocarril que trasladaba la producción de cemento a los diferentes puntos de distribución desde la ciudad de Jasso.

La segunda, porque comenzó a mostrar un fútbol espectacular, dominante y efectivo, comparándola con *la imagen de una locomotora que arrasaba a sus rivales en la cancha*. La tercera, referente a la comparación de este equipo con La Máquina de River Plate, Argentina, a finales de la década de 1940. Se han dado las modificaciones de *Máquina Celeste*, *Máquina Azul* o *Máquina Cementera*.

A partir de esto y con la decisión de la directiva de cambiar la sede el equipo a la Ciudad de México, jugando en el Estadio Azteca. Durante la década de 1970 Cruz Azul se convierte en el referente del fútbol nacional, juntando siete títulos de Liga, dos Campeón de Campeones y tres Copas de Campeones de CONCACAF. El equipo de esta época estaba integrado por jugadores que años después serían considerados las leyendas dentro de la historia del equipo: Miguel Marín, Javier “Kalimán” Guzmán, Alberto Quintano (actual director deportivo del equipo), Ignacio Flores, Fernando Bustos y Horacio López Salgado, entre otros.

Actualmente dentro de los aficionados de diferentes edades, se puede escuchar el hacer referencia a estas grandes figuras del equipo, los jóvenes visten las playeras de Marín o algunos de los tambores de las barras tienen sus caras pintadas en los laterales. Dentro de las porras los individuos más jóvenes apenas recuerdan ese último título, pero continúan hablando de la grandeza del equipo, de esos años dorados.

A partir de los años ochenta, el equipo solo ganó el título en el torneo de invierno de 1997 y un subcampeonato de la Copa Libertadores de 2001, aunque es el equipo que más finales ha disputado en toda la historia del fútbol mexicano, catorce, perdiendo ocho de ellas.

En el año de 1996 el equipo Cruz Azul, se muda al Estadio Azul, que tiene una capacidad para 35,000 personas. Esta sede fue inaugurada el 5 de enero de 1947 con el nombre de *Estadio Ciudad de los Deportes*, posteriormente con la llegada del equipo se rebautiza como *Estadio Azul*. Algunos de los aficionados de mayores a los 40 años de edad de la porra Ultra dicen seguir al equipo desde que jugaban en el Estadio Azteca.

En los últimos torneos, Clausura y Apertura de 2011 se pasó a la liguilla aunque no lograron llegar a la final y en el pasado torneo, Clausura 2012, quedó en el noveno lugar perdiendo la oportunidad de jugar la liguilla.

Grupos de aficionados, porras y barras.

En su Área Social, la Cooperativa creó un Club de Aficionados al Equipo Cruz Azul, A.C, el cual tiene como principal tarea proporcionar a los afiliados un trato preferencial en cuanto a servicios y productos originales. *“Su misión es conocer la identidad y las características de todos los aficionados a nuestro equipo de futbol, así como, satisfacer sus demandas con promociones en la compra-venta de toda clase de artículos deportivos originales y fomentar y motivar la lealtad al equipo”.*

Parte de sus funciones es dar promoción y difusión al equipo y actividades sociales y deportivas del mismo. Así como agrupar a los socios afiliados al Club y propiciar la vinculación entre ellos y los jugadores. Los integrantes de este Club de socios no necesariamente son parte de las porras, tienen la oportunidad de comprar los boletos en la zona del estadio que deseen.

En una plática con Doña Esperanza, que tiene aproximadamente setenta años, originaria de Ciudad Cooperativa Cruz Azul, comenta que su papá *“fue el primer chofer de la maquina”*, el maquinista del tren de la Cooperativa que transportaba el cemento. Ella tiene ocho hermanos hombres y dice que de chicos lo único a donde podía ir su mamá con toda la familia era a ver el fútbol y que de ahí le nació el amor al equipo. Actualmente sus hermanos son cooperativistas y siguen viviendo en Ciudad Cooperativa y para cada partido de local ellos les dan boletos a Doña Esperanza y a sus hijos para que vayan. Comenta, también, que la afición del Cruz Azul desde que comenzó ha sido muy tranquila y que son los aficionados *“locos”* de los demás equipos los que hacen desmanes en el Estadio Azul.

De sus primos, algunos se quedaron sin trabajo y fuera de la Cooperativa, lo que provoco una ruptura entre la familia, a raíz de que sus hermanos continúan siendo parte de la Cooperativa, lo cual dice la tiene triste porque con sus primos se llevaba mejor que con sus hermanos.

Existen dos grupos de apoyo en la Ciudad Cooperativa Cruz Azul, en Jasso, se organizan para ir en camiones a los partidos del equipo. De lo que se tiene registrado para este trabajo uno de esos grupos se localiza dentro del estadio en la

cabecera de local a un lado de la porra Miguel Marín. Como se observa también hay cooperativistas que llegan a la zona de plateas a observar el partido sin ser parte de una porra. Aunque en los viajes, para jugar de visitantes, si llegan a buscar el apoyo de los dirigentes para realizar el traslado juntos.

En el caso de las porras oficiales con integrantes de la Ciudad de México, la relación que se observa con los valores y representación de la Cooperativa va ligada a la clase obrera, a los trabajadores de la ciudad y al ambiente de solidaridad y apoyo a cada uno de los integrantes de la porra. Si bien son organizaciones que se crean a partir de los partidos cada ocho días, en el momento de estar dentro del estadio, en las caravanas o en los viajes, uno puede sentir una familiarización entre todos los integrantes.

La historia de La Ultra Azul, el actual dirigente comenta que él formaba parte de una porra que estaba en el Azteca y que por no asistir al último encuentro en el Azteca se le condiciona su permanencia en este grupo. Así, decide fundar su propia porra, asegurando que es la primera barra en Estadio Azul. Después de algunos enfrentamientos con las porras del equipo América y de Pumas, los dirigentes llegan a un acuerdo en el que no habrá agresiones de su parte, por lo cual algunos jóvenes, entre ellos Sergio, se salen de esta porra y fundan la Sangre Azul.

La inspiración de la Ultra siempre ha sido el apoyar al equipo sin llegar a la violencia, cantar y brincar en la tribuna, buscando pasar un buen rato apoyando al equipo. Desde sus inicios estuvo integrada por individuos de todas las edades e

incluidas familias enteras que van cada quince días a demostrar su apoyo al equipo.

Dos más de las porras familiares que se encuentran registradas con el equipo son las Vaqueritas Miguel Marín y la Kalimán Guzmán, las cuales hacen referencia a dos de los legendarios jugadores de la década de 1970. En el caso de las Vaqueritas es un grupo de aficionadas jóvenes, que tienen como dirigentes a dos señoras que las enseñan y las organizan para que durante los partidos bailen y den apoyo al equipo durante los 90 min en uno de los lados de la cabecera.

El dirigente de La Ultra define a la barra como el grupo de aficionados que se la pasan brincando y cantando todo el tiempo del partido, dice que la diferencia entre un porrista y un barrista es la pasión con la que vive el partido. La barra del Cruz Azul es conocida como La Sangre Azul, comenzaron como un pequeño grupo, que se separa de la Ultra, no estaba bien organizado. Cuando se juegan los primeros partidos de la Copa Libertadores se le pide a la directiva el permiso de sentarse justo en medio de la cabecera, atrás de la portería, para poder demostrar y hacerle competencia a las barras sudamericanas. A partir de ese momento se comienzan a juntar más jóvenes y ya no hay forma que la directiva les quite ese lugar. Comienzan a tener una forma más retadora y violenta. En una ocasión su dirigente, provoca una riña contra las porras del mismo equipo y la directiva lo sanciona quitándole la dirigencia de la Sangre Azul, quedando el segundo al mando, El Pulga, a cargo. Así, comienza a formar otra porra, con el apoyo del dirigente de la Ultra, La Realeza.

Justo en la cabecera donde se instalan las porras de local, se puede observar de un lado de la Sangre se encuentra la Realeza y después la Ultra, este dato es curioso ya que parece ser la forma en la que los aficionados se van organizando, cuando se es joven y sin responsabilidades se es parte de la Sangre, al empezar a trabajar, tener familia u otro tipo de responsabilidades los individuos pasan a formar parte de la Realeza y al momento de ser “responsables” y adultos se mueven a alguna de las demás porras familiares como la Ultra Azul.

Mujeres representativas dentro de la Ultra Azul.

Al comentarles sobre el trabajo que estaba haciendo y preguntarles en la porra, al dirigente y sus colaboradores por las mujeres aficionadas, ellos me remitieron con tres mujeres de la porra. El dirigente me definió a estas aficionadas como las que saben todo del equipo: historia, jugadores, campeonatos y que asisten siempre a los partidos del Cruz Azul. Me comentó que platicara con ellas porque eran los tres mejores ejemplos de las mujeres aficionadas.

En primer lugar, se encuentra la señora Chuy (imagen 1) que tiene 60 años. Ella me comentó que a ella no le interesaba el fútbol, pero fue en el 2003 cuando un vecino la invito a unirse a la porra, al principio por los viajes jugando de visitantes, pero a partir de eso, y de preferir no quedarse en su casa sin hacer nada, asiste cada ocho días a los partidos del Cruz Azul, sea de local o de visitante. Al principio ella decía que “*no entendía para que ver a 22 monitos atrás de un balón*”, actualmente dice “*vivir el amor a la camiseta*”, sabe las alineaciones

como han estado jugando y los cambios que necesitan en cada partido para salir triunfadores esa jornada.

Todos en la Ultra la conocen, ella ha invitado a muchos de los integrantes actuales de la porra y juega un rol de protectora para los jóvenes que se encuentran cerca de ella en la tribuna, habla con maldiciones y grita según las acciones del partido, buenas o malas, pero se preocupa cuando los demás toman en exceso o empiezan a buscar problemas con aficionados contrarios. De los hombres el único que podría funcionar en el mismo papel es el dirigente y solamente si la borracha es una mujer o si los hombres comienzan alguna bronca.

Es la mujer que mayor presencia y respeto tiene en la Ultra. Vive al este de la ciudad de México en la colonia Los Reyes la Paz, perteneciente al municipio de los Reyes Acaquilpan, Estado de México, aunque es considerada parte de la zona conurbana del D. F. Comenta que de su casa al estadio hace mínimo dos horas por lo que no asiste a los partidos cuando son entre semana y en horario de las nueve de la noche.

Es una mujer divorciada que tuvo seis hijos, solamente uno de ellos está soltero y ya ninguno vive con ella, su hijo más chico vive en Guadalajara. Aunque no vive con él, ella le avisa y le pide permiso a su hijo para salir a los viajes con la porra. Ella es pensionada y vende joyería de oro y plata. Asiste a todos los viajes con la porra y no se pierde ningún partido del Cruz Azul los fines de semana.

A partir de un accidente de trabajo hace muchos años que quedó lastimada de la espalda, se ejercita todos los días. Cuenta que por su casa la han asaltado

varias veces pero ella no se deja. Tiene un carácter fuerte y es muy directa en su forma de hablar.

En el estadio se concentra en ver las fallas y/o aciertos del equipo, gritando consejos de como acomodarse para un mejor juego. Según Doña Chuy, existe un amor a la camiseta por parte de los aficionados que hay que entregar toda la energía en cada partido.

Imagen 1



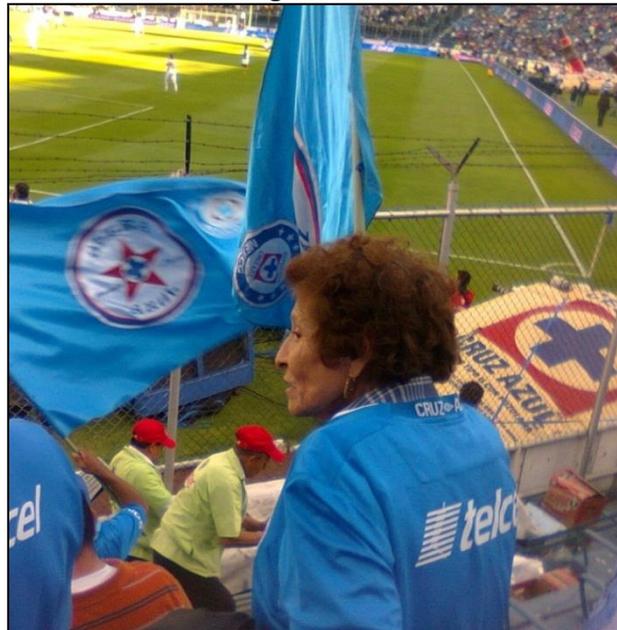
Doña Chuy, integrante de la Ultra Azul.
Morelia 25 de febrero de 2012.

Otra de las mujeres importantes y reconocidas dentro de la Ultra Azul es la señora Doña Vicky (imagen 2), aproximadamente de 70 años. Dice ser aficionada al Cruz Azul de toda la vida desde que jugaban en el estadio Azteca. Llega a los

partidos con su playera, ondea la bandera y está al pendiente de lo que sucede, desde la actitud de los aficionados como de lo que sucede en la cancha. Platicando con ella comenta que: *“ahora ya no sienten la camiseta como antes, algunos solamente vienen al relajo”*.

Todos la conocen, es considerada una de las personas representativas de la Ultra Azul, de las que más saben del equipo y que no se pierden ningún partido de local y la mujer más grande de la porra. Por su edad ya no acostumbra salir a todos los viajes, asiste con uno de sus nietos y una hija, aunque a veces se sientan separados. Vive en el centro de la ciudad de México, cerca del metro San Cosme, en la Colonia Santa María de la Ribera, en la Delegación Cuauhtémoc. La señora Doña Vicky murió durante el verano de 2012, mientras se hacían este trabajo.

Imagen 2



Doña Vicky, integrante de la Ultra Azul.

La señora Susana, también es una gran aficionada al equipo, tiene unos 40 años, casada, tiene 2 hijos, uno de ellos Aarón, de unos 17 años, es el que la acompaña a los partidos. Su marido, es americanista y no le gusta asistir al estadio. Ella trabaja como representante de un laboratorio farmacéutico.

Ella asiste a todas las caravanas que se realizan cuando se juega de local, sale a los viajes cuando va acompañada por su hijo o alguna amiga, su esposo no la deja ir si va sola. En el estadio es desinhibida con su forma de actuar, coquetea con los demás aficionados y es la mayor defensora del equipo cuando el árbitro comete una equivocación. Asiste a los partidos con las playeras del equipo, incluida una que le regalo *su novio* José de Jesús Corona, actual portero.

Hay otras mujeres que van de vez en cuando al estadio. Algunas de ellas llegan solas y en muchas ocasiones Doña Chuy parece ser el pretexto para sentarse juntas. Todas la conocen y platican muy bien con ella.

Otra mujer que conocí en el estadio es Berenice, tiene unos 29-30 años. Se dice del grupo que fundó la Sangre Azul, que *“por cuestiones de responsabilidades y madurez”* desde hace un tiempo ha preferido asistir al estadio con la Ultra. Ella fue de las iniciadoras de la barra, recuerda cómo en un partido de Libertadores le pidieron a la directiva el lugar justo detrás de la portería y desde ese momento no los han logrado quitar de ahí. Fue a la final de la Libertadores en el año 2001 contra el equipo argentino Boca Juniors, la directiva estuvo en el estadio junto con ellos, comenta que vivir una experiencia así junto con tu equipo vale todo, *“no se ganó la final pero es el equipo mexicano que más lejos ha*

llegado en esa competición". Para Berenice el calendario del Cruz Azul es el que rige las actividades que tendrá los fines de semana, comenta que su familia ya sabe que si hay partido ella llegará a las reuniones familiares cuando termine. A su actual novio lo conoció en un foro de discusión de la cadena ESPN, a él no le gusta el fútbol mexicano, prefiere el inglés. A ella le parece bueno que no le apasione algún equipo rival porque su papá podría no aceptar su relación.

En un encuentro de locales conocí a una Ingeniera civil, Katia, originaria de Tabasco y lleva dos años con la porra. Tiene alrededor de unos 30 años. Su gusto por el equipo, dice, comenzó por enseñanza de su madre, que era aficionada. Después de conocer los valores y la misión de la cementera, decidió que una empresa que apoya a la familia y tiene esa responsabilidad social tiene un equipo debe de ser siguiendo esos preceptos, por lo que le nació el amor al equipo. Vive en Tepetzotlán, Estado de México, cerca de la carretera a Querétaro y aunque hace más de dos horas y media de camino, procura no perderse los partidos de local. Vive sola y cuando comenzó a ir al estadio su madre se preocupaba demasiado a lo que ella le decía: *"sí en mi trabajo puedo con los hombres [de la obra, los albañiles] cómo no podré con la porra"* a partir de una equidad de género que ha venido desarrollándose en México. Ella comenta que su amor al equipo surgió antes de estudiar la carrera. El hecho de que el equipo este relacionado con la cementera y que varios equipos rivales los llamen albañiles es un dato curioso relacionándolo con la profesión y la pasión de Katia.

Estos casos, aunque son pocos, reflejan la dinámica de las mujeres dentro de la afición. De diferentes edades y profesiones, pero todas identificadas con el

amor a la camiseta. La definición de aficionada que da el dirigente sobre cuanto sabe del equipo, no se aplica de la misma manera a los hombres de la porra. Lo cual puede significar que si la mujer no tiene conocimientos de la historia y la trayectoria del equipo solamente va a pasar el rato, a ser dama de compañía. Pero se puede observar que la mujer, sepa o no de las estadísticas de su equipo, se involucra de igual manera con los cánticos, con las acciones del partido, con las decisiones del árbitro, con la porra contraria.

Como se comenta en este capítulo, aunque el equipo se organice de manera independiente de la cementera, los valores y la identidad de sus jugadores y aficionados, se ven correlacionados entre la Cooperativa y el equipo, como se verá más adelante, la afición tiene como característica general el tener un ambiente familiar y los mismos jugadores son considerados hombres de familia y de trabajo, tienen un bajo perfil fuera de las canchas.

CAP. 2. UN DÍA EN EL ESTADIO: LA ORGANIZACIÓN SOCIAL DENTRO DE LOS GRUPOS DE AFICIÓN AL CRUZ AZUL.

Los grupos de aficionados se dividen en: porras/barras y los aficionados esporádicos al estadio. Las porras oficiales son doce, enlistadas aquí según los datos de uno de los dirigentes:

1. Hidalgo.
2. Jasso.
3. Porra 1971.
4. Fuerza Azul.
5. Boinas Rojas.
6. Miguel Marín. Grupo de animación de las vaqueritas.
7. Ultra Azul. Primer grupo de animación autodenominado barra, fundada en 1996. Actualmente se definen como porra.
8. Super.
9. Red Azul.
10. Sangre Azul. Fundada entre 2004 y 2006.
11. Realeza. Fundada por Sergio, después de dejar la Sangre Azul.
12. Kalimán Guzmán, fundada por los papás de las vaqueritas de la porra Miguel Marín.

Éstas cuentan con una organización bien establecida y rigurosa para la obtención de boletos y la ubicación de los mismos grupos dentro del estadio. Para el torneo de Apertura 2012 de la Liga MX la directiva del club busca hacer un registro de los

integrantes de cada agrupación de aficionados a partir de la credencialización de los mismos por parte de la directiva del equipo, así como la venta de bonos para todos los partidos de la temporada para tener un mayor control de la afición que se concentra en la cabecera norte, el lugar que se designa para las porras locales.

Como se comenta en el capítulo anterior existe la porra Ultra Azul que se fundó en el año 1996, aunque fue la primera de las porras en el actual estadio Azul, la barra La Sangre Azul la supera en número de integrantes. Según el dirigente de esta porra, la diferencia entre barras y porras es *“la forma y la pasión con la que se vive el partido, las barras (la Sangre Azul y la Realeza), no se sientan en todo el partido, cantan, gritan y apoyan al equipo los 90 minutos, mientras que en la porra los integrantes se concentran más en ver las acciones del partido y cantan alguna porra (chiquiti bum) de vez en cuando, nosotros estaríamos entre las dos formas de apoyar: a veces sentados y a veces gritando”*.

A partir de la observación, se puede distinguir que esa diferencia entre las barras y las llamadas porras, es la edad de los integrantes, en su mayoría los integrantes de las barras son jóvenes, al contrario de las porras que integradas por familias o personas de diferentes edades, donde se pueden encontrar señoras de la tercera edad conviviendo con adolescentes.

En este capítulo se describirá la organización de la Ultra para los partidos y viajes para apoyar al equipo. También se presenta lo que sucede dentro del estadio y la relación con los demás aficionados.

Vamos al estadio.

El día de partido como locales en el estadio Azul, se comienza temprano. Fuera del estadio se colocan puestos de comida y de artículos como camisetas para vender. Generalmente se juega los sábados a las cinco de la tarde por lo que desde temprano, a eso de la una de la tarde o antes, se ven aficionados a los alrededores del estadio. Se monta un cerco de seguridad por parte de la Secretaria de Seguridad Pública del Distrito Federal (SSPDF), encargados de que las porras y barras no lleguen a hacer algún disturbio. La Sangre Azul se concentra fuera de un edificio de departamentos, en ese punto se colocan policías en las puertas de las cocheras para resguardar el inmueble.

Así, cada porra tiene un lugar designado para reunirse antes de entrar al estadio. Todas se concentran en las banquetas fuera del estadio del lado norte, a partir de la puerta cuatro hasta la diez (imagen 3). La Ultra Azul, se reúne en la acera de enfrente entre la puerta siete y ocho, La Sangre frente a la diez, La Super fuera de la siete. Las puertas por las cuales entran no son necesariamente donde se reúnen. En el caso de La Ultra y la Super es por la nueve y la Sangre por la siete.

En un partido de la Copa Libertadores contra el Deportivo Táchira, de Venezuela, se pudo observar como la porra visitante, integrada por unos veinte aficionados, era custodiada por un grupo de aproximadamente veinte o veinticinco policías, que los condujeron hacia la entrada del estadio. De hecho, se noto que muy pocas personas de la afición local le dieron importancia a este grupo, pudo

ser porque el equipo y su playera no eran reconocidos en México y era poco visible, por los policías que los iban cuidando.

Imagen 3



Estadio Azul. Ciudad de México.

Para los partidos contra los equipos con mayor rivalidad, Pumas, América y Chivas o cuando los partidos son importantes como semifinales o finales, las diferentes agrupaciones de aficionados organizan una caravana desde puntos cercanos al estadio, las estaciones del metro San Pedro de los Pinos y Patriotismo. Aunque es un evento mayormente organizado por La Sangre Azul, en el punto se reúnen integrantes de diferentes porras o aficionados que van solamente por ese partido.

En el caso de las tres caravanas en las que el equipo jugó de local y que se observaron para esta investigación, se vio que los integrantes de la SSPDF se encontraban más preocupados y con mayor número de elementos para la del

partido contra América. Esto puede ser por la localía de los dos equipos y la gran rivalidad que existe entre ellos. Según comentó una de las personas encargadas de la seguridad *“los del América son de cuidado y si se encuentran en el camino puede llegar a haber muertos”* (5 de noviembre de 2011).

Para estas caravanas, los aficionados se concentran en la explanada de la estación de San Pedro de los Pinos. A partir de la una de la tarde se puede observar como llegan grupos de personas con playeras del equipo a la estación. La vestimenta de los hombres que llegan son pantalones de mezclilla y tenis, algunos llegan con sombreros, mochilas y trapos (banderas). Los que no llevan playeras del equipo tienen alguna con la leyenda de La Sangre o algún gráfico referente al equipo. La mayoría de los aficionados que participan en la caravana son hombres, algunos de ellos acompañados por las novias o amigas.

En algunos casos también se observan a grupos de mujeres que llegan solas, todas con playeras del equipo, con algún distintivo o alusión al equipo. La mayoría lleva tenis o zapatos de piso y pantalones de mezclilla. Aunque sea una vestimenta similar a la de los aficionados hombres se puede notar que las mujeres buscan las prendas más ceñidas al cuerpo, así como un mayor arreglo personal en el peinado y algunas de ellas llevan maquillaje.

Como se comenta anteriormente estos aficionados pueden ser esporádicos y no necesariamente formar parte de una de las porras, al igual que cuando se juega de visitantes, a la caravana asisten algunas personas que no asisten

regularmente a los partidos en el estadio Azul y que solo van cuando hay algún juego de importancia.

La hora programada para comenzar la caravana es a las tres de la tarde. Entre las dos y las tres comienzan a llegar los contingentes de la Sangre Azul, algunos en microbuses y otros en metro:

“al momento de que se oyen los primeros cantos provenientes de los vagones del metro en la estación de San Pedro de los Pinos, los policías cierran 2 de las 3 salidas del metro y se colocan en línea para catear a los integrantes de las porras mientras salen por las escaleras eléctricas. Buscan petardos, drogas y alcohol. En la avenida hay un camión de la policía, y cierran el acceso a la explanada de la estación desde la otra calle, para tener el control de los que entran a la explanada. Mientras pasa el tiempo la explanada se comienza a llenar, se van acomodando a los lados de la estación, en los jardines, colocan trapos (banderas) que dicen el nombre de las diferentes agrupaciones: Iztapalapa, Neza, Xochimilco, Naucalpan, Cuauhtepac, Centro, Tláhuac”
(diario de campo, 24 de septiembre de 2011).

Cuando se comenzó el trabajo de investigación, al integrarme a la caravana, pude observar que llegan varias mujeres, que no forman parte de la Sangre Azul, que van con sus hijos, hermanos o amigos. En una ocasión vi a una señora de unos treinta y cinco años que iba acompañada de tres muchachas no mayores a los diecinueve años, las cuatro vestían playeras del equipo y acompañaron a la

caravana todo el camino. Aunque no saludaron a nadie de los grupos que se acomodaron en la explanada, formaron parte de la caravana, dando la impresión de ser la primera vez que iban a esta actividad. Es común entre las personas de La Ultra encontrar en las tribunas a grupos de mujeres de diferentes edades de una misma familia. En cambio en las caravanas fue la única vez que se observó.

Se puede observar que tanto mujeres como hombres forman parte del contingente de la caravana. En su mayoría hombres jóvenes cantando y llevando los instrumentos, consumiendo alcohol, drogas y prendiendo cohetones. Esto no difiere al comportamiento de las mujeres jóvenes, que si van solas o acompañadas, tienen un comportamiento similar al de los hombres. En contraste, como se comenta más adelante, que las mujeres mayores, ya con hijos o nietos, buscan que se “comporten” y no hagan desmanes los chicos de la porra.

Para integrarme a la caravana y tratar de conseguir un boleto, conocí a una señora en la explanada del metro San Pedro de los Pinos, Susana, de aproximadamente unos cuarenta años. Iba vestida con tacones, lentes oscuros, maquillada y con una playera que le había regalado el portero, Corona, después de un entrenamiento al que asistió. Me platicó que ella forma parte de la porra Ultra Azul. Al platicarle a la señora que estaba tratando de conseguir boleto para el partido me comentó que a la caravana se puede ir sin formar parte de una porra. Al momento de tratar de conseguir boletos, los únicos dirigentes que se encuentran ahí son los de la Sangre Azul o de la Realeza. Es difícil ser tomado en cuenta si no se va con alguien que los conozca o que sea parte de los integrantes

de la porra. De hecho la señora me dijo: *“no quiero ir con el chavo de la Sangre porque ya tuve un pleito con él y es un mamón”* (24 de septiembre de 2011).

Se nota un ambiente de respeto dentro de este espacio. El que todos tengan los mismos colores y la intención de demostrar el amor por el equipo, creo que influye para que exista una relación de respeto. No se notan tensiones entre las diferentes grupos, pero sí se puede observar algo de resistencia a dejar acercarse a alguien desconocido al momento de querer comprar un boleto o de hacer platica. Cada quien va con su grupo de amigos, conocidos o compañeros de la porra o barra y no buscan hacer un contacto con más personas.

Solo se puede tener un acercamiento con ellos a partir de las relaciones que se tengan con uno o más integrantes del grupo. Al tratar de conseguir mi boleto, la señora le preguntó primero a un hombre de unos treinta y siete años por un boleto para ella, después supe que él es integrante de la porra Súper, a lo cual él le contestó que ya no tenía pero que trataría de conseguir. Observé que fue a buscar a un joven que iba con su novia, a los cuales yo anteriormente me había acercado con el mismo propósito, y me había dicho que no tenía, para después recibir una mirada desaprobatoria de la joven. Es común encontrar parejas de jóvenes que van juntos al estadio, dentro de las porras es normal encontrar que ellas buscan apoyar al equipo, mientras que en el área de general es más común ver a las que solamente van de acompañantes de sus novios.

La señora y yo nos acercamos al señor de la Super, para ver si había disponible algún boleto, ella y él llegaron al acuerdo del dinero que iba a pagar, la

señora me pidió el dinero y ella fue la que lo pagó. Pude notar que todos los involucrados: el joven, su novia y el señor, se dieron cuenta que el boleto fue para mí, pero accedieron a venderlo solamente por la relación que tenían con la señora. Los boletos son comprados por los dirigentes de las porras. Se le da un precio al integrante de su grupo y más caro, a la persona que no está inscrita con ellos. Con la nueva forma de organización por parte de la directiva y el querer sacar los bonos, todos los partidos de local valen \$70 pesos para las porras. Se tienen que pagar aunque no se asista al partido. Esta medida es para “obligar” a los aficionados a asistir al estadio y para regular el precio cuando el equipo de visita tiene una mayor convocatoria.

Antes de partir hacia el estadio, lo primero que hacen es juntarse alrededor del lugar principal donde está el dirigente de La Sangre Azul, el Pulga. Ahí todos los asistentes, sean parte de Sangre Azul o no, cantan estas tres canciones:

“Vamo’ vamo’ vamo’ los azules,

Y vamo’ vamo’ vamo’ a ganar que la Sangre te alienta, yo te sigo a todas partes a donde vas, cada día te quiero más... y más y más

“Dale, dale oh, tendrás que salir campeón este año,

Ustedes poniendo huevos y yo alentando,

Desde hace mucho tiempo que la vuelta yo quiero dar,

Este año celeste no me puedes fallar”

Chiflido y después

“Dale, dale, dale en su madre”

“Oh yo, yo, yo, el que no brinque es un puto maricón!

Oh yo, yo, yo, el que no brinque es un puto maricón!”

Cuando comienza a avanzar la caravana, la jerarquización dentro del contingente está definida a partir de la organización de la barra Sangre Azul; hasta delante de todo el grupo van los dirigentes, instrumentos y quienes deciden los cánticos para el recorrido de la caravana. Después de ellos no se sigue ningún orden en el cual se acomodan el resto de los asistentes al recorrido.

El contingente comienza a caminar por la Av. Revolución (mapa 1), en el trayecto se cantan las porras del equipo. El ritmo lo llevan con los instrumentos. La policía revisa a los jóvenes y les quitan el alcohol y los petardos o bombas de humo. Aunque se puede ver que algunos esconden los cuetes y bombas en los tenis entre las lengüetas y el pie.

Comienzan a tirar bombas de humo o petardos. Algunas personas se paran en las tiendas y Oxxos que se encuentran en el camino comprar y tomar alcohol. Se puede oler que algunos llevan marihuana y se observa como inhalan *la mona* (estopa con solvente) la cual es vendida dentro de la misma caravana. Por \$5 pesos el que trae la lata de solvente vuelve a impregnar la estopa. Estas prácticas no son recurrentes en todos los asistentes a la caravana y tampoco son mal vistas por los que no las consumen. En este recorrido no he observado a mujeres mayores a los cuarenta años, que son las que procuran y “vigilan” a los jóvenes dentro del estadio.

Mapa 1



Mapa modificado por Mónica de la Vega Carregha, 2011.

En el camino es común que algún *despistado* del equipo contrario cruce alguna de las calles y que los de la porra Azul lo vean. Le chiflan y le gritan insultos, especialmente a los fanáticos de América, Chivas y Pumas, en este caso es necesario que algún elemento de la policía escolte a los contrarios por otro camino. Al ir resguardados durante todo el camino por elementos de SSPDF es difícil que logre darse un pleito a golpes entre aficionados.

En el caso de las aficionadas mujeres se observa que tienen la misma actitud altanera y de ataque que sus compañeros hombres, pero no llegan a los golpes, solamente insultan, chiflan y reclaman. Al momento de alguna agresión, se quedan a un lado para no estar en medio si se llega a los golpes. Algunas de las que acompañan a la caravana son madres que van con sus hijos al partido, aunque van entre los aficionados cuando comienza alguna situación donde

pueden suscitarse problemas buscan a sus acompañantes y los alejan de donde está la *bronca*. En el caso observado cuando un aficionado de Pumas paso en la acera contraria, algunos chavos de la caravana aventaron botellas e insultos al contrario, las botellas pegaron con uno de los puentes y al romperse cayeron los vidrios cerca de la caravana, las mujeres aficionadas que estaban cerca de ahí, decidieron hacerse a un lado y buscar a sus hijos o novios para que no estuvieran dentro de la bronca.

Al llegar a las calles aledañas al estadio, se encuentra un filtro de SSPDF (mapa 1). Son separados los hombres y las mujeres, los primeros pasan por una revisión exhaustiva y al ser más, tardan varios minutos en poder salir. Las mujeres al contrario solo son conducidas por otro lado. No se les revisa en ese punto.

El estadio se encuentra en una zona residencial, con una calle que le da la vuelta al mismo. Existen diferentes puntos a donde llegan las porras. De lado de la cabecera norte, como se comenta arriba, cada una tiene un lugar donde se reúne con sus integrantes. Llegando la caravana, y pasando el punto de revisión, el contingente se deshace y cada persona se reúne con su porra o va a buscar la puerta por la que va a entrar al estadio. En estos puntos cada dirigente se encuentra con las personas de confianza, siempre son tres o cuatro los que lo acompaña, que son los encargados de vender los boletos a los integrantes de las porras y pasar lista.

Entrando al estadio.

Para entrar al estadio, en la zona de cabecera de local y como parte de una porra hay que estar inscrito en una de ellas o pagar un poco más del precio del boleto si solo se va ocasionalmente con ellos. En el caso de la Ultra Azul, hay tres personas siempre fuera del estadio y que llevan la organización y la venta de los boletos. Quien está a cargo de las cuentas y de repartir boletos es una mujer de treinta y un años, Luz. Ella vende los boletos y tiene una comunicación constante con el dirigente, *El Piña*. Tiene cuarenta años y pareciera que está para las “relaciones públicas” con los integrantes de la porra. A él es al que se le avisa si no puede uno ir al partido, se le piden los boletos extras y con él es con el que se llega al acuerdo por el precio de los boletos si uno no forma parte de la porra. Él no cobra y no reparte los boletos, pero es el encargado de comprar y conseguir más si se les terminan. Es el que tiene la relación constante con la directiva, sobre los cambios o actividades que afectan a las porras, organiza los viajes y las visitas de la porra a los estadios contrarios. La tercera persona, *Don Vic*, de aproximadamente unos 45 años, es el encargado de pasar lista, anotar los pagos y a las personas que asistirán a los viajes cuando el equipo juegue de visitante.

De los integrantes de la Ultra una tercera parte son mujeres. Algunas de las mujeres jóvenes de la porra, tienen una relación de coquetería con el dirigente de la porra. Él les dice piropos y ellas le corresponden de igual manera o simplemente se ríen de lo que les dice, es una relación que no pasa de un juego entre ellos. Al momento de saludarse y preguntar cómo están, el dirigente les

contesta: *“Yo buenote, como siempre”*. Una de las señoras siempre lo saluda: *“Hola, mi amor!”*.

En ocasiones, *El Piña*, trata hacer una connotación sexual de sus pláticas. En un caso, para explicar donde se encontrarían en el estadio Azteca (29 de abril de 2012) para entregar los boletos, a una de las integrantes de la porra le explicó haciendo referencia a su busto, que serían las dos entradas del estadio y que ellos se encontrarían a la mitad, en el estacionamiento, no hubo toques y se pudo observar algo de incomodidad en la chava, pero su reacción fue únicamente cruzar los brazos y reírse de las ocurrencias del dirigente.

Esta relación se da a partir de la forma en la cual se van conociendo y desarrollando, en el caso de esta joven pasaron algunos meses de que se integró a la porra en los cuales se fueron observando los modos en los que se relacionan dentro de la porra. Hasta que hubo una mayor comodidad entre el dirigente y ella fue que se comenzaron a hacer esos comentarios. Pareciera que el dirigente fue midiendo hasta qué punto era adecuado y correcto tratar a la joven, sin que llegara a sentir una falta de respeto.

En esta porra como se comenta anteriormente, llegan muchas familias que están afiliadas, así como algunas señoras de la tercera edad, en estos casos las relaciones entre todos los integrantes de la porra se da en un tono familiar y de simple amistad, sin llegar a las connotaciones sexuales.

Entre los integrantes masculinos de la porra, se dicen comentarios de burla y alburas. En los dos casos, tanto mujeres con hombres y hombres con hombres, es

una relación que se basa en el respeto de las dos partes, en la cual si la mujer se siente ofendida se deja de hacer. Si el ofendido es el hombre se le hace burla por un momento y posiblemente se deje de hacer y se cambie de “víctima”. Sin tomar como tema central el albur para este trabajo, se entiende que estas relaciones son reflejo del tipo de relaciones de confianza y aprecio que se da en la cultura popular mexicana, que no deja de lado la *carrilla* y la coquetería que la caracteriza. Una relación de burla con carga sexual. En este caso se podría entender el utilizar ese tipo de lenguaje ya que la mayoría de los integrantes de la porra son hombres así como el ambiente del fútbol y el espectáculo están dirigidos hacia un público masculino. Tomando esto en cuenta se puede suponer que es una relación en la que se refuerza la identidad masculina dentro de la porra, aunque también al ser la mujer la que “alburea” a los demás integrantes juega un papel masculinizado dentro de la Ultra.

Al entrar al estadio, hay un cateo por parte de la seguridad local y otra más por parte de los agentes de SSPDF. Esta revisión es únicamente en las zonas de las cabeceras, donde se ubican las porras, tanto locales como visitantes. En las demás entradas al estadio no existe la revisión por parte de la SSPDF. Está prohibido entrar con petardos, drogas o armas y consideran que las hebillas de los cinturones pueden ser utilizados como armas.

Al acercarnos a la entrada, la nuera de una de una de las señoras se percató que no había dejado el cinturón en la casa a lo que le dije que me lo escondía en la pierna para que no lo vieran. Al momento de la revisión por parte de la policía, esta se dio cuenta de que lo traía amarrado en el tobillo, a lo que la señora le dijo:

“Venimos con la porra, la Ultra, con el Piña, nosotros si somos tranquilos no como la Sangre, ¡déjela pasar el cinturón!” (18 de febrero de 2012). Esta simple aclaración permitió que metiéramos el cinturón al estadio.

Entrando al estadio se nota la división que existe entre las diferentes porras del equipo, cada una tiene su lugar asignado en la tribuna. La Sangre Azul al ser la de mayor número de integrantes tiene el lugar central de la cabecera y por lo que me comentan dentro de la Ultra Azul, *“son los más agresivos”* y están custodiados por policías durante todo el partido.

Dentro de la Ultra Azul se observan parejas de jóvenes, algunos bebés de meses, señores y familias completas. El caso de la señora, Doña Vicky, llega con sus nietos y entrando al estadio busca su lugar ella sola en las primeras filas de la tribuna, mientras sus nietos, buscan lugares más atrás.

En el caso de los partidos de visitantes se cuenta con el espacio asignado para los visitantes y en algunos estadios la Sangre Azul tiene designado un lugar, casi siempre resguardados con policías. Las demás porras, como la Ultra buscan acomodarse sin importar que los integrantes no queden juntos. Por ejemplo, en un partido contra Morelia de visitante (25 de febrero de 2012), la señora Doña Chuy, buscó sentarse en las primeras filas y sus acompañantes de viaje prefirieron buscar un lugar más arriba. Ella se sentó donde no hay rejas, acompañada de otra señora que iba con su hija, y el marido de esta última, aunque forma parte de la Ultra, se sentó con la Sangre Azul.

Cuando comienzan a salir los jugadores en el estadio Azul, jugando de locales, se pueden escuchar exclamaciones de algunas de ellas como: “¡Corona, mi amor!” o “¡A mí me gustan más Villa o El Chaco!”. También se escuchan los cánticos de las porras, que en ocasiones son guiadas por La Sangre Azul. Comienzan con:

“Oh, oh, oh, Sale el Azul

Oh, oh, oh, Sale el Azul

Oh, oh, oh, Sale el Azul”

A partir de ese momento cantan las mismas porras que en la caravana y algunas otras más. Aparte del cantico de: “Azul, Azul, Azul”, existen otras dos canciones que se cantan con especial sentimiento, tanto hombres como mujeres:

“Una reja me separa

Del amor que está en mis sueños

Cruz Azul no pido nada

Solo quiero

Dar la vuelta

Porque aquí están

Los que cantan con pasión

Los que ponen corazón

Nunca te abandonaran

Cuando mires al tablón

Veras siempre un carnaval

Solo nunca vas a estar”

*“Vamo’ vamo’ vamo’ los
azules,*

*Y vamo’ vamo’ vamo’ a
ganar que la Ultra te alienta,
yo te sigo a todas partes a
donde vas, cada día te
quiero mas... y mas y mas*

En los partidos contra el Club América, sea de locales o visitantes, el cántico, referente a la afición del equipo que se puede escuchar es:

*“Yo solo quiero quemar el
gallinero*

*Matar al ritualero y a la
monumental*

*Vamos azules pongan huevos al
frente*

Te lo pide la sangre,

No para de alentar

Pasan los años,

Pasan los jugadores

Pero lo que no pasa

Es la sangre de alentar

Por eso yo te quiero dar

Chemo mi corazón

Yo te sigo a todas partes,

Aunque no salgas campeón

Crema te conocemos,

Crema eres cagón

Ellos no son el disturbio,

Son los putos del tablón!”

Durante el partido.

Dentro del estadio, especialmente con la Ultra, se encuentran otras cuatro personas más que se encargan de la porra durante el partido, uno de ellos se coloca frente a la porra. En una tarima amarrada a la reja del estadio, un joven al que apodan *Chacón*, de unos treinta años, que lleva el ritmo y alienta a la porra a cantar y gritar. La mayoría de las veces se cantan lo mismo y al mismo tiempo que la Sangre Azul. A diferencia de la porra vecina, la Super, que no siguen el mismo orden.

Ahí mismo, en la reja de la tribuna, se encuentra Don Panchito, de unos sesenta años, encargado de hacer sonar las cornetas, que simulan el silbido de la locomotora, por ser representativo del equipo, aludiendo al mote de *la Máquina Azul*, dependiendo de las acciones del equipo y de los cánticos. Por ejemplo, si hay peligro de gol en la portería local, suenan las cornetas para descontrolar a los jugadores y que fallen los tiros a gol.

Otros dos integrantes de la porra están encargados de repartir y ondear las banderas de la Ultra y en contadas ocasiones, a tocar un tambor. Este se encuentra siempre en las tribunas pero pocas veces lo utilizan. Así, en la organización de la porra, hay siete hombres y una mujer. Ellos organizan la logística dentro del estadio y las relaciones de compra y venta de boletos, mientras ella es la encargada del dinero, considerado el trabajo de mayor responsabilidad dentro de la jerarquización de la porra.

Durante la mayor parte del juego, se puede observar a los integrantes de la porra cantando y apoyando al equipo. Poniendo especial atención con las mujeres de la porra se ve que algunas de ellas siguen las acciones del partido, le gritan al árbitro si creen que lo que marcó está mal. Festejan las acciones de ataque y no dejan de poner atención a lo que sucede en la cancha.

Las mujeres de La Ultra se ubican en la tribuna sin tener un lugar especial para ellas, están mezcladas con todos los integrantes de la porra. Aunque no hay lugares designados, sí se puede observar que las personas buscan acomodarse siempre en los mismos lugares. Doña Chuy, Luz (mano derecha del dirigente), Susana y su hijo Aarón siempre se sientan juntos (imagen 4). Buscan las primeras filas, a la mitad del espacio designado a la Ultra Azul en la tribuna, cerca del tambor y la bandera de la porra. Por su parte el dirigente, *el Piña*, no tiene un lugar designado como lo tienen los dirigentes en la Sangre Azul, al momento de entrar al estadio, a los quince minutos de empezado el partido busca ubicarse donde se ve que la gente está tranquila y no cantan y así los alienta a cantar y gritar.

Imagen 4



Foto tomada por Manuel Pérez, integrante de la Ultra Azul. 2012.

Como comenta el dirigente, en la Ultra muchas veces no se vive con mucha pasión el encuentro, se pueden ver a algunas mujeres sentadas sin cantar ni brincar pero pendientes de lo que sucede en la cancha. En algunas ocasiones, se ven algunas jóvenes maquillándose o revisando el celular sin prestar atención a lo que pasa.

Cuando existe alguna jugada dudosa o alguna decisión arbitral tanto hombres como mujeres gritan para reclamar lo sucedido. En general, es más común oír las mentadas de madre por parte de los hombres: “hijo de puta” “pinche árbitro”. La mujer gritara inconforme y enojada pero menos agresiva: “árbitro ciego”, “árbitro vendido” “cerdo”. Aunque esto también depende de la personalidad de cada aficionado y de lo metido que esté en el partido, en ocasiones las mujeres, en especial Susana, han pedido disculpas a los que están a su alrededor por su forma de hablar justificándose que así es ella, sin importarle quien se encuentre frente a ella. En una ocasión el joven que delante de ella en el estadio, en un partido contra León (17 de agosto de 2012) le comentó “*Señora, mejor enséñeme el abecedario*” haciendo referencia a las malas palabras que estaba gritando ella hacia la cancha.

En relación al grito ya tradicional de “puto” hacia el portero contrario cuando tira un saque de portería, se puede observar que dentro de la Ultra Azul las mujeres no acostumbran gritarlo, al igual que un cántico que la tribuna le canta al portero si lleva varios errores: “Ese no es un portero, es una puta de cabaret”.

En el caso de las mujeres grandes se ha podido observar que cuentan con un respeto especial por parte de los demás integrantes de la porra. En una ocasión, en el partido contra Toluca de visitantes (15 de abril de 2012) Doña Chuy se encontraba delante de los integrantes de la Sangre Azul y en un momento dado, comenzaron a decir agresiones verbales hacia los policías y ella les dijo a los muchachos que se encontraban a su lado que se tranquilizaran que no demostraran así el amor a la camiseta, los jóvenes se calmaron y continuaron viendo el partido y apoyando al equipo.

En contraste, se observa también como los hombres aunque están inmersos en lo que pasa en el partido se hacen cargo de los hijos, aunque sea que vaya toda la familia. Se observó en un partido como una pareja joven llevo a su hija de ocho meses que era su primera visita al estadio. Según me comentaron nació un poco enferma por lo cual no la habían llevado antes, la mamá estuvo cuidándola parte del primer tiempo, sin dejar de ver en ocasiones lo que ocurría en la cancha, pero manteniendo su interés por la niña. Después de un grito del papá la niña despertó y empezó a estar muy inquieta por lo que el chavo la cargó y mantuvo en los brazos el resto del partido. La bebé se calmó, pero la actitud del joven fue de estar siempre viendo a la cancha y de vez en cuando a la niña, mientras la mamá sentada volteaba constantemente para ver si la niña estaba tranquila.

En otro caso, en el estadio de Pumas, otra familia que llevaban a un niño de unos tres o cuatro años, estuvo en las piernas de su papá todo el partido y éste le estuvo dando de comer al niño con la mano sin quitar la vista de la cancha (imagen 5). Papá e hijo prestaban más atención al partido que a lo que estaba

comiendo el niño, el papá únicamente agarraba lo que podía y directo se lo daba en la boca.

Imagen 5



Señor viendo el partido y dando de comer a su hijo.
Estadio de Ciudad Universitaria. 26 de agosto de 2012.

Dentro de la cabecera, es común ver que llegue una mujer integrante de la porra sin acompañante interesada por el partido y las acciones del mismo. Mientras que en la parte de general o plateas es menos común verlas. De hecho, puede recibir miradas desaprobatorias o de intriga al no entender los demás aficionados qué hace sentada en un estadio sin la compañía de un hombre o de más personas. En la mayoría de las ocasiones las mujeres que van a esta sección del estadio, lo hacen para acompañar a su pareja, a sus hijos o amigos y parece que el rol que juegan dentro de la tribuna es un rol pasivo, de solo observar sin interactuar o tener reacciones frente a las acciones del partido.

En el caso de las integrantes a las porras se puede observar que son activas, desde el canto de las porras, ondear las banderas y estar al pendiente de lo que sucede en los noventa minutos de partido. Para el medio tiempo, se escucha en la tribuna, tanto de hombres como de mujeres analizan lo que ha pasado, juzgan si el equipo ha jugado bien o si al contrario deberían de hacer algunos cambios.

En el caso de los hombres se concentran en ver las actividades de promoción en la cancha o los bailes de las Celestes, porristas del equipo. Mientras que las mujeres, en ocasiones, también hablan sobre cómo han estado o les fue en la semana, planes de viajes o de como les va en el trabajo y con la familia. Una de ellas ha llevado joyería de plata para vender entre las compañeras de porra.

Terminando los 90 min de juego.

Cuando se juega de local, al final del partido, los jugadores aplauden hacia las tribunas en agradecimiento a los aficionados. En las tribunas comienza el movimiento para salir del estadio. La Sangre Azul, en ocasiones se queda unos minutos más, con algún cántico. Las demás porras, en general, se salen inmediatamente del inmueble. Es común que tanto hombres como mujeres brinquen entre las tribunas para “ganar” el lugar y salir antes.

En el caso de partidos de local contra América, Pumas o Chivas, los elementos de la SSP, faltando quince minutos para terminar el partido, resguardan el área donde se sitúan las porras para no dejar salir a los aficionados hasta media

hora después, esperando a que se retire la porra visitante. Está es una medida para prevenir los enfrentamientos entre aficiones.

El ánimo al finalizar un partido depende del contrario y del esfuerzo que pusieron los jugadores del Cruz Azul. En el caso de perder, pero haber jugado “bien” se ven caras tristes pero satisfechas por el buen funcionamiento del equipo.

En el caso de perder contra alguno de los dos mayores rivales (Pumas, América), no poder entrar a la Liguilla o no haber jugado bien, la sensación es de frustración. Tal es el caso de la jornada 17 del torneo Clausura 2012 (29 de abril de 2012), donde, jugando contra el mayor rival del Cruz Azul, el Club América, en el estadio Azteca, el equipo iba perdiendo todo el primer tiempo 2 – 0, desde ese momento la señora Susana se mantuvo sentada en su asiento, deprimida, en franca actitud de derrota, al final el equipo empató a dos goles, pero con ese resultado no pasaba a la liguilla, lo cual fue un golpe muy duro para toda la afición. En el caso específico de Susana, daba la impresión de estar de luto.

A la salida del estadio se podían escuchar los comentarios conformistas, tanto de hombres como de mujeres, de que: *“¡por lo menos no perdimos!”*, *“nos sacaron de la Liguilla otros equipos, en otras fechas que si nos ganaron, no el América”*, aunque los rostros y los gestos eran como si se hubiera perdido una final. Es común que a la salida la porra Ultra se disperse, se despiden desde dentro del estadio, prometiendo verse en el siguiente partido de local. Durante el camino, muchos de los aficionados comentan las acciones, los goles, la derrota o la victoria.

En el caso de la visita del equipo León (17 de agosto de 2012) que terminó empatado a un gol, los aficionados contrarios iban en sus camiones y desde ahí aventaron cosas y gritaron algunas cosas cuando me vieron pasar con la playera del Cruz Azul. En la calle íbamos pocos aficionados y muy separados, los camiones no se podían parar ni los aficionados bajarse ya que iban custodiados por policías, pero aun así sacaron su frustración de no haber ganado en el partido.

Durante los días de la semana que no hay partidos, los aficionados están al pendiente de lo que sucede, con las decisiones de la directiva, con lo que pasa con otros equipos y que puede tener consecuencias para el Cruz Azul.

Se tiene contacto entre los integrantes de la porra por medio de celulares o Facebook. A mitad de semana, miércoles o jueves, en ocasiones se comunican para preguntarse si irán al estadio y hablan con el dirigente para corroborar precios de los boletos y/o apartar alguno extra. La vida de los integrantes de la porra sigue su rumbo cotidiano, su vida laboral y/o escolar se ve interrumpida por los días de partidos y las horas que se invierten al traslado para ir al estadio.

Para los integrantes de La Ultra con los que se tuvo más contacto, su amor al equipo y el formar parte de la porra es algo fundamental para sus vidas. En el caso de Doña Chuy dejó de asistir al bautizo de un nieto por ir al estadio un sábado en la tarde. Para estos aficionados es obligado ir al estadio, sin sentir que es una exigencia. Van a apoyar a su equipo, a demostrar su amor y su pasión por el juego, por los colores. En una entrevista con el dirigente de la Ultra comenta que:

¿Crees que hay más mujeres actualmente en las porras?

“Creo que siempre ha sido la misma cantidad de mujeres dentro de las porras, aunque ahora se ven más, tienen una actitud más desinhibidas.”

¿Por qué crees que son más desinhibidas?

“Yo creo que es porque la sociedad ha ido cambiando, las mujeres ya tienen más libertades y han ido ganando terreno en las cosas que solamente eran para los hombres.”

¿Quién apoya más al equipo: los hombres o las mujeres?

“Las mujeres son más apasionadas, más argüenderas cuando se encuentran en el estadio. Pueden hacer comentarios y acciones que a si las hacemos los hombres nos veríamos mal o serían faltas de respeto. Creo que la mujer se apasiona mucho más al momento de gritar y apoyar a los jugadores.”

Dentro de la porra Ultra se puede observar que la identidad de las mujeres aficionadas se relaciona con la manera de apoyar a los jugadores, de cantar y gritar durante los noventa minutos. También dependen de la relación entre hombres y mujeres y lo socialmente aceptado.

CAP. 3. LA MUJER Y EL FÚTBOL COMO NEGOCIO.

En este capítulo se analiza la relación de la mujer con el espectáculo y el negocio que mueve los intereses del fútbol. Se hace un análisis de las relaciones de edecanes y porristas “las Celestes” con la tribuna, las representaciones de género, los roles que tienen cada grupo de apoyo y sus integrantes, así como, la influencia que la división de género tiene para el desarrollo del fútbol espectáculo.

Tomando como punto de partida que para el aficionado la compañera de tribuna en ocasiones puede ser tomada en cuenta como su igual, pero las edecanes o porristas, desde la cancha, se vuelve un símbolo sexual que es explotado para ciertos intereses, se analizarán más adelante estas relaciones.

Aunque el fútbol como negocio y el espectáculo pueden pensarse que están dirigido a los espectadores masculinos, ya sea desde la televisión o dentro de los estadios, los productos que se anuncian, las edecanes que los promocionan y/o las porristas que se encuentran en el estadio animando a los asistentes, se puede detectar que en la actualidad se ha fortalecido la explotación de los jugadores como objetos sexuados para la atracción de las mujeres, siendo el mejor ejemplo de esto los jugadores europeos: Cristiano Ronaldo o David Beckham, que aumentan sus ingresos siendo modelos en anuncios de ropa o llevando looks que los consideran metrosexuales.

Así, este capítulo se centra en la relación de los aficionados y aficionadas del Cruz Azul con las figuras y representaciones desde el género que se utilizan para

la venta del fútbol como negocio, relacionados a una sexualidad. Esta característica se puede relacionar con edecanes, porristas y jugadores.

Las Celestes, mujeres porristas.

El equipo Cruz Azul, es el único en primera división que cuenta con grupo de porristas oficiales organizado y con un proyecto a largo plazo. Este proyecto tiene su nacimiento en el torneo de verano del 2004, por iniciativa de la Directiva del equipo. Tiene como modelo a seguir a las Vaqueritas de Dallas, del equipo de fútbol americano de Texas, Estados Unidos. El grupo de animación coreográfica del Cruz Azul anima todos los partidos del equipo como local, antes del juego y en el medio tiempo.

El grupo está integrado por doce jóvenes y una suplente. La mayoría de ellas, comentan que entran a formar parte del grupo por el gusto al baile y no específicamente por ser aficionadas al equipo. Como parte de su rutina una de ellas llega una hora antes a una de las puertas del estadio para firmar autógrafos a los aficionados. Dentro del estadio en la cancha, antes de comenzar el partido, la rutina de las porristas consiste en dar una vuelta frente a las tribunas, junto con la botarga de la mascota del equipo, La Liebre.

Hablando de La Liebre, es un personaje dirigido a los niños, tiene una imagen caricaturizada y tierna, a diferencia que la mayoría de las mascotas o personajes que identifican a los demás equipos de la primera división, lo que se

relaciona con una institución familiar y que busca la integración de los aficionados y el equipo como una familia. Esta relación entre la mascota y el grupo de animación refuerza el respeto a los valores familiares.

Antes de comenzar el partido, hacen una pequeña rutina moviendo los brazos y modelando. Para el medio tiempo, las presentan como “las mejores porristas de México, las Celestes”, en ese momento presentan una rutina de baile en el centro de la cancha, durante algunos minutos después de las actividades que ponga algún patrocinador para los aficionados.

En el momento de recorrer la cancha por parte de las Celestes, se puede observar que los aficionados hombres comentan sobre las porristas, les chiflan o les toman fotografías, admirando el atuendo que llevan puesto, falda o pantalón blancos y una blusa tipo top color azul con botas azules, del mismo tono de los colores del equipo. Al entrevistar a cinco porristas del grupo de animación comentan que no escuchan los gritos o chillidos desde las tribunas porque ellas están concentradas en el baile. Las Celestes comentan que si llega a haber una reacción de parte de los aficionados se sienten emocionadas porque su trabajo consiste en animar a los asistentes al estadio. Dicen que en el caso de los aficionados del Cruz Azul “no las agreden tanto posiblemente por el ambiente familiar de las tribunas”. En una ocasión, en el área de plateas, escuché a un padre cuando le decía a su hijo de cuatro años que viera a las Celestes que estaban bien bonitas todas y que “fuera aprendiendo desde chiquito”.

Por parte de las mujeres que se encuentran en las tribunas de las porras los comentarios, cuando comienzan a chiflar los hombres son: *“Ah! Sí, son Las Celestes”*; se concentran más en saludar y platicar con las compañeras de tribuna sobre lo acontecido en su semana, más que observar lo que sucede con las porristas.

Las Celestes, tienen un código de comportamiento determinado tanto por la directiva como por la empresa que las maneja, el vestuario y la forma de comportarse tienen que ser respetuosos para todos los asistentes del estadio, no ser muy provocativas. Ya que asisten muchas familias a apoyar al equipo, tienen prohibido el tener algún tatuaje y entablar alguna relación romántica o sexual con los jugadores. Ya que muchos de ellos están casados y tienen hijos, no pueden ni siquiera tener una conversación con ellos. Se sabe que en ocasiones los jugadores tratan de pasar recados por medio de los utileros a las porristas, aunque es difícil que llegue a algo más.

Aunque, si el jugador tiene una relación extramarital, con alguien ajeno al grupo de animación o a la institución es algo que no se regula ni se sanciona por parte de la directiva del equipo. De hecho este comportamiento es algo “natural” dentro de la sociedad mexicana, comúnmente entre más mujeres tenga el hombre es “más macho”, mientras que si la mujer tiene más de una relación es vista como prostituta o de “pocos valores”.

Culturalmente en México, las mujeres son las responsables de poner los límites de la sexualidad, hay un dicho que dice: “El hombre llega hasta donde la

mujer se lo permite” por lo cual las sanciones que se le imponen a alguna porrista son mayores a las que se le aplican al jugador. Si se llega a saber de alguna relación entre un jugador y una de ellas, la correrán del grupo y al jugador le pondrán una sanción económica. Aunque también esto puede ser debido a que Las Celestes son contratadas por un grupo ajeno a la directiva del equipo y sus contratos son de otra índole y no son consideradas “necesarias” para el buen funcionamiento del equipo.

Según comentan los encargados de la empresa que maneja al grupo de animación, las Celestes, estos códigos de comportamiento son necesarios para mantener la integridad de las mismas porristas, ya que intentan que no se caiga en la vulgaridad y que se respete ante todo a las chicas.

En algunos equipos de la primera división y la liga de ascenso, como el Veracruz, Tigres y León, se ha intentado tener grupos de animación igual que en Cruz Azul, pero según comentan los mismos encargados de las Celestes, por la mala organización de los mismos terminan presentando a las porristas como “bailarinas eróticas” con vestuarios y comportamientos que llevan a la provocación sexual de los aficionados. Aparte de la mala organización se puede pensar que si estos equipos no tienen una relación con una afición mayoritariamente familiar buscarán cómo venderles a los espectadores hombres de una mejor manera el espectáculo.

Algo similar sucede con el equipo de Pumas, donde en general los aficionados son estudiantes, por lo cual los productos y la forma de presentarlos

son dirigidos a los jóvenes, así como la presentación de la botarga y el canto del himno de la Universidad Autónoma de México al inicio de los partidos de locales.

Cabe señalar que la ubicación del lugar de entrenamiento y las visitas al mismo, están estrictamente controladas. Si uno logra una entrevista le pedirán que de preferencia vayan puras mujeres. Al ir a entrevistar a las chicas, pude observar que llegan a entrenar con vestimenta deportiva, sin ningún símbolo o accesorio que las identifiquen como Celestes, de hecho el arreglo personal es muy diferente a los días de partido, sin maquillaje y con peinados sencillos, mientras que en el estadio se maquillan, se peinan y se visten específicamente para llamar la atención, es un arreglo sencillo pero que las resalta entre las demás mujeres.

Esta protección durante los ensayos, puede ser interpretada de dos maneras, no querer ser reconocidas fuera del estadio para cuidarse de alguna agresión o acoso por parte de los aficionados. También por el hecho de que a los ensayos se presentan de una manera relajada y sin arreglarse, lo que les quitaría ese aire de glamour y “estrellato” que tienen dentro del estadio.

Una forma de controlar el respeto que se le da al grupo de animación y que no sean agredidas es la insistencia de mantener controlada la ubicación del lugar de ensayo y no contar con detalles que las identifiquen como Celestes. Entendiendo que si en el estadio, con reja de por medio no las agreden, es probable que en otro contexto y fuera de las tribunas sean agredidas o acosadas de alguna manera. Dentro del estadio se tiene controlada la forma en la que se relacionan con los aficionados, no hay un acercamiento ni peligros para ellas.

Algunos días de partido, cuando no hay actividades en medio tiempo por parte de algún patrocinador, la actividad de entretenimiento del medio tiempo es pasar a algunas aficionadas a la cancha a jugar un pequeño partido contra las Celestes, en esa ocasión las porristas comentan que algunas de ellas ni idea tienen de como jugar, mientras que las reacciones del público en general es de sorpresa. En el caso de los aficionados hombres se puede observar ciertos rasgos de burla y juego de como las mujeres, según ellos “intentan” jugar al fútbol, refiriéndose a las “malas” jugadas o la forma de patear el balón.

Las mujeres que son invitadas a jugar en el medio tiempo en la cancha, según el sonido local, son aficionadas que han adquirido el abono de lugares para toda la temporada, estos lugares se ubican en la zona de plateas del estadio, separado a la sección de las porras.

En estas “cascaritas” la porrista encargada de la portería se pone una playera del legendario Miguel Marín, portero del equipo en la década de 1970, al momento de salir a jugar se pudo escuchar dentro de las porras comentarios alusivos a la playera y a lo que representa Marín en la grandeza del equipo.

Otras actividades del grupo de animación Las Celestes consisten en asistir a una reunión anual de porristas en los Estados Unidos, viajando dos de ellas como representantes del equipo y de México. En el verano las Celestes organizan un campamento en el que reciben a niñas para estar con ellas por dos semanas. Consta en enseñarles las rutinas y prepararlas para un pequeño show en el medio tiempo del primer partido como locales del siguiente torneo. Las Celestes

comentan que las niñas las “ven como princesas” “como sus ídolos”. Para asistir a este campamento no es necesario formar parte de las porras, pero podría pensarse que en general son hijas de aficionados o aficionadas al equipo, ya que la promoción del mismo se hace en el estadio, en la página de internet de Las Celestes y del propio Cruz Azul, así que si no se es aficionado es poco probable enterarse de la convocatoria.

Mujeres como objetos publicitarios.

Así como en otros equipos de la Liga Mx de fútbol no cuentan con grupos de animación como las Celestes, en el estadio Azul no hay presencia de edecanes. En algunos cotejos donde el equipo Cruz Azul ha estado de visitante se puede observar que antes del partido y en el medio tiempo las edecanes de diferentes productos, con atuendos de licra que dejen muy descubierto su cuerpo, recorren el estadio. Al igual que las Celestes, parecen ser jóvenes dedicadas al modelaje y que en su momento tienen que relacionarse con los aficionados en especial con los hombres que asisten al estadio.

En una ocasión, en el estadio de Morelia, cuatro edecanes del Aceite para motor *Roshfrans* vestidas con un traje de licra de cuerpo entero y con escote pronunciado se dedicaron a tomarse fotografías con los aficionados que se acercaban. En su mayoría los hombres se colocaban en posiciones victoriosas entre dos de ellas y les insinuaban posturas con carga sexual a lo que las

edecanes respondían de buena manera, aunque parecían tener un gesto de incomodidad en el momento que los aficionados se iban de su lado.

El mismo grupo de edecanes pasaron dentro del estadio con banderas de la marca, modelando y recibiendo gritos, chiflidos y piropos como “mamacita” por parte de las tribunas. Los comentarios entre los aficionados son en un tono mayormente sexual, aunque no los gritan, son pláticas entre ellos y nada más.

Las edecanes que promocionan la mayoría de los productos en los estadios tienen un cuerpo más voluptuoso que Las Celestes. La vestimenta que utilizan es más llamativa y provocativa. En este caso el objeto a vender es el cuerpo de la modelo y en segundo plano la marca que promociona y que lleva en los logotipos de su atuendo o en las banderas que cargan.

Las marcas que continuamente se presentan en los estadios con edecanes para promocionar sus productos son: Coca Cola, Corona, Roshfrans, Banamex, entre otras. Como se observó en el trabajo de campo en el Estadio Azul no se presenta esta forma de publicidad antes del partido, únicamente en el medio tiempo y con ciertas actividades que más bien incluyen a los aficionados y no a las edecanes.

Cabe señalar que las mismas jóvenes que tienen estos trabajos, al momento de convivir con los grupos de aficionados fuera del estadio, se centran en la presencia masculina más que en las aficionadas a los equipos. Existen pocos edecanes hombres en el contexto futbolístico y no buscan llamar la atención a partir de su físico como las mujeres. Más bien conviven de igual manera con

hombres, mujeres o niños, haciendo una labor mucho más convivencia para promocionar los productos que desde un contexto sexual.

En el caso de las aficionadas es más común que griten piropos e insinuaciones a ciertos jugadores del equipo. Una de las señoras entrevistadas asegura que Jesús Corona, el portero, es su novio. Lo conoció en un entrenamiento y le regaló su playera, la cual porta en cada encuentro del Cruz Azul. En el caso de Jesús Corona y la integrante de la porra es tanto por su forma de jugar como por su físico. Los gritos que se escuchan hacia el Chaco Giménez o Emanuel Villa, son por su rendimiento en la cancha y la forma en la que juega.

En los casos que los jugadores formen parte de la selección mexicana se les puede observar más seguido en los medios de comunicación por lo cual se dan a conocer con los aficionados de una mejor manera que si están solamente en su equipo.

En el caso del Estadio Azul, a excepción de su grupo de animación, no existen anuncios que vendan los productos por medio del sexo. Aunque las marcas que se anuncian son en general productos para hombres: automóviles, productos de higiene personal, programas o actividades deportivas.

Fútbol, sexo y medios de comunicación.

En las transmisiones de los partidos en televisión, aparte de que son pocas las mujeres comentaristas, los enfoques de la tribuna son de mujeres guapas y

arregladas, pareciera que las tomas están dirigidas a un público totalmente masculino. Al igual que la publicidad presentada antes y durante el partido, donde los productos que se anuncian son cervezas, artículos de higiene y salud para hombres, para el mantenimiento automotriz o alimentos que puede consumir toda la familia. No existe una campaña publicitaria dirigida a las mujeres durante el tiempo de televisión de los partidos.

Una de las televisoras nacionales, Azteca, en el año 2006, sacó una campaña llamada “Yo amo el Fútbol” y el video promocional era una pareja joven que cantaba una canción explicando cómo su esposa entendía que él amara el fútbol y la forma en la que ella hacía todo para pasar el rato con él viendo el fútbol. En las imágenes se observa como ella es más apasionada del equipo que él. Reza para que ganen, duerme con la camiseta del equipo, grita y brinca con las acciones del partido, mientras él más tranquilo solo la ve. Los comentarios que se encuentran en la red y que se decían en su momento con el comercial eran sobre lo “buena pareja” que era la chava, que soportaba el gusto por el fútbol de su novio y como quisieran una novia igual.

Creo que es importante señalar, cómo las imágenes presentan la idea de que la joven puede disfrutar igual o más un deporte que se considera masculino. Esta campaña pudo ser un instrumento de la televisora para acercar a sus televidentes al fútbol. La televisora compra en 1996 al equipo Monarcas Morelia y durante algunos años intensifica sus promocionales sobre fútbol. Actualmente son dueños, también, de Jaguares de Chiapas.

En relación a cómo los jugadores venden su físico, no solamente en lo deportivo y en la manera de jugar, podemos ver la forma en que algunos jugadores, específicamente europeos, han revolucionado la forma de publicidad de los equipos y de ellos mismos. En la actualidad los jugadores de gran nombre, equipo y sueldos, buscan ser imágenes de productos de primer nivel, no solamente marcas deportivas sino, también, marca de ropa casual, interior, lentes productos de belleza, vendiendo así su físico y su imagen en horizontes diferentes a la cancha de fútbol.

A partir de esto se pueden encontrar muchas mujeres que, aunque no se consideran aficionadas al fútbol o algún equipo, ven los mundiales o algunos juegos importantes solamente para ver las piernas, el cuerpo o la cara de algún jugador. Las jóvenes conocen quienes son los jugadores de Italia o en que selección esta Cristiano Ronaldo o David Beckham solamente por ser considerados íconos de la moda y por su “belleza”.

En el caso de los mexicanos pocos son los que son considerados “galanes” o “metrosexuales” al igual que los antes citados. El mayor representante de esta forma de vender más allá de su talento es Rafael Márquez, que al igual que Ronaldo o Beckham jugó en Europa, a partir de lo cual fue más conocido y codiciado por las mujeres en México. La nueva generación de seleccionados cuentan con Giovanni dos Santos, Carlos Vela, Andrés Guardado y Guillermo Ochoa, que logran tener un impacto mayor en los medios de comunicación, al ser los protagonistas de las campañas publicitarias de los patrocinadores de la selección nacional.

Javier “el Chicharito” Hernández, seleccionado mexicano y actual jugador del Manchester United, ha logrado posicionarse en el gusto no solo de los aficionados mexicanos sino también de los ingleses. El mayor interés por parte de los medios nacionales es por el hecho de ser el primer jugador en llegar al equipo inglés, considerado uno de los mejores, así como su disciplina y dedicación a su carrera lo posicionan como un ejemplo para las nuevas generaciones de jóvenes que aspiran jugar como profesionales. Ha logrado tener un lugar para las aficionadas dentro de los “guapos”, aunque sigue siendo mayor el atractivo por su forma de juego y no por su físico.

Los partidos de local son transmitidos por la cadena ESPN y el canal Azteca Trece. En referencia a los productos anunciados y los comentarios hechos por los reporteros y cronistas de fútbol. En el primero, al ser de paga, no existen anuncios dentro de la transmisión de productos ajenos al canal. Los comentaristas se concentran en la narración de las acciones en la cancha. Azteca Trece al ser un canal de señal abierta que llega a toda la República mexicana, tienen como especialista dentro de las transmisiones de fútbol a dos ex jugadores mexicanos: Jorge Campos y Luis García. En dicho canal, se llevó el registro de la transmisión de un partido del Cruz Azul contra Querétaro, 13 de octubre de 2012. Los anuncios antes del partido son de la programación del canal, bancos y de cerveza Tecate. Los anunciantes antes del partido no parecen depender de un gusto específico del género masculino: telenovelas, programas de concursos y de deportes.

En el caso de la publicidad presentada en los laterales de la cancha se puede observar que siguen predominando marcas que se pueden considerar unisex como: Telcel, Tecate, Turistar, Progol, Caja Libertad, Coppel, Autopartes, Sharp. Al observar los comentarios y los anuncios incluidos desde la televisora, en las cintas inferiores de la transmisión del partido, están dirigidos en su mayoría hacia la afición masculina.

En el mes de octubre la Liga MX se une a la lucha contra el cáncer de mama por lo que los árbitros visten con playeras color rosa y los balones utilizados son del mismo color. En conjunto con una marca de teléfonos celulares y la televisora, se anuncia que para esta campaña al mandar un mensaje de texto se participará en una rifa de un celular, una Tablet o una computadora.

Por parte de los comentaristas de la televisora local, hay momentos en los que comentan sobre la belleza física de alguna edecán, porrista o aficionada que enfoquen los camarógrafos. Los comentarios en ocasiones van dirigidos hacia los programas como La Academia o las telenovelas de la propia televisora. Hacen referencias hacia los jugadores por su físico, salario o hacen comentarios o burlas entre los mismos comentaristas que poco tiene que ver con lo que las acciones del partido.

Durante el medio tiempo del partido se ven más anuncios dirigidos a los aficionados masculinos, como la campaña de Tecate que tiene como eslogan “es fácil ser hombre”, en la cual presentan situaciones de la vida cotidiana de las parejas como la pregunta de la novia de si se ve gorda en el vestido, a lo que el

chavo contesta que sí, ve la reacción de la novia y es de drama y llanto. Se ve que todo se lo imagino y regresa a la pregunta de ¿me veo gorda? de la novia y él le dice que no, en ese momento se oye una voz que dice: *“Por los que saben que sobre la guerra esta la paz. Es fácil ser hombre. Tecate”*. Al terminar enlazan la transmisión con el siguiente partido de la Liga Mx. Se observa que en la transmisión los comentaristas le dan poca importancia a las aficionadas mujeres. Manejan la identidad de la asistente al estadio como poco conocedora del deporte, como un grupo minoritario en el apoyo del equipo.

Aficionadas en las redes sociales.

Actualmente la tecnología y las nuevas formas de relacionarse, como las llamadas redes sociales como el Facebook y Twitter, nos dan la oportunidad de acercarnos a los grupos de aficionados y conocer sus opiniones aunque no sean asiduos al estadio. En relación hacia la manera en que los mismos aficionados perciben su amor al equipo y la manera de apoyar, se pudo registrar, específicamente Facebook, a diversos grupos sobre aficionados al Cruz Azul, de las diferentes porras, barras, páginas de fanáticos especialmente dedicadas a un solo jugador.

Llama la atención una en específico llamada Divas Celestes, que administran tres jóvenes mujeres de entre diecisiete y veinte años. En la descripción de la página se lee: *“Todas las mujeres son hermosas pero las Celestes mandan!”*. Este grupo comenzó en febrero de 2012, dirigido a discutir sobre el equipo, dar noticias

y principalmente, la publicación de fotos de aficionadas al Cruz Azul, a las que llaman Celestes, sin tener nada que ver con el grupo de animación Las Celestes.

Actualmente cuenta con 11,216 seguidores, en un promedio de edad de 18 a 24 años. Es un grupo donde continuamente publican fotos de jóvenes mujeres con la playera del equipo, muchos de los integrantes de la página son hombres y algunos de los comentarios que publican en las fotografías son:

Juan Carlos López Sánchez “deja tu lo guapa y sexy que está la chica, LE VA AL AZUL!!!” [sic]

Jose Guadalupe Banda “K bien se miran las mujeres con ese uniforme mmm” [sic]

Martin Ramírez “Q MAS SE PUEDE PEDIR UNA MUJER HERMOSA Y UN GRAN EQUIPO Q FANTÁSTICA CONVINACION” [sic]

Diablito Hdz “pff... me caso!!... presenten!!!” [sic]

Misael Zarolo Sanchez “Solo las mujeres hermosas subirian una foto cn esta playera... vivan la morras lindas y y maquina” [sic]

Toruk Maktoez “lo uniko q tienen loz del azul laz afiionadas hermozaz xq todo lo dmaz nada!!!! (CA) azulkrema de korazon!!!! [sic]”

A partir de los comentarios que se observan en la página, se puede ver como se combina el amor al equipo con el atractivo de las mujeres. Podría decirse que cualquier mujer con la playera del Cruz Azul, para estos aficionados es atractiva. En este grupo, más que fomentar el saber de fútbol, de técnica y de jugadores, es el hecho de tener jóvenes que se presenten con la playera. Suponemos que le van al equipo y por eso presentan estas fotos, pero los comentarios son referentes a su atractivo físico y nunca se les cuestiona que tanto saben del equipo o de los partidos.

Durante los partidos en dicha página se presenta el resumen de lo que esta sucediendo en la cancha, sin llegar a ser comentaristas profesionales, se narran los goles, penales o expulsiones. En los partidos que el equipo pierde es común observar reacciones sobre el amor que siempre le profesaran al equipo aunque no ganen.

En dicha página se incluyen algunas fotos del equipo y de los jugadores, siendo los más seguidos Jesús Corona y el Chaco Giménez, pero las imágenes que más se encuentran son de aficionadas o modelos vistiendo los colores del equipo.

Por parte de las aficionadas, integrantes de la porra Ultra, se ha podido observar, que reconocen los esfuerzos de los seleccionados que forman parte del equipo, no solamente demuestran su apoyo y cariño por los guapos. Van más allá y se puede distinguir que los que cuentan con un mejor recibimiento por parte de las aficionadas son los que, aunque no metan muchos goles, están al pendiente e

intervienen en todas las jugadas, como el caso de Christian “el Chaco” Giménez, argentino, que actualmente es el jugador que mejor recibimiento y cariño tiene entre los aficionados.

En el caso de los tres jugadores de la selección sub-23 ganadora de la medalla de oro en las Olimpiadas de Londres 2012: Aquino, Corona y Araujo, al regresar a jugar con el Cruz Azul los aficionados los recibieron entre aplausos. Las mujeres de la porra comentaron con mucho cariño que *“los tres habían sido parte del equipo, que si bien Araujo no había jugado, había colaborado con el trabajo en equipo”*. Con Aquino, después de su presentación en los Juegos Olímpicos, se puede apreciar cierto acercamiento y cariño como al que se le da a un hijo o ahijado por parte de las señoras de la porra. Le gritan para que juegue mejor, pero no de una manera despectiva.

También se ha observado entre las aficionadas que cuando un jugador no da lo esperado, al momento de gritar hacia la cancha lo hacen resaltando alguna característica física, el caso de Omar Bravo al que cuando hace una jugada mal le gritan “El Bizco” haciendo referencia a un defecto de nacimiento en los ojos. En el caso de los jugadores sudamericanos, Maranhao o Luis Amaranto Perea, les gritan “negros” cuando tienen algún error en el partido.

La aficionada que asiste al estadio regularmente y que forma parte de la porra se define como la conocedora de lo que se sucede con el equipo Cruz Azul, dentro y fuera de la cancha, sin importar si el jugador es guapo o no, ese es un extra a su amor por la camiseta. Lo que le interesa a la aficionada Celeste, es que

su equipo juegue bien, aunque en ocasiones pierda, pero que su desempeño en los partidos sea cada vez mejor. Se enojan cuando el partido no es bueno, cuando el Cruz Azul no logra definir una forma de juego específica. En partidos empatados o perdidos, pero que el equipo jugó bien se puede escuchar como las aficionadas salen satisfechas por el desempeño del equipo, las mujeres reconocen el esfuerzo y no solamente el resultado. En cambio, los hombres no son fáciles de complacer, si el equipo no gana, será difícil oírlos hablar de que el equipo se mató en la cancha jugando.

CONCLUSIONES.

La participación de las mujeres dentro del entorno futbolístico, comúnmente se pasa por alto. Al ser considerado un entorno masculino, pocos se toman el tiempo para analizar lo que sucede dentro de las relaciones entre los aficionados y aficionadas. En esta tesis se presentaron los datos obtenidos durante el trabajo de campo realizado en los partidos del equipo Cruz Azul para tener un acercamiento a la manera en la cual se organizan y la importancia de las relaciones de género para la integración de las porras, el equipo y los patrocinadores.

La principal característica de este equipo es su surgimiento a partir de una empresa cooperativista, por lo cual podemos observar la relación que existe entre el manejo del equipo y a cementera. La Cooperativa está formada por generaciones de trabajadores y obreros que se han criado y se han desarrollado alrededor de los valores y la misión de la cooperativa, que tienen como principal meta el bienestar de las familias de sus agregados.

Estos valores que ellos llaman familiares se relacionan con un respeto a la familia, a sus integrantes y que ante todo estas relaciones familiares son lo que llevará al individuo a ser una “mejor persona”. Teniendo esto como principio se entiende que la afición al equipo, en su mayoría, sea vista como familias y personas de edad adulta.

Las mujeres tienen un papel específico en la porra, son respetadas y tomadas en cuenta para la organización del grupo. Son las administradoras y cuidadoras del orden dentro de la tribuna. A la compañera de porra se le respeta y

se le cuida, y aunque cuentan con un porcentaje menor al de los aficionados hombres no pasan desapercibidas. Son personajes que todos conocen, saben lo que esta pasando en la cancha y su comportamiento no dista del aficionado masculino.

Muchas de estas mujeres llegan al estadio con sus hijos o pareja. La mujer grita y se involucra en lo que pasa en la cancha, en ocasiones mucho más que sus acompañantes hombres. La aficionada se comporta desinhibida y retadora cuando su equipo está en la cancha, infringiendo las costumbres y lo establecido socialmente como un “buen” comportamiento de una mujer. Dentro del estadio hablan con palabras altisonantes y retan al árbitro, al equipo y aficionados contrarios.

Son mujeres de carácter fuerte, solteras, divorciadas o casadas, que han tomado el control de sus familias. Puede que tengan que pedirle “permiso” a su marido para ir al partido, pero es un juego de poder en el que ella parece ceder y darle ese control a su esposo, aunque ya está entendido que ella asistirá al estadio.

La mujer aficionada es definida por los integrantes de la porra como la que más apoya, se desinhibe en el estadio y son mucho más apasionadas hacia las acciones del equipo en la cancha. Las mujeres de la porra se definen a sí mismas como las que apoyan al equipo siempre, en cualquier circunstancia sin importar que resultados tengan. Mientras que ellas opinan que los hombres son fáciles de cambiar el amor al equipo según los resultados que tenga el equipo. Cambiando

en ocasiones de afición. Definen el amor a la camiseta como algo que no tiene comparación, algo que no cambiarían y que en ocasiones influye en su vida cotidiana. En sus relaciones familiares y las actividades que realizan durante los días de la semana ya que, en la mayoría de las ocasiones, si tienen otro compromiso y es sábado de juego preferirán llegar tarde que dejar de apoyar al equipo.

Estas formas de seguir al equipo sin importar lo que suceda puede compararse a los roles que juegan dentro de la familia, donde una madre querrá a sus hijos sin importar sus acciones. Aunque también la relación que tienen con los demás integrante de la porra rompe con estos roles y estándares que se llevan a cabo fuera del contexto futbolístico, ya que la mujer actúa de una forma retadora y de coqueteo con los demás aficionados. La aficionada tiene permitido transgredir esos roles sociales, mientras que los hombres tienen que mantener el respeto y el buen trato con ellas.

Es una relación entre el amor a la camiseta, los valores de la institución y los jugadores. La mujer se integra a una porra a partir de su estatus como aficionada. Forma parte del grupo, se conocen, se cuidan y se acompañan en los viajes. Se dice aficionada porque conoce de alineaciones y del tipo de juego. El ser integrante de la porra determina la manera de apoyar al equipo. La mujer aficionada lo seguirá siendo con o sin un grupo de apoyo.

Aun así, las relaciones en general que se dan dentro de la porra son de mutuo apoyo y amistad. Se acompañan durante los partidos y se cuidan si salen

de visita a otras ciudades. En especial para algunas de las aficionadas, las visitas al estadio y la convivencia con la porra es la distracción que tienen de toda la semana de trabajo. Aclaran que si no van a ver al equipo se quedan solas en sus casas sin hacer nada, que prefieren ir a disfrutar del juego.

Como se explica en las descripciones, el grupo de aficionados de La Ultra no se entendería si no fuera por las mujeres que forman parte de la porra. Las señoras que no forman parte del grupo que dirige la porra, como Doña Chuy, tienen la capacidad de unificar a los individuos de la porra, todos las conocen y aunque no se sienten todos alrededor de ellas, siempre están al pendiente de donde están. Más aún cuando se va de visita a otro estadio, organizan las actividades y se les compara con el animador de la porra.

El género se define a partir de dos ejes: la aficionada y las edecanes/porristas. Las primeras son vistas como iguales por parte de los hombres de las porras, se les respeta y se les cuida. Existen bromas o comentarios con carga sexual, pero siempre hasta donde la mujer lo permita y no se sienta ofendida.

Así la definición del género dentro del estadio y del espectáculo, puede decirse que es debido en una parte por estas relaciones económicas y clientelares entre los clubes, sus patrocinadores y televisoras. La mujer es presentada a los medios como “la acompañante”, la que “soporta” los partidos por su pareja, pero poco se ven a las aficionadas, integrantes de las porras que, en ocasiones, se portan igual o más eufóricas que los propios aficionados.

Para los integrantes de las porras las mujeres siempre han sido parte de la afición, llevando a sus hijos y disfrutando de los partidos. El que la mujer sea vista como un objeto sexual lo ven como parte del espectáculo y algo obligado socialmente en el contexto del fútbol. Si bien las mujeres ha ido ganando terreno en este ámbito y ha comenzado a formar parte de las imágenes transmitidas por los medios de comunicación, lo cierto es que siguen siendo consideradas un menor porcentaje de los clientes y consumidores del fútbol.

Mientras que en la tribuna hay un respeto por parte de los hombres con las aficionadas, en las transmisiones de televisión o la publicidad de productos en el estadio son dirigidos a los hombres por medio de la sexualidad de las edecanes. Los productos que se presentan en el estadio o en los medios de comunicación son dirigidos a los hombres. Las mujeres que los promocionan en el estadio llevan atuendos que resaltan su físico, coquetean con los aficionados dejando en un segundo plano el producto a vender. En los uniformes o atuendos que llevan tienen el nombre de la marca, por lo tanto es fácil identificarlos y relacionar su cuerpo con lo que venden. Las edecanes y porristas, se presentan en el estadio con la venta de su cuerpo y su sexualidad. Reforzando el concepto del “deporte masculino”, del concepto generalizado de que los aficionados al fútbol son en su mayoría hombres. Por parte de las porras del Cruz Azul se escuchan gritos o comentarios sexuales mucho más fuertes ya que se tiene la concepción generalizada que “para eso están ahí”, si modelan o bailan en público se esperará la reacción del aficionado.

Con las porristas oficiales del Cruz Azul, Las Celestes, se puede ver una relación que se encuentra en un punto medio entre el respeto a la compañera de porra y el trato a las edecanes. Las propias Celestes llevan uniformes menos llamativos y provocativos, no existe una relación cercana con los aficionados ni con los jugadores, respetando el ambiente familiar que existe en el estadio Azul.

Las mujeres que asisten al estadio se pueden distinguir entre dos grupos: las mujeres que acompañan a su pareja o a la familia y las que se involucran en lo acontecido en la cancha y que se llaman a sí mismas aficionadas. Las primeras, son un grupo menor y se sitúan en la mayoría de los partidos en la zona general del estadio. Ven el partido pero no sienten “el amor a la camiseta”. Es una forma de entretenimiento de fin de semana y esporádicamente.

En el caso de las aficionadas al equipo, como ya se explicó, se encuentran las que asisten a general y no forman parte de ninguna porra y las que forman parte de los grupos de apoyo. Para las integrantes de las porras existe un amor por los colores y la camiseta. Dentro este grupo se pueden encontrar diferentes características que en ocasiones interaccionan entre sí. Se encuentra la mujer joven que lleva los canticos, que asiste con el novio, los amigos o amigas al estadio y canta y grita con cada acción en la cancha. Otro tipo de mujeres son las jóvenes madres que van con los hijos pequeños y que han sido aficionadas al equipo desde antes de formar una familia y que buscan inculcarles el amor al equipo a los hijos. También van las estudiantes o profesionistas jóvenes de 25 a 35 años, en ocasiones van solas o con las amigas.

Un grupo característico son las mujeres de edad adulta y de la tercera edad que asisten a apoyar al equipo con sus hijos o nietos. Aunque disfrutan, cantan y gritan al igual que el resto de los integrantes de las porras, estas mujeres en ocasiones juegan un rol de protectoras. Cuando se suscita alguna pelea o se toman mucho los compañeros de la porra ellas son las que tratan de poner orden. Estas mujeres son conocidas por todos en la porra y son el referente a las mujeres aficionadas al equipo. Conocen de movimientos, jugadas e historia del equipo.

En esta tesis se puede entender como las mujeres aficionadas conjuntan los roles sociales establecidos en otros contextos junto con una suerte de liberación femenina dentro del estadio. Algunas de estas aficionadas pareciera que viven dos vidas: una fuera del estadio pidiendo permiso a sus maridos para ir a apoyar al equipo; la otra dentro del estadio donde se porta de una manera liberada en la cual parecieran ser madres solteras, coquetean con los compañeros de porra y resaltan el atractivo de los jugadores.

Como conclusión de esta tesis, se puede decir que las representaciones de género dentro del ámbito futbolístico no son algo estático ni con límites definidos claramente. Dependiendo de las circunstancias los hombres y las mujeres transitan entre los estándares de cada rol ya sea para cuidar a los hijos o para quejarse de una acción arbitral. Por lo tanto dentro de la tribuna la mujer y el hombre aficionados interactúan de una manera en ocasiones neutral donde no es necesario hacer una definición estricta de cada género.

En el caso de los medios, las porristas oficiales y las edecanes se presenta una situación de venta del espectáculo futbolístico a partir de la venta del cuerpo y la sexualidad de las modelos. Se negocia a partir de la primicia de que el fútbol es un deporte masculino y con aficionados hombres. Recientemente se ha comenzado a ver el potencial que tienen las aficionadas mujeres. Así, el medio futbolístico ha buscado explotar la imagen de los jugadores para la venta de artículos y del propio espectáculo.

Dentro de los estudios de fútbol desde la antropología es necesario observar muchos temas, como explotar los datos que se pueden recabar desde las relaciones de género. La propuesta que se da en esta tesis para seguir trabajando es un análisis comparativo de las relaciones de género en las aficiones de los equipos mexicanos, así como con las aficiones de otras ligas.

BIBLIOGRAFÍA.

- ALABARCÉS, Pablo (coord). 2003. *Futbologías. Fútbol, identidad y violencia en América Latina*. CLACSO: Buenos Aires.
- ALABARCÉS, Pablo (coord). 2005. *Hinchadas*. Prometeo Libros: Buenos Aires.
- ANGELOTTI Pasteur, Gabriel. 2010. *Chivas y Tuzos. Íconos de México, identidades colectivas y capitalismo de compadres en el futbol nacional*. El Colegio de Michoacán: México.
- ARAGÓN, S. 2007. *Los trapos se ganan en combate. Una mirada etnográfica sobre las representaciones y prácticas violentas de la barra brava de San Lorenzo de Almagro*. Buenos Aires.
- ARMSTRONG, Gary. 1998. *Football Hooligans*. Berg: New York.
- ARMSTRONG, Gary y Richard Giulianotti. 1997. *Entering the Field*. Berg: New York.
- BINELLO, Gabriela y Mariano Domino. 1998. *Mujeres en el área chica* en Pablo Alabarces, Roberto Di Giano y Julio Frydernberg (comp) *Deporte y Sociedad*. EUDEBA: Universidad de Buenos Aires.
- CHANT, Sylvia y Nikki Craske. 2007. *Género en latinoamérica*. CIESAS: México.
- CONWAY, Jill K., Susan C. Bourque y Joan W. Scott. 2003. *El concepto de género*. En *El Género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. UNAM y Miguel Ángel Porrúa: México.
- CRUZ Sandoval, Janette. (Comp) 2011. *El deporte, los aficionados y las cuestiones de género*. En *La configuración de nuevos espacios en la cultura. Deporte, comunicación y educación para la paz*. Miguel Ángel Porrúa y UAEM: México.

- CUCCHIARI, Salvatore. 2003. *La revolución de género y la transición*. En *El Género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. UNAM y Miguel Ángel Porrúa: México.
- FÁBREGAS, Andrés. 2001. *Lo sagrado del Rebaño. El fútbol como integrado de identidades*. Colegio de Jalisco: Zapopan, Jal.
- GALEANO, Eduardo. (1995) 2010. *El fútbol a sol y sombra*. Siglo XXI editores: México.
- GONZÁLEZ, Soledad (coord.) 2010. *Mujeres y relaciones de género en la Antropología latinoamericana*. El Colegio de México: México.
- LAMAS, Marta. 2003. *La antropología feminista y la categoría "género"*. En *El Género. La construcción cultural de la diferencia sexual*. UNAM y Miguel Ángel Porrúa: México.
- MAGAZINE, Roger. 2008. *Azul y oro como mi corazón. Masculinidad, juventud y poder en una porra de los Pumas de la UNAM*. Universidad Iberoamericana y Afinita Editorial México: México.
- MARTÍNEZ, Samuel (coord.) 2010. *Fútbol-espectáculo, cultura y sociedad*. Universidad Iberoamericana y Afinita Editorial México: México.
- OLIVEN, Ruben G. y Arlei S. Damo. 2001. *Fútbol y cultura*. Grupo Editorial Norma: Colombia.
- WILLIAMS, Jean. 2007. *A beautiful game. International perspectives on women's football*. Berg: New York.