

ESTRELLAS, MEDIOS Y RELATOS DE FÚTBOL EN MÉXICO (1941-2001)

Por

Alejandro González Landeros

UNA DISERTACIÓN

Entregada a
Michigan State University
en cumplimiento parcial de los requisitos
para el título de

Estudios Culturales Hispánicos—Doctor en Filosofía

2016

SOCCER, MEDIA AND STAR SYSTEM IN MÉXICO (1941-2001)

By

Alejandro González Landeros

A DISSERTATION

Submitted to
Michigan State University
in partial fulfillment of the requirements
for the degree of

Hispanic Cultural Studies—Doctor of Philosophy
2016

ABSTRACT

ESTRELLAS, MEDIOS Y RELATOS DE FÚTBOL EN MÉXICO (1941-2001)

Por

Alejandro González Landeros

Esta disertación doctoral explora cómo las narrativas mexicanas de fútbol han cambiado a lo largo del siglo 20 bajo el impacto de distintas plataformas de medios de comunicación y nuevas tecnologías (i.e. prensa escrita, radio, cine y televisión). Tengo tres objetivos con este proyecto. Primero, quiero mapear y trazar la historia de los cambios de lo que llamo “el lenguaje del fútbol mexicano” o la manera en que México habla sobre el fútbol. Después, quiero explorar cómo los medios mexicanos invirtieron en la creación de un mega sistema de estrellato. Finalmente, analizo cómo la imaginación del fútbol mexicano cambia bajo el impacto de un proceso de *cross-fertilization*. Hasta este punto, no hay estudios que investiguen cómo las distintas tecnologías han influenciado el lenguaje del fútbol mexicano. Este es un vacío que propongo llenar al revisar la historia de las relaciones entre fútbol y medios de comunicación en México a lo largo del siglo 20.

Mi disertación tiene 5 capítulos. El primer capítulo analiza *Esto*, el diario más vendido de México durante los 40s, en este capítulo examino cómo *Esto* narró el fútbol con las siguientes preguntas: 1) cómo la prensa comenzó a organizar e imaginar las narrativas de fútbol mexicano, 2) cómo las crónicas y/o entrevistas del *Esto* crearon un sistema de estrellato que luego se estableció como una práctica común para otros medios masivos, y 3) qué retórica comenzó a asociarse con el fútbol, o cómo se fundó una narrativa de fútbol en los periódicos en la década del 40. El segundo capítulo analiza la “Época de Oro” del cine mexicano, especialmente la película *Los hijos de don Venancio* (1944). Reviso cómo el cine habló sobre el fútbol mexicano y cómo se hizo el sistema de estrellato o cómo se retroalimentó del discurso institucionalizado en la prensa escrita. En el capítulo

tres exploro *Chanoc* (1959-1981?), una de las historietas más exitosas de los sesentas y ochentas. Al entrar al universo de las historietas de fútbol, el deporte comienza a narrarse con la parodia y con la picaresca. También los temas comienzan diversificarse. Reconociendo todos estos cambios, exploro cómo *Chanoc* se burló de la “nación mexicana futbolera” a través de la perspectiva y del lenguaje satírico de Ángel Fernández de Televisa, un locutor idolatrado en las series de fútbol de *Chanoc*. El capítulo cuatro analiza cómo Tomás Mojarro habló en su programa de radio UNAM, *Paliques y cabeceos* (1982-1986), sobre los cambios sociales y económicos y las implicaciones que el mega-evento de la Copa del Mundo de 1986 tuvo en México. Tomás Mojarro devela las inversiones de Televisa en el mega-evento y cómo el estado mexicano ayudó a la corporación mediática. El último capítulo analiza la telenovela *El juego de la vida* (2001) y el nuevo lenguaje “sentimental” y “femenino” que las telenovelas añadieron a las narrativas (masculinas) existentes en México. Me interesa explorar cómo una telenovela fue capaz de imaginar lo imposible: mujeres de clase-media alta convirtiéndose protagonistas en un terreno masculino poco explorado.

ABSTRACT

CELEBRITIES, MEDIA AND STORIES OF SOCCER IN MEXICO (1941-2001)

By

Alejandro González Landeros

This doctoral dissertation explores how Mexican soccer narratives have changed throughout the 20th century under the impact of different platforms of mass media and new technologies (i.e. written press, radio, cinema and television). I have three goals in undertaking this project. First, I map and trace the history of changes of what I call “the parole of Mexican soccer” or the way Mexico talks about soccer. Second, I explore how Mexican media invested in creating a soccer star mega-system. Third, I analyze how Mexican soccer imagination changes under the impact of a media cross-fertilization process. Up to this point, there are no studies that research how different technologies influence the language of Mexican soccer. This is a void that I propose to fill by revising the history of the relationship between soccer and mass media in Mexico throughout the 20th century.

My dissertation consists of 5 chapters. The first chapter analyzes *Esto*, which became the sports weekly magazine most widely sold in Mexico during the 40s. In this chapter, I examine how *Esto* narrated soccer by addressing the following questions: 1) how did the press begin to organize and imagine Mexican soccer narratives, 2) how did *Esto*'s chronicles and/or interviews build a star-system that later established itself as a common practice for other mass media, and 3) what rhetoric started to be associated with soccer, or how was a soccer narrative founded in the newspapers of the 1940s. The second chapter analyzes the “Golden Age” of Mexican cinema, especially the movie *Los hijos de don Venancio* (1944). I review how did cinema speak about soccer in Mexico along with the star system that movies built or how they fed the celebrity discourse already institutionalized by the written

press. In chapter three, I focus in *Chanoc* (1959-1981?), which was one of the most successful comic books in the 1960s through the 1980s. By entering the universe of soccer comic books, Mexican soccer began to be narrated through parody and picaresque. Also, the topics start to diversify. Acknowledging all these changes, I explore how *Chanoc* mocked the “nación mexicana futbolera” through the lens and satirized language of Televisa sport commentator Ángel Fernández, a major talking point of *Chanoc*’s football series. Chapter four analyzes how Tomás Mojarro talked in his UNAM radio program *Paliques y cabeceos* (1982-1986) about the social and economic implications that the 1986 World Cup had on its staging throughout Mexico. Tomás Mojarro provides insights into Televisa’s investments in the mega-event, and how the Mexican state aided the media corporation. The last chapter analyzes the telenovela *El juego de la vida* (2001) and the new “sentimental” and “feminine” language that the soap opera added to the existing (male) narratives of soccer in Mexico. I am interested in finding how this *telenovela* was able to imagine the impossible: women of mid/high classes becoming protagonists of such an uncharted territory of Mexican masculine landscape.

Derechos de autor,
ALEJANDRO GONZÁLEZ LANDEROS
2016

AGRADECIMIENTOS

Esta disertación versa sobre “estrellas” de futbol pero hubiera sido imposible sin el apoyo de otros nombres imprescindibles para esta “transmisión.” Quiero agradecer en primer término el profesionalismo, la dedicación, y la enérgica pasión académica de la profesora María E.

Mudrovic, un pilar de este proyecto que día y noche estuvo pendiente de todo detalle, confiando en todo momento en la importancia de lo que aquí propongo. Cualquier error es sólo mío. Su dirección a lo largo de estos seis años ha servido de modelo que espero emular algún día. Sólo aspiro a que mi gratitud pueda saber reflejar el camino común lleno de atenciones y enseñanzas.

Agradezco el apoyo continuo del comité de disertación. El profesor Danny Méndez me alentó para llevar mis ideas más allá del aula de clase y ha sido un ejemplo de dedicación y pasión a la profesión. Le agradezco su apoyo, y su guía. Quiero también agradecer al profesor Ben Smith sus sugerencias para explorar archivos y bibliotecas, y compartir su conocimiento y pasión por “México.” La profesora Helene Weldt-Basson ha sido asimismo una lectora atenta y generosa. Agradezco su apoyo incondicional, sus comentarios y las sugerencias que me dio a lo largo de estos años. A todos les agradezco sinceramente.

Debo también agradecer al profesor Doug Noverr, Chair del Departamento de Romance and Classical Studies de Michigan State University, que desde un inicio se interesó en mi proyecto y siempre me alentó a seguir pensando el futbol mexicano desde otros textos, otras culturas, otras perspectivas.

La Biblioteca Nacional de México-UNAM me abrió sus puertas y me dio acceso a la historieta *Chanoc*. La Organización Editorial Mexicana desinteresadamente me recibió en su colección privada. Gracias a la OEM pude consultar el periódico *Esto* de 1941 a 1945.

Agradezco a todo el *staff* de la Fonoteca Nacional del Distrito Federal, y, sobre todo, a los encargados de la audioteca Octavio Paz y de Radio UNAM por ayudarme a localizar, y darme los permisos necesarios para consultar y disponer de los documentos de *Paliques y cabeceos*. Por último, agradezco los esfuerzos y atenciones de los bibliotecarios de “Special Collections” de la Universidad of Arizona y de Randal Scott y Diana Rivera de los archivos especiales de Michigan State University, por ayudarme a localizar la “escurridiza” historieta *Chanoc* y por sus sabias sugerencias.

Finalmente, agradezco el apoyo incondicional de todos aquellos que compartieron de una u otra manera este camino. Octavio Borges-Delgado, Karen Sanders, Andrew Wrobel: este viaje no hubiera sido el mismo sin ustedes. Los equipos de futbol TAP-Wednesday, Chelsea y el Llamas FC me dieron un respiro después de las interminables horas de trabajo solitario. Jesús González, gracias por las “becas”, alojamiento y comida durante estos últimos años, sin tu apoyo y palabras de sabiduría no hubiera llegado hasta aquí. A mi madre, gracias por enseñarme a luchar, de ti aprendí a seguir caminando aun cuando los pronósticos indicaban lo contrario. A Hugo y Mariana, les agradezco su disposición inquebrantable y a Teresa Barba, por enseñarme y escucharme durante toda una vida. Rafael y Gabriel, gracias por inspirarme y vivir sin padre, espero ahora que podamos jugar algunos minutos. Y finalmente, a Christina, no creo que haya suficientes palabras para expresar el agradecimiento por compartir este recorrido que apenas empieza. No olvido todos los sacrificios, todas esas horas, todo ese silencio y caos (cuando llegó). ¡Gracias, no podría tener mejor compañera!

ÍNDICE

LISTA DE IMÁGENES.....	ix
INTRODUCCIÓN	1
Estrellas, medios y relatos de fútbol en México (1941-2001)	2
La prensa deportiva y los estadios en la historia del fútbol mexicano.....	2
Del estadio al hogar: las transmisiones radiales de fútbol	5
Fútbol gráfico en historieta	7
Las películas de fútbol en México	10
Del cine a la televisión.....	11
Estudios de fútbol	15
Estrellas, medios y relatos.....	20
CAPÍTULO 1	28
<i>Esto</i> : Estelarizando a Horacio Casarín y el ingreso del dinero al lenguaje del fútbol	29
<i>Esto</i> : Ficha técnica	29
Horacio Casarín o cómo se gestó el sistema de estrellato en <i>Esto</i>	35
¿Fútbol o dinero?: Cambios semánticos en el lenguaje de fútbol 1941-1945	48
Conclusión	58
CAPÍTULO 2.....	60
<i>Los hijos de don Venancio</i> : la construcción de la “Sagrada Familia” y los hitos heroicos de Horacio Casarín	61
<i>Los hijos de don Venancio</i> un <i>snapshot</i>	62
<i>Los hijos de don Venancio</i> y la metáfora del hogar	64
Cómo debatir el nacionalismo en el fútbol: Atlantistas vs. Asturianos	67
<i>Los hijos de don Venancio</i> y los vestigios del honor	71
<i>Los hijos de don Venancio</i> y la novela de sufrimiento del héroe Horacio Fernández	74
Conclusión	81
CAPÍTULO 3.....	82
<i>Chanoc</i> : parodiando el vínculo entre medios y fútbol.....	83
<i>Chanoc: Aventuras de mar y selva</i> : Ficha Técnica.....	84
Televisa(ndo) el “juego del hombre”: el vínculo entre medios y fútbol.....	91
Ángel: Grito de Televisca	99
Conclusión	104
CAPÍTULO 4.....	106
<i>Paliques y cabeceos</i> : “Retransmisiones” satíricas del Mundial de Fútbol México 1986	107
La historia de la radio en México: De la radio comercial a <i>Paliques y cabeceos</i> , la “otra radio” ⁴⁰ de la UNAM.....	108
Radio UNAM: Una radio que “no sabe de distancias, que no tiene bandera y ...[que está] al servicio de la humanidad” ⁴²	111

Tomás Mojarro: Escritor, crítico cultural y locutor de <i>Paliques y cabeceos</i>	112
<i>Paliques y cabeceos</i> , un programa sabatino de crítica social	115
<i>Paliques y cabeceos</i> : Re-mediatizando la “nación” futbolera	119
<i>Paliques y cabeceos</i> y la disputa radial “contra la retórica oficial” ⁴⁵	129
Conclusión	135
CAPÍTULO 5	137
<i>El juego de la vida</i> : sentimentalizando el negocio de Televisa	138
El fútbol femenino en México	139
La historia de Fernanda y Lorena en <i>El juego de la vida</i> , dos melodramas cien por ciento futboleros pero dramáticamente tradicionales	143
Fernanda Pacheco: la Cenicienta futbolista	145
From “Riches to Rags” o la historia anómala de Lorena, la “otra” Cenicienta futbolista	152
<i>El juego de la vida</i> : retransmitiendo la industria de Televisa y re-narrando la V Copa Coca Cola	157
Conclusión	168
EPÍLOGO	169
BIBLIOGRAFÍA CITADA	175

LISTA DE IMÁGENES

Imagen 1: “Dos estrelladas mimadas por la prensa deportiva”	36
Imagen 2: ““Foto-crónicas” de Anselmo Delgado y Adalberto Arroyo narrando la vida y los goles de Horacio Casarín”	43
Imagen 3: “El “Ojo mágico”, una invención de Adalberto Arroyo”	45
Imagen 4: “Fotografías del <i>Esto</i> ilustrando los diferentes cruces mediáticos de Casarín con la farándula, con el público y con el mercado”	47
Imagen 5: “Don Venancio llegando a su hogar y presagiando una celebración en su honor”	65
Imagen 6: “Regalías deportivas en las páginas de <i>Chanoc</i> ”	90
Imagen 7: “Ángel Fernández en su rol estrambótico en las páginas de <i>Chanoc</i> ”	104
Imagen 8: “Pique, la mascota del mundial México 1986, blanco de burla de Botellita de Jerez y Tomás Mojarro en <i>Paliques y cabeceos</i> ”	128
Imagen 9: “Fernanda rompe su relación con Diego al devolverle una caja llena de recuerdos”	148
Imagen 10: “Fernanda y Diego celebrando su reunión en la limosina nupcial”	149
Imagen 11: “Juan Carlos y Lorena compartiendo su amor en algún momento de fútbol”	154
Imagen 12: “Lorena se queda asombrada del estadio Azteca en una toma en que la cámara recorre los carteles publicitarios del club América, Necaxa y Coca Cola”	160
Imagen 13: “Fernando” llega al Club América acompañado de su galán Diego”	163
Imagen 14: “Cristián Patiño entrevistado por Fabián junto a Fernando y Manuel Lapuete”	165
Imagen 15: “Fernanda, emocionada, conoce al atleta Alex Aguinaga”	167

INTRODUCCIÓN

Estrellas, medios y relatos de fútbol en México (1941-2001)

¿Cómo cambia el modo de hablar de fútbol en México a través del siglo XX?

Específicamente, mi tesis doctoral investiga de qué manera los distintos medios de comunicación masiva o las nuevas tecnologías (i.e. la prensa escrita, la radio, el cine y la televisión) afectaron o cambiaron las narrativas de fútbol a lo largo de la historia mexicana del siglo XX. Hilo conductor de mi tesis doctoral, esta pregunta estructura y documenta los momentos claves de la historia del fútbol que me interesa reconstruir y trata de afianzar la intuición inicial que originó mi investigación: a partir de la profesionalización y con el avance de las nuevas tecnologías comunicativas, el fútbol mexicano configura un capítulo importante de lo que Charles Pierce llama “media-driven celebrity entertainment” (185).

La prensa deportiva y los estadios en la historia del fútbol mexicano

En México la cobertura de fútbol en la prensa escrita se remonta a inicios del siglo XX. Tema de interés en periódicos en inglés como *The Mexican Herald* y *The Two Republics*, las crónicas de fútbol también fueron parte de periódicos mexicanos establecidos de la época como *El Mundo Ilustrado* y *El Imparcial* (Bañuelos 60). La emergencia posterior de revistas ilustradas deportivas como *Rojo y Gualda* [1916], *Mefistófeles* [1917], *Arte y Deportes* [1918], *Teatro y Deportes* [1919], y *Arte y Sport* [1919] indica la existencia de un público crecientemente interesado en la crónica deportiva que reseñaba no sólo eventos futbolísticos sino también corridas de toros y peleas de boxeo (Bañuelos 60-61). Sin embargo, a pesar de la cantidad meteórica de estas publicaciones, el público lector se reducía a un selecto grupo de lectores ya que, como apuntan algunos estudiosos, el alfabetismo en la sociedad mexicana de la época alcanzaba el 72% y sólo un 5% de la población leía periódicos (Hernández, *México* 359; Aurrecoechea y Bartra, *Puros II* 14-15). Es decir, en las primeras dos décadas del siglo XX las

crónicas de fútbol estaban destinadas a un sector muy específico, hecho que cambiaría drásticamente con la llegada de nuevas tecnologías y la masificación de los medios de comunicación en la década de los 30s.

Pese a la creciente importancia de la prensa deportiva, los estadios siguieron siendo el espacio público donde jugadores, periodistas y aficionados experimentaron el espectáculo compartido de gozar un partido de fútbol sin mediaciones. El estadio como espacio de “comunidad” remite a lo que Chris Gaffney denomina “sites of convergence” o espacios que “bring together a broad spectrum of society in a limited space for a limited period” (20). En otras palabras, los estadios eran una especie de templos laicos donde el fútbol era, durante noventa minutos, objeto colectivo de culto. En los últimos años de la revolución y en los primeros del período pos-revolucionario, estos espacios urbanos sirvieron para alojar todo tipo de eventos colectivos, no sólo partidos, aunque una de sus funciones principales se iría asociando irremediabilmente con el fútbol. En toda la república se construyeron estadios y muchos, como el caso de los estadios del club Atlas o el club Asturias, utilizaron infraestructuras ya existentes, lo que indicaba la centralidad que el fútbol estaba adquiriendo en la vida cotidiana urbana de los mexicanos. Por ejemplo, en la ciudad de Guadalajara en 1916, “el primer núcleo deportivo-recreativo de la ciudad, [que] tenía incluso un hipódromo” ocupó el espacio del antiguo “lugar de paseos” (*Historia Oficial* 15; Calderón, *Por amor* 36). Salvador Novo habla también de la importancia que adquirieron los estadios para el proyecto revolucionario: en 1921 José Vasconcelos, en su capacidad de Ministro de Educación Pública, mandó construir el primer estadio de la ciudad de México y ocho años después, el gobierno del D.F. fundó el Parque Venustiano Carranza (410). La dimensión y la capacidad de los primeros estadios mexicanos hablan de la centralidad de un espacio como éste en la esfera urbana y pública: el estadio Felipe

Martínez Sandoval de la ciudad de Guadalajara que se construyó en 1930 tenía una capacidad de 10.000 espectadores y fue el estadio más grande con el que contó la ciudad hasta la construcción del estadio Jalisco en 1960. Los estadios de fútbol que se inauguraron en los albores de la década del 40 no bajaron de los 22.000 aficionados, permitiendo, en algunos casos debido al sistema de terrazas, una capacidad máxima de 40,000 espectadores (“Estadio Jalisco”; Calderón, *Por amor* 36).

Hasta bien entrada la década del 50, los estadios fueron espacio de congregación para distinto tipo de espectadores y espectáculos. Sin embargo, a partir de la década del treinta comienzan a ser progresivamente identificados como escenarios exclusivos asociados con el fútbol. Con la llegada de la radio, los estadios se transformaron en los primeros lugares de transmisión radial de los “épicos” partidos de los domingos. Lo poco que se sabe de esta expansión de las narrativas futbolísticas aparece relatado e historiado en biografías o autobiografías de jugadores de fútbol y del público aficionado como *El vuelo del águila* (1998) de Panchito Hernández, *Mi amante el fútbol* (1980) de Fernando Marcos, *Recuerdos de un futbolista* (1965) de Rafael Navarro Corona, o *Mexicaltzingo mi barrio* (1983) de Fernando Hernández Colunga.

El profesionalismo del fútbol en México significó la expansión de la infraestructura existente probablemente porque, como dice Julián Ponisio, “las leyes del mercado exigían de la práctica de este deporte el máximo de rentabilidad económica” (“El futbolista”). En 1946 se inauguró el estadio Olímpico de Ciudad de los Deportes (también conocido como estadio Azul a partir de 1997) que albergó aproximadamente a 50,000 personas. Otro estadio de dimensiones colosales inaugurado poco después en 1952 fue el estadio Olímpico de Ciudad Universitaria con una capacidad récord de 72 mil aficionados (Calderón, “Los estadios”). Si bien las dimensiones

de los estadios en predios urbanos indica la maximización de la rentabilidad que impulsó el fútbol profesional, la modernización de la infraestructura destinada a las transmisiones radiales y televisivas fue otro efecto del mismo proceso. Sin embargo, los números parecen también indicar que aún a pesar del avance de las nuevas tecnologías el fútbol como espectáculo sin mediaciones seguía siendo una opción para los aficionados mexicanos.

Del estadio al hogar: las transmisiones radiales de fútbol

A partir de la década del treinta, el fútbol en México se benefició considerablemente con la expansión de la radio. Como los estadios, la radio también puede considerarse un “espacio de convergencia” multclasista que además funcionó como red de comunión a nivel nacional, privatizando una práctica social colectiva y llevando los partidos a la “comodidad del hogar.” Este fenómeno entre radio-fútbol y su conexión con la sociedad, fue sin embargo típicamente urbano (Hayes 32). Dado el alto índice de analfabetismo en México y el reducido número de lectores de periódicos (Hernández, *México* 359; Aurrecochea y Bartra, *Puros II* 14-15), la radio fue el medio de comunicación que permitió la mayor difusión de relatos de fútbol, al menos hasta la llegada de la televisión en los años 50s.

El primer encuentro de fútbol que transmitió X.E.Y.Z. fue el primer partido del mundial de 1934 entre México y EE.UU con sede en Italia (Calderón, *Por amor* 52; Calderón, “El fútbol”). A partir de esta fecha la transmisión de partidos o comentarios desde los estadios se convirtió en una práctica frecuente. Otro avance de importancia tuvo lugar en 1940 cuando “la XEB ideó el formato para un noticiero netamente futbolístico con Julio Sotelo a la cabeza: cápsulas de quince minutos, tres o cuatro veces a la semana” (Calderón, *Por amor* 53). De esta manera, las transmisiones radiales permitieron el desarrollo de un nuevo lenguaje y un nuevo estilo de hablar de fútbol. Son ahora legendarias las transmisiones de Agustín “Escopeta”

González; Mario Fernández, “Don Facundo”; Alfonso Sordo Noriega; Fernando Marcos y Julio Sotelo “As.” Sus “voces contribuyeron a conformar la nueva épica de fútbol” que atraía aficionados ya no sólo por lo que ocurría en el estadio sino por la nueva forma de contar y “hacer” sentir el fútbol (52). La incursión de estos reporteros en las transmisiones de radio consolidaría un lenguaje propio que ya no aspiraba a traducir en palabras lo que los reporteros veían en el estadio sino que cristalizaba en una retórica épica, cargada de exageraciones, de fórmulas y de palabras que no circularon en otras redes sociales. Si algo puede decirse de estos relatos es que se trataba de relatos masculinos o, al menos, genéricamente marcados.

Por distintas razones, las transmisiones de los partidos en la radio también cambiaron, en más de un sentido, la relación entre espectadores y espectáculo. En 1939 el cambio en la relación audiencia-fútbol que trajo la radio generó ansiedad en propietarios de estadios y equipos de fútbol. La disminución de asistencia a los partidos transmitidos en vivo fue motivo para que los dueños optaran por restringir la asistencia de los medios de comunicación a los estadios (Calderón, *Por amor* 53; Calderón, “El fútbol”). La presión habrá sido importante ya que ese mismo año:

...la liga consiguió la aprobación de un reglamento que limitó el número de emisiones. Además...[se aprobó una] nueva ley [que] canceló la opción de que varias estaciones concurrieran a un mismo juego; en adelante, la emisora que ofreciera más [dinero] obtendría el derecho a transmitir en exclusiva (Calderón, *Por amor* 53).

En un estudio reciente sobre la radio mexicana, Elizabeth Joy Hayes demuestra que las preocupaciones sobre el creciente rol de la radio eran fundadas: “The powerful Mexico City stations had a significant presence in all of the provincial cities...” (5). Los números también son elocuentes, entre “1930 and 1935 the number of radio stations climbed to...70 and

... radio receivers grew to an estimated 250,000 ... By [1940]...more than 120 radio stations were broadcasting in Mexico, and the number of radio sets was estimated at 450,000...” (32). A principios de la década del cincuenta, el número de transmisores había llegado a los 2 millones (33). Gracias a semejante expansión, el fútbol ya no fue un fenómeno limitado a los estadios, la radio permitió un acceso antes impensado en el nuevo panorama cultural de la época: “without really seeking out an audience, without advertising campaigns or conscious attempt at branding, the leading football clubs and football associations of...Latin America [and Mexico] had acquired a mass playing and paying public” (Goldblatt 177). Y con la masificación sobrevino el cambio de lenguaje: uno de los efectos más importantes que tuvo la radio fue la cristalización de una nueva forma de hablar de fútbol que apelaba a una especie de poesía deportiva para exaltar el registro de lo que ocurría en la cancha (177). Este medio tuvo la posibilidad de experimentar con el lenguaje como no lo había hecho la prensa deportiva hasta entonces. El nuevo lenguaje creado por el “Escopeta” o “Ángel” Fernández hizo posible una nueva experiencia narrativa que aun con algunos matices la radio mantiene vigente cuando habla de fútbol hoy en México.

Fútbol gráfico en historieta

A las plataformas más importantes del fútbol de la primera mitad del siglo XX, se sumaron también las historietas. Estos medios—la prensa deportiva, la radio y la historieta-- sirvieron de resonancia y complemento al fútbol y lo “contaron” con lenguajes distintos lo que agregó variedad estilística y temática a la práctica social –“real”- de este deporte. Especialmente a partir de 1935, las historietas ofrecieron un nuevo marco narrativo a la crónica deportiva, ampliando las formas de entretenimiento y generando una nueva conexión entre medios gráficos y público. En su afán de contar el fútbol en viñetas, las historietas no pudieron (o no quisieron) evadir las oportunidades narrativas que significaba sumarse al sistema de consagración y

estrellato montado por la prensa y la radio deportivas. Con la sinergia de los medios masivos, “footballers began to acquire a celebrity [status], approaching the deifications of Hollywood” (Goldblatt 177). Algunas “estrellas” de fútbol se convirtieron así en protagonistas de tiras como ocurrió, por ejemplo, en el caso de *Diamante Negro* (1935) que utilizó como héroe la figura de Luis “El Pirata” Fuente, uno de los prominentes futbolistas de la época. El famoso jugador de las Chivas, Salvador Reyes, también tuvo su momento gráfico de gloria gracias al lanzamiento de *Chava Reyes y su pandilla*.

Con las historietas se materializó una nueva forma derivada del fútbol y de la explotación de las imágenes que los cracks eran capaces de proyectar en el imaginario colectivo. Pero lo más destacable del género durante las primeras décadas (1935-1960) fue facilitar el acceso a lectores semiletrados y poner en circulación los paradigmas épicos que convoca toda historieta. La parodia, la picaresca, las ficciones de acción, la lucha entre el bien y el mal o el cantinflismo fueron las fórmulas inéditas con las que el fútbol fue narrado desde los cuadros de los comics.

Algunas de las editoriales con más experiencia en la publicación de periódicos y revistas deportivas incursionaron en el mercado de historietas de la época. Ignacio Herrerías publicó *Chamaco*, José García Valseca lanzó *Pepín* y Francisco Sayrols fue responsable de *Paquín* (Aurrecoechea y Bartra, *Puros II* 44). Dedicadas tanto a la lucha libre, los toros, el boxeo como al fútbol, las páginas de historietas experimentaron “la transformación de las viñetas en canchas, arenas o emparrillados” (Aurrecoechea y Bartra, *Puros III* 297), y a partir de 1935 la temática futbolística empezó a ganar protagonismo en varias series, culminando el ciclo con la aparición de *Chiva Fighter* en 2008 (“*Chiva Fighter*”). En 1935 la revista semanal de historietas infantiles *Aladino* lanza *Aventuras de fútbol* (Aurrecoechea y Bartra, *Puros III* 297), la primera historieta dedicada enteramente al fútbol en la historia de México. Con *Aventuras de fútbol* nació el súper

héroe futbolista de las historietas mexicanas, “El Pirata Negro” (307). Desde su aparición en *Tirando a gol* hasta su consagración como *best-seller* en 1959 “El Pirata negro” salió, primero, bajo el sello de la “Corporación Editorial Mexicana (CEM) [y después de] sus aventuras en un cuadernillo de 32 [e]n 1959, cuando [Joaquín Cervantes] Bassoco se asocia con Guillermo de la Parra, el enmascarado de las canchas se transforma en *Diamante Negro*” (307). El historietista Bassoco, a quien siempre le interesaron las tiras deportivas, fue el creador de “Pirata Negro,” un éxito por varias razones pero, sobre todo, porque el personaje duplicaba al héroe popular del momento en el fútbol mexicano, el jugador Luis “el Pirata” Fuente (310). El “pirata” real había jugado para varios equipos de México y fue uno de los futbolistas mimados por la prensa de la época.

Con el “Pirata negro” queda sellado el pacto que la historieta mexicana firma con el star-system montado en torno al fútbol por los medios gráfico-deportivos. También la historieta *Chanoc* sigue la receta de reciclar superestrellas de fútbol. Según Harold E. Hinds, la popularidad de *Chanoc* se debió a tres factores principales: el carisma que proyectaron los protagonistas Tsekub y Chanoc, la variedad temática de la serie entre los años 1959 y 1981, y la simpleza del lenguaje de la historieta (426). Parte de la eficacia de *Chanoc* se debió también a la simpatía que Chanoc, “[a] man of impeccable, almost prudish, moral character...and of rational outlook” (426), despertó en los lectores. En contraste, Tsekub “emerge[d] as the antithesis of Chanoc...He w[ould] employ any means conceivable to make a quick buck...A superb athlete for his age...[and]...a prodigious consumer of the local liquor, cañabar” (428). Debido a esta dupla, *Chanoc* pareció interpelar el gusto de la sociedad mexicana de la década del cincuenta, sesenta y en parte del setenta. Hinds, historiador de historietas mexicanas, agrega que, a diferencia de lectores como los de Estados Unidos, el público mexicano de historietas tendía a

ser masculino y adulto, “including rural and urban workers, fishermen, students, and especially professionals and the educated” (426). La serie de la colección de *Chanoc* dedicada al fútbol tiene sin duda en cuenta esta demografía.

Las películas de fútbol en México

El cine mexicano de la “Época de Oro” se distinguió desde el principio por ser un cine de superestrellas y de grandes producciones. Durante las décadas de los 40 y los 50, se registraron muchos éxitos de taquilla y algunos géneros como las películas rancheras tuvieron más aceptación popular que otros (Hershfield y Maciel 34). Entretenimiento para un público de “cultura oral” —como dice Monsiváis (*Escenas* 31)—, el cine se convirtió rápidamente en una de las opciones económicas preferidas por un sector importante de la sociedad urbana. Fueron los años de consolidación del sistema de estrellas nacionales, un olimpo poblado por los nombres estelares de María Félix, Dolores del Río, Pedro Armendáriz, Cantinflas, y Joaquín Pardavé (Hershfield y Maciel 33-34). Entre películas rancheras, musicales o rumberas, el cine de la época dorada también exploró el fútbol, un tema que posteriormente tuvo una larga (y exitosa) tradición en la industria cinematográfica de México.

Dirigida y protagonizada por el entonces estrella y director Joaquín Pardavé, *Los hijos de don Venancio* despertó el interés de la audiencia por la participación estelar del jugador profesional Horacio Casarín (Calderón, *Por amor* 39). Casarín había iniciado su carrera futbolística en el club Necaxa de la ciudad de México donde su “habilidad [futbolística] dejó pasmado a todo mundo”, convirtiéndose meteóricamente en uno de los héroes del Club Atlante (38). Y si en 1936 debuta como futbolista para el Necaxa, en el año 1944 *Los hijos de don Venancio* lo consagra como actor, un rol anticipado por “sus constantes apariciones en [comerciales de] la prensa donde anunciaba de todo, desde un zíper hasta una hoja de afeitar”

(39). Tanto *Los hijos de don Venancio* como su continuación de 1945, *Los nietos de don Venancio*, marcan el inicio del cine de fútbol en México. El ciclo de películas que siguen este modelo es extenso. En los años 60s, el futbolista Salvador “Chava” Reyes protagonizó *Campeonísimo* (1962), *Las Chivas Rayadas* (1964), *Los fenómenos del fútbol* (1964) y, por último, *Tirando a gol* (Dir. Cisneros, 1965), una película en la que compartió las marquesinas con Lola Beltrán y Fernando Luján. La secuencia *Chanfle* (Dir. Segoviano, 1979) seguida por *Chanfle II* (Dir. Gómez Bolaño, 1981) marca otro hito en el ciclo de películas de fútbol en México. Protagonizadas por Roberto Gómez Bolaños, la serie capitalizó la fama de Bolaños en sus legendarios roles televisivos como “Chespirito” y “El chavo del ocho.” El fútbol siguió consolidándose como temática cinematográfica gracias a los aportes de películas como *Chido Guán, el tacos de oro* (Dir. Arau, 1985), *El pichichi del barrio* (Dir. Durán, 1990), *Atlético San Pancho* (Dir. Loza, 2001), y la trilogía de Kuno Becker, *Goal: The Dream Begins* (Dir. Cannon, 2005), *Goal II: Living the Dream* (Dir. Collet-Serra 2007) y *Goal III* (Dir. Morahan, 2009). Finalmente, *Rudo y cursi* (Dir. Cuarón, 2008) protagonizada por los galardonados Gael García Bernal y Diego Luna fue una de las últimas películas del ciclo que rompió récords de taquilla. Si se pasa revista a este corpus cinematográfico se puede decir que las películas mexicanas de fútbol alimentan, por un lado, un star-system copiado a Hollywood que se abre generosamente a otros circuitos de estrellato y multiplica en su sinergia sus alcances y posibilidades de reproducción, e instalan en el imaginario colectivo, por otro lado, el lugar ahora común que ve en el fútbol una forma de ascenso social al alcance de los más excluidos.

Del cine a la televisión

Hacia fines de la década del cincuenta el fútbol tenía una visibilidad indiscutible en los medios de comunicación, incluida en la incipiente industria televisiva. El primer partido de

fútbol transmitido por la TV mexicana data del año 1956 y fue televisado durante el II Campeonato Panamericano de Fútbol para el selecto grupo de aquellos que tenían la suerte de contar con un aparato de televisión (Calderón, *La selección* 44-45). El fútbol ya no sería lo mismo a partir del desarrollo tecnológico que trajo la llegada de la televisión. Puede decirse sin vacilación que la televisión cambió la forma de ver y de narrar el fútbol en México.

El gobierno dispuso la primera transmisión después del partido de la selección de México contra la selección de Costa Rica en los II Juegos Panamericanos de 1956. Según refiere Calderón Cardoso, a causa de este partido “el estadio de...[la Ciudad Universitaria] se abarrotó al máximo. A las afueras del inmueble, más de 40 mil personas sin boleto pretendían entrar y presenciar el partido, y las autoridades fueron insuficientes para contener los ríos de gente que empujaban y se colgaban de las bardas” (Calderón, *La selección* 45). Como medida para evitar futuros disturbios, el “Departamento del Distrito Federal, a través de la Oficina de Espectáculos Públicos, decidió que los partidos sucesivos serían transmitidos –por primera vez en México- por televisión y por el mayor número posible de estaciones de radio” (45). Así se dio el primer paso tecnológico hacia las transmisiones televisadas de partidos de fútbol, inaugurando la era televisiva del fútbol en México. Para la década del 60 ya son rutinarias las transmisiones de partidos de fútbol en la pantalla chica y en 1962 las más novedosas fueron grabadas y comercializadas como tapes deportivos, un hecho sin precedentes en la historia de la televisión (Castellot 228).

En 1970, la historia del fútbol mexicano alcanzó un nuevo hito con la transmisión televisada de la primera Copa del Mundo. Emilio Azcárraga Milmo patrocinó con fondos privados el mega-evento y lo hizo en parte con los fondos provenientes de sus televisoras, radio-estaciones y equipos de fútbol (Fernández y Paxman 158). Transmitida por primera vez a color,

la Copa del Mundo 1970 fue un “espectáculo” visto por “un teleauditorio de 200 millones de latinoamericanos y 500 millones de europeos...” (158).

A partir de 1970 el fútbol se convirtió en lengua franca de la televisión mexicana. Televisa, la cadena asociada al emporio mediático de los Azcárraga, jugó un rol protagónico en este proceso. No sólo los partidos se transmitieron durante la mañana o al mediodía de los domingos sino que también el fútbol ocupó un lugar prominente en la programación más taquillera de la cadena (i.e., *Cantinflas Show* [1972], *El chavo del ocho* [1972-1992], *El chapulín colorado* [1973], *Los Súper Campeones* [1981-1988]).

Años después, en 2001, en el horario de las siete de Televisa, se transmitió la primera telenovela de fútbol femenino *El juego de la vida* (2001-2002). El caso de *El juego de la vida* es de especial consideración. La telenovela que ocupó el quinto lugar entre las telenovelas más vistas entre 1998 y 2007 (“Histórico” 10), cuenta la vida de cuatro preparatorianas embarcadas en el aprendizaje del juego de la vida y del fútbol. En la telenovela el fútbol funciona como una metáfora de las tensiones y luchas cotidianas y propone una ruta alternativa a las dificultades que enfrentan las jóvenes donde el fútbol es una suerte de “ethos” que ofrece un método didáctico y moral a la audiencia femenina nacional. Esta fue la primera vez que una telenovela trataba el fútbol desde esta perspectiva. Mientras estudiaban, las jóvenes de clase media-alta también jugaban fútbol, relaciones nunca antes exploradas en otras narrativas de fútbol, televisadas o escritas.

Desde secciones deportivas en la prensa gráfica hasta dramatizaciones que interpelan a la audiencia femenina de telenovelas, el fútbol dio pasos lentos pero firmes en la cristalización de un lenguaje que hoy ya es toda una institución en México. Es imposible desvincular este proceso de la historia de los medios masivos. Mi tesis apunta a documentar estos cambios del habla

futbolística mexicana a partir de un estudio de casos representativos que ilustran dos prácticas recurrentes en los circuitos mediáticos estudiados: la retroalimentación de un sistema futbolístico de estrellato que tiene mucho que ver con el star-system hollywoodense, por un lado, y el cruce multiplicador o las fertilizaciones mutuas que potencia la superposición o sinergia entre los medios, por otro.

Así como el avance de nuevas tecnologías resulta un eje central en mi análisis, la profesionalización del fútbol mexicano en 1943 constituye el parteaguas histórico que funciona como punto de partida de un proceso que cambia para siempre las relaciones económicas entre jugadores, público y medios. El ingreso del dinero al ámbito futbolístico no sólo trajo una mayor burocratización sino también dio paso a una lógica disciplinaria que borró progresivamente el perfil del fútbol como “juego” para dar paso al énfasis en la disciplina que exige todo “deporte” técnico y competitivo. Julián Ponisio describe en estos términos los efectos del profesionalismo en el fútbol:

A medida que la lógica profesional avanzaba, los jugadores pasaron de ser "esclavos" de las decisiones de los dirigentes a ser "trabajadores libres" decidiendo supuestamente adonde jugar y negociar sus pretensiones. Pero el futbolista, empieza a formar parte del proceso productivo desde una lógica de sujeto-objeto, en su condición de sujeto dominado que vende su fuerza de trabajo al capital y convirtiéndose en objeto de elaboración, transformación y comercialización de su propio cuerpo listo para la venta en el mercado de pases (“El futbolista”)

Los jugadores profesionales empezaron a circular con valor de mercancía de acuerdo a los dictados de la lógica del mercado deportivo (y de las transferencias) lo que también implicó, de acuerdo al antropólogo francés Christian Bromberger, que “... se transformaran en meteoros,

que atravesaran la vida de los clubes en lugar de hechar raíces en ellos, y los mecanismos de identificación cambiaron progresivamente” (55). El cambio en las reglas de juego que trajo el profesionalismo al fútbol mexicano fue recibido contradictoriamente por *Esto* o paródicamente por *Chanoc* pero lo cierto es que no sólo reorganizó y reestructuró el deporte tal como fue entendido (o percibido) en su época amateur o impactó la retórica y la temática de los medios masivos, también alentó la emergencia del lugar común que relatos de fútbol como *El chavo del ocho* o *Rudo y cursi* asignaron al fútbol como sinónimo de escalera social a partir de los años 60s.

Estudios de fútbol

Los estudios académicos sobre el fútbol son relativamente recientes. Varias líneas de investigación se han desarrollado en diferentes campos. En lo que se refiere a la historia del fútbol mundial, por ejemplo, la obra más ambiciosa y enciclopédica (974 páginas) es *The Ball is Round: a Global History of Soccer* de David Goldblatt. En este libro necesario, Goldblatt cubre la historia del fútbol, desde sus inicios como deporte premoderno hasta los últimos mega-eventos como los mundiales del siglo XX y XXI. Analiza el juego de pelota en las civilizaciones precolombinas, las diferentes manifestaciones del fútbol pre-moderno pos-1492 y se detiene a considerar el fútbol moderno y su desarrollo. Goldblatt afirma que el fútbol está intrínsecamente ligado al desarrollo tecnológico en el mundo y, por lo tanto, se ha establecido en lugares donde la tecnología (i.e., los transportes, la prensa, la radio, la televisión y el Internet) ha prosperado con mayor velocidad. Historiadores como Brenda Elsey señalan cruces importantes entre el fútbol y la ciudadanía: “the discourse of democracy shaped the everyday interactions and self-presentation of football clubs [in Chile]” (9). O como Peter Alegi cuando revisa el fútbol en África y establece conexiones entre “African’s intense passion for the game [and] their

experience with European domination; the growth of cities and towns; the struggles for independence and nationhood; migration and globalization.” Alegi ve en el fútbol una apropiación de parte de pueblos colonizados de un deporte que se ha transformado en “a professional industry shaped by transnational capital and mass media” (xii).

Otro estudio que evalúa el impacto global mediático en los países asiáticos con economías emergentes es el de David Rowe y Callum Gilmour al notar cómo “the nascent middle classes [have been]...engaged in...global...cultures of sport consumption...[, which are] manifest in the growing popularity of sport entertainment cultures that reflect the rise of emergent media and leisure economies, combining global aspirational cosmopolitanism...” (171). En este proceso de negociar nuevas identidades globales, Rowe y Gilmour atribuyen a la Internet, la televisión y los “advertising public spaces” el poder de “fostered fan and viewerships that schew the [established] norms” (171). Antes de Rowe y Gilmour, Branko Milanovic también había llegado a las mismas conclusiones en el contexto de la sociedad estadounidense (844).

En el campo de los estudios literarios, merece mencionarse el trabajo de David Wood sobre la literatura peruana de fútbol. Para Wood el fútbol sirve a la literatura como excusa para hablar de la realidad y de los cambios socio-culturales del Perú (*Sporting Cultures* 128). En esta línea de análisis, estudia la lucha simbólica que libra la costa y la sierra en el legendario partido de fútbol de *Los ríos profundos* (130). O analiza cómo, en *Huerto Cerrado* de Alfredo Bryce Echenique, para dar otro ejemplo, “football acts as a means of socialization and integration, where the local middle-class boy play together with gardeners and butlers” (131). Libros como éstos son aportes al campo que se proponen explícitamente evitar “the odd myopia [that] characterise[s] academia with regard to sport...” (Wood y Johnson vii).

En cuanto a los estudios de fútbol mexicano, uno de los primeros análisis que revisa

cómo este deporte desborda pasiones es el trabajo de Andrés Fábregas Puig, *Lo sagrado del rebaño: El fútbol como integrador de identidades* (2001). Desde la antropología, Fábregas Puig analiza cómo el club Chivas construye un sentido de identidad mexicana a partir de tecnologías formadoras del yo y de símbolos culturales a los que históricamente se ha vinculado el nacionalismo mexicano. Roger Magazine siguió más o menos la misma línea de investigación al revisar las aficiones y pasiones de la cultura juvenil de las “barras bravas” de los Pumas de la UNAM en *Golden and Blue Like My Heart: Masculinity, Youth and Power Among Mexican Soccer Fans in Mexico City* (2007). Asimismo el antropólogo Gabriel Angelotti Pasteur explora la relación económica y social de dos de los clubes de mayor renombre del fútbol mexicano en *Chivas y Pachuca, íconos de México: Identidades colectivas y capitalismo de compadres en el fútbol nacional* (2010). Otro trabajo de 2012 que estudia también la hinchada en la historia del fútbol mexicano se debe al esfuerzo coordinado de Roger Magazine, Sergio Varela Hernández y Samuel Martínez en *Afición Futbolística y Rivalidades en México Contemporáneo. Una Mirada Nacional* (2012), un trabajo donde se reconstruye la “topografía” y “geografía” de la fanaticada en el fútbol profesional nacional. Los estudios antropológicos del fútbol mexicano fueron sin lugar a duda punteros en abrir una brecha a la investigación del deporte en otros campos.

Acaso la literatura es la zona más prolífica desde donde fue posible imaginar las dimensiones de esa pasión tan vasta como intensa que es capaz de despertar el fútbol mexicano. *Hambre de Gol: Crónicas y estampas de fútbol* (1998), una antología compilada por Juan José Reyes e Ignacio Trejo, es un ejemplo de las diferentes “voces” que narran el fútbol literario. Pero más allá de novelas como *El último campeonato mundial* (1997) de Pedro Ángel Palou o *Polvo, sudor y goles* (2012) de Jorge Fábregas, es Juan Villoro el escritor de la literatura mexicana contemporánea que más escribió de fútbol, goles y balones. A su primera colección de 1980, *La*

noche navegable, le siguieron *Los once de la tribu: Crónicas* (1995), *Los culpables* (2007), *Dios es redondo* (2010), *Ida y vuelta: una correspondencia sobre fútbol* (2012) que escribió junto a Martín Caparrós y, su último texto, *Balón dividido* (2014). Pero con la excepción de un trabajo parcial de Shawn Stein,¹ no se ha publicado aún un trabajo crítico de largo aliento que asuma el desafío de analizar la literatura futbolística de Villoro.

La historiografía en torno al fútbol mexicano también resulta vistosamente insuficiente. Si bien hay dos estudios sobre deportes y el 68, *Representing the Nation: Sport and Spectacle in Post-Revolutionary Mexico* (2009) de Claire y Keith Brewster y *Spectacular Mexico: Design, Propaganda, and the 1968 Olympics* (2014) de Luis Castañeda, la historia del fútbol mexicano todavía está por escribirse. Descontando los trabajos de Juan Javier Pescador sobre fútbol chicano en “Vamos Taximaroa! Mexican/Chicano Soccer Associations and Transnational/Translocal Communities, 1967-2002” (2004) y “*Los héroes del domingo: Soccer, Border and Social Spaces in the Great Lakes Mexican Communities, 1940-1970*” (2007), el capítulo dedicado a México en *Fútbol!: Why Soccer Matters in Latin America* (2014) de Joshua Nadel constituye uno de los últimos intentos en historizar el “sentimiento nacional” que alienta el fútbol mexicano. El primer aporte historiográfico aún no superado sigue siendo de Carlos Calderón Cardoso, pionero del dato rescatado de una relectura cuidadosa de la prensa gráfica

¹ Shaw Stein, hace una revisión muy breve de las obras de Juan Villoro en “Movimientos defensivos: La figura del entrenador en las parábolas futbolísticas de Juan Sasturain, Sergio Sant’Anna y Juan Villoro” (2014). También José Pablo Villalobos analiza cómo la literatura codifica la nación a partir del fútbol en “Literatura, fútbol y nación: *El último campeonato de Pedro Ángel Palou*” (2012).

deportiva durante todo el siglo XX.

Cabe señalar que hasta este momento tampoco existe ningún estudio que haya analizado cómo las distintas tecnologías cambiaron el lenguaje del fútbol, cómo funciona el sistema de estrellato o qué agregan o restan al imaginario del fútbol las distintas plataformas en las que circulan. Este es el vacío que me propongo cubrir con esta investigación. Complementando las fuentes primarias que conforman la base de mi estudio de casos—el periódico deportivo *Esto*, la película *Los hijos de don Venancio*, la historieta *Chanoc*, el programa radial *Paliques y cabeceos* y la telenovela *El juego de la vida*—las memorias futbolísticas constituyen otra fuente indispensable para mi trabajo de reconstrucción de la lengua del fútbol mexicano. El corpus de memorias de futbolistas, técnicos y comentaristas deportivos ofrece no sólo detalles históricos para entender estos cambios sino también una perspectiva donde las narrativas del yo registran (a través de vivencias y afectos) esos mismos cambios mientras se están produciendo. Ejes históricos de importancia para mi análisis como la profesionalización del fútbol mexicano y el rol de Televisa en la campaña multimediática que tuvo al fútbol como centro aparecen dramatizados en la serie de autobiografías y memorias a las que recurro como suplemento y fuente de los casos que trabajo. Por ejemplo, Panchito Hernández en *El vuelo del águila* recuerda su experiencia como futbolista, administrador y entrenador técnico de las Águilas del América. En esta autobiografía se reseñan detalles estadísticos de jugadores extranjeros en el América, sus viajes por Sudamérica como burócrata deportivo y las diferentes funciones que cumplió como administrador del equipo. Otra fuente que ofrece inagotables entretelones del desarrollo político, social y cultural del fútbol mexicano es *Mi amante el fútbol* de Fernando Marcos. A lo largo de 50 años como periodista deportivo pero también como fugaz jugador profesional, Marcos revive su relación visceral con el fútbol aprovechando las memorias como reescritura de una historia de

la que se sabe o siente protagonista. De ahí que el incendio del Parque Asturias se convierta en uno de los blancos de este proceso de corrección y autojustificación común a los relatos en primera persona de toda figura pública. En *Mi amante el fútbol* Marcos se defiende de las “mentiras” que circularon en la prensa atribuyendo el incendio del estadio a su mala actuación como árbitro del partido que desencadenó la tragedia. Convincente o no, se trata, al fin de cuentas, de su propia versión de los hechos y la escritura de las memorias busca la validación como una forma de revancha contra la historia ya escrita.

Un Crack Mexicano: Alberto Onofre, escrito conjuntamente por Agustín Moral Tejeda y Alberto Onofre, también resulta una mina de datos para indagar en la historia del fútbol profesional en México. Este texto misceláneo—que es a la vez autobiografía, biografía, cuento corto y álbum fotográfico—narra la vida del futbolista de las Chivas desde diferentes perspectivas, construyendo un modelo de hablar de fútbol atípico en las narraciones que conforman el corpus del género. Como parte del programa de historia oral de la Universidad de Guadalajara, *Mexicaltzingo mi barrio* de Fernando Hernández explora el dato menudo y se ofrece antes que nada como recuperación de la cotidianidad de una vida barrial ya extinta. Cubriendo un período que va de los veinte a los cincuenta, Hernández rememora nombres de vecinos, genealogías familiares y lugares de una geografía urbana que pertenece al pasado. En el capítulo “Juegos y diversiones” (*Mexicaltzingo* 57-71) recuerda sus primeros encuentros con el fútbol—un lugar común del género--las primeras “cascaritas” que jugó en el parque Agua Azul de la ciudad de Guadalajara (65).

Estrellas, medios y relatos

El ídolo está en pie!...Horacio Cazarín, como astro de primera magnitud, brilla otra vez en el cielo del fútbol mexicano! El hachazo artero no dió al traste con aquella vigorosa juventud y hoy, en plena madurez, Horacio luce, indiscutiblemente, como

el valor más firme de nuestro fútbol, ¡genuinamente nuestro![...] Otra vez las graderías trepidan, las palmas echan humo, el grito de guerra atruena los ámbitos: “ ¡Cazarín, Cazarín, Ra, Ra, Ra! (Barón, “El ídolo está en pie”)

“El ídolo está en pie,” artículo del periódico *Esto* aparecido en 1941, muestra qué está en juego para ver nacer a una estrella. La receta puede reducirse más o menos a los siguientes ingredientes: una “juventud vigorosa”, “graderías [que] trepidan”, y “gritos de guerra” de la fanaticada apuntalan al “genuinamente nuestro” Casarín, un “astro de primera,” hasta hacerlo reinar en “el cielo del fútbol mexicano” (Barón, “El ídolo”). En el texto los elementos hagiográficos se superponen y trabajan junto con el fervor nacionalista para fabricar al “ídolo” de esa nación “católic[a] y futbolier[a]” a la que años más tarde se referirá Azcárraga para hablar de México (ctdo. en Zarur 128). Casarín es acaso la primera estrella futbolística coronada por una prensa deportiva que aún estaba en vías de encontrar un lenguaje autónomo para hablar de fútbol. *Esto*, máquina de celebración y fama, puso en marcha un star-system en torno a jugadores de fútbol como Horacio Casarín que no difirió en lo sustancial de la fórmula ya consolidada por Hollywood. El proceso de estelarización no fue sin embargo privativo de una prensa escrita sedienta de ídolos, ésta sólo abrió las compuertas a un sistema al que otros medios masivos se fueron sumando para potenciar exponencialmente el espesor mediático de las estrellas en un proceso de fertilizaciones cruzadas que voy a tratar de explorar en esta tesis.

Toda estrella necesita para serlo de la saturación o familiaridad que los medios facilitan en la mayor cantidad de frentes o circuitos posibles. El caso Casarín resulta paradigmático en más de un sentido. De acuerdo a Richard deCordova, Casarín puede ser considerado una “picture personality.” En principio, según las condiciones enumeradas en *Picture Personalities: The Emergence of the Star System in America*, “[t]he individual star has an undeniable specificity” (9). Jugador del América que debutó en 1936, Casarín aparece en la nota de 1941 asociado, no a

lo que hizo en la cancha, sino a epítetos difíciles de superar en su grandilocuente afán de encumbrarlo como el mejor: “astro de primera magnitud,” “el valor más firme de nuestro fútbol.” Estos baños de gloria responden a su vez a la segunda premisa que menciona deCordova, “[a star has to be] distinguishable for that of all other stars” (9). Por último, una estrella debe ser sobre todo “imagen” y la circulación en los medios (lo que deCordova llama “intertextualidad”) garantizan que esa imagen “takes a historically specific course” o, para decirlo en otras palabras, es lo que la convierte en una suerte de logo o marca registrada para el consumo masivo (9). La imagen-Casarín no sólo ilustró las portadas de *Esto* y *La afición*, también fue usada para vender dentífricos y hojas de afeitar en comerciales o actuar de Horacio Fernández en las dos primeras “películas de fútbol” de la historia del cine mexicano, *Los hijos de don Venancio* y su continuación, *Los nietos de don Venancio*.

Tanto Leo Braudy como David Marshall han profundizado la línea de análisis que abrió deCordova con su trabajo seminal sobre el star system. Para Marshall “the contemporary celebrity is an embodiment of the twinned discourses of late modernity: liberal democracy and consumer capitalism” (ctdo. en Andrews y Jackson 1). En otras palabras, la cultura de la celebridad es producto del cruce entre una política preocupada por “what is public and what is private and, ultimately, what is intimate” (Marshall, *Celebrity* xii) y una economía vinculada al consumo; un sistema triangulado por “the supreme technology of hyper-individualization” (ctdo. en Andrews y Jackson 1) que los medios masivos promueven. Como Richard Giulianotti afirma, “[t]he role of the media in promoting stardom and celebrity status is critical and reciprocal for the biggest medium of all” (118). Sin medios masivos (Braudy los llama “arbiters of celebrity”[550]) no es posible pensar el culto a la imagen. Los medios son necesarios para crear

“[the] sense of familiarity, intrigue, and sometimes obsession” (Andrew y Jackson 1) que domina el consumo industrial de las estrellas.

Sin embargo, pese a que cuando hablamos de “estrellas” o “celebridades” todos sabemos a qué nos referimos, definir el concepto es una tarea extremadamente ardua. David Andrews y Steven Jackson reconocen que se trata de “a notoriously difficult concept to define” (2) mientras Daniel Boorstin recurre al contraste con la figura del héroe en un intento por trazar las fronteras del término:

The celebrity is a person who is known for his well-knownness... The hero was distinguished by his achievement; the celebrity by his image or trademark. The hero created himself; the celebrity is created by the media. The hero is a big man; the celebrity is a big name. (57, 61)

La industria mediática fabrica estrellas en todos los campos imaginables pero, de acuerdo a Andrews y Jackson, la estrella deportiva se diferencia de otras figuras célebres por una serie de razones. La primera se asocia a lo que deCórdova llama “undeniable specificity” (9). En *Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity* afirman: “sport celebrityhood is habitually reduced to individual qualities such as innate talent, dedication, and good fortune, thus positioning the sport star as a deserved benefactor of his/her devotion to succeed within the popular imaginary” (8). El mérito es condición de posibilidad para toda hagiografía deportiva. Un segundo componente es el afectivo. Aunque no es garantía de estrellato, para Andrews y Jackson, “sport figures are likely to possess a heightened presence and affection within popular consciousness” (8) Por último, el factor “autenticidad” se suma a la ecuación:

[I]n sport, there is a perception that spectator/viewers are confronted with *real* individuals participating in unpredictable contests. Hence, the seeming visceral dramatic immediacy

of the sport practice provides the sport celebrity with an important veneer of authenticity, that sets him or her apart from celebrities drawn from other, more explicitly manufactured, cultural realms (8).

Esto puso en juego todas y cada una de estas cartas a la hora de convertir a Casarín en estrella. En los 50s la televisión llegó para aceptar el star system que la prensa gráfica asociada a la cadena de periódicos García Valseca—antecedente del emporio de los Azcárraga--había inaugurado tan pronto como el fútbol mexicano se profesionalizó. Con la irrupción de Televisa, emporio masmediático que amasaron los Azcárraga, el sistema de préstamos, circulación y consumo en la invención de “imágenes” futbolísticas sólo ganó consistencia y organicidad. El rol que jugó Televisa en las negociaciones que resultaron en la elección de México como sede de los Mundiales de 1970 y 1986 no pueden ser subestimados. Resulta difícil imaginar qué lengua hubiera podido hablar el fútbol mexicano sin la campaña de promoción en la que se embarcaron los Azcárragas después de comprar el club América en 1959. Lo cierto es que en mi investigación sobre el cruce entre fútbol y medios a lo largo de más de cinco décadas, muchos caminos terminaron conduciéndome a esa Roma que fue (y sigue siendo) el conglomerado Televisa en la historia del fútbol mexicano.

La tesis se divide en cinco capítulos, cada uno dedicado a un medio o caso específico. En el primer capítulo analizo el período inicial de *Esto* (1941-1945), uno de los primeros periódicos semanales (luego diario) más vendidos en México y acaso el más influyente en consolidar una forma de hablar de fútbol que sirvió de modelo para la prensa escrita mexicana. En este capítulo voy a trabajar dos ejes: la invención de Horacio Casarín como estrella de un star-system futbolístico en vías de constitución, y las contradicciones con las que el semanario vivió la transición del fútbol mexicano de práctica amateur a profesional.

En el segundo capítulo analizo *Los hijos de don Venancio* (1944), primera “película de fútbol” de la historia del cine mexicano. Exponente de la época dorada, la película de Pardavé revisa temas recurrentes como los valores de la “familia mexicana” o la honra del nombre paterno pero los conflictos no sólo se reducen a una lucha entre tradición y modernidad sino que trabajan también con la ansiedad que generó en México el flujo inmigratorio español después de la Guerra Civil. Más allá de las negociaciones de identidades nacionales o de las discusiones que generan los partidos del Asturias contra el Atlante, me interesa explorar qué significa la incorporación de Horacio Casarín en el reparto de actores de *Los hijos de don Venancio*; qué efecto tiene el nuevo rol cinematográfico para una estrella futbolística que encarna al hijo-jugador de un padre que desprecia este deporte.

En el capítulo tres releo la serie futbolística de la historieta *Chanoc* (1959-1981?), una tira que evitó el registro solemne y reificante con que hablaban los medios del fútbol en México para reírse con desparpajo del cantinflismo de comentaristas deportivos o de la saturación publicitaria con que los intereses comerciales que gravitaban en torno al fútbol habían terminado por asfixiar al deporte. Al ingresar al universo de la historieta el fútbol mexicano comienza a narrarse en clave paródica y picaresca. En este capítulo exploro cómo *Chanoc* se burló de los vicios de la “nación futbolera” gestada a la sombra del conglomerado televisivo burlesco llamado “Televisca,” haciendo de Ángel Fernández, una figura icónica de Televisa, uno de sus blancos preferidos.

En el cuarto capítulo analizo cómo el programa radial de Tomás Mojarro habló de fútbol fuera o más allá del efecto “enajenador” que denunció en los medios escritos mientras México vivía la “fiesta” del Mundial 86. La crítica de Mojarro convivió con risa en las cápsulas deportivas “El clásico pasecito a la red” de *Paliques y cabeceos* que aireaba los sábados Radio

UNAM. Sus comentarios buscaron sistemáticamente horadar ese estatus intocable que había alcanzado el fútbol mexicano de los 80s y que el Mundial llegó a exacerbar al punto de la “locura.” Cuando los medios asociados a Televisa hablaban del honor de alojar el Mundial a meses del terremoto que devastó la ciudad de México, *Paliques y cabeceos* asumió la posición de aguafiestas, no sólo considerando los festejos un olvido obscuro de la tragedia sino ventilando los mutuos favores que, gracias al Mundial de fútbol, habían sabido intercambiar en penumbras el estado mexicano y Televisa. Mojarro logra lo que no se había hecho antes: politizar el fútbol mexicano.

En el capítulo cinco analizo la telenovela *El juego de la vida* transmitida por Televisa de Noviembre 2001 a Junio 2002, meses antes y durante el Mundial de Corea-Japón 2002. Me interesa *El juego de la vida* (2001) por el nuevo lenguaje “sentimental” y “femenino” que la telenovela suma a las narrativas existentes de fútbol en México. Dirigida a un público joven y femenino la telenovela rompe con las convenciones del género para incorporar un eje atípico: el fútbol femenino. A pesar de vistosas transgresiones al género, la telenovela no puede considerarse una propuesta feminista. En cualquier caso, lo que aporta a las narrativas (masculinas) de fútbol es imaginar lo imposible: a jóvenes de clase media-alta convertidas en jugadoras que logran romper con la hegemonía de género de la que gozaba el fútbol mexicano.

Al revisar momentos claves de la historia del fútbol mexicano—desde la profesionalización hasta la fiesta mediática de mega-eventos celebrados en México, pasando por la internacionalización, el rol de Televisa en la comodificación del deporte o la tardía consagración popular del fútbol femenino, la presente investigación aspira a ofrecer una mirada no sólo histórica sino también cultural en torno al sentido que el deporte fue capaz de convocar en los distintos medios masivos a lo largo del siglo XX. Espero que el resultado constituya un

aporte modesto pero válido al campo de los estudios culturales no sólo como invitación a seguir pensando el fútbol mexicano desde otros cruces o intersecciones sino también como esfuerzo por despejar, en la medida que sea posible, el estigma de ilegitimidad del que el fútbol goza (o más bien sufre) hoy en la academia.

CAPÍTULO 1

***Esto*: Estelarizando a Horacio Casarín y el ingreso del dinero al lenguaje del fútbol**

A una semana del lanzamiento del *Esto*, el nueve de septiembre de 1941, el periódico deportivo publicó un artículo sobre Horacio Casarín, un futbolista que *Esto* pronto convertiría en máximo referente del fútbol mexicano. Desde su ingreso en las páginas de la publicación, el lenguaje que cristalizó el periódico para hablar de “El ídolo”—como tituló la nota laudatoria—recurrió al uso de superlativos (“el valor más firme de nuestro fútbol”) y al culto a la personalidad a través de epítetos de fuerte efecto empático (el “chiquillo rubio” de “buena savia”) (Barón, “El ídolo”). Sólo las contradicciones con la que *Esto* encaró la industrialización del fútbol mexicano durante la etapa que va de 1941 a 1945, lograron distraer la atención de la publicación de la suerte de cruzada estelarizadora que montó en torno a Casarín. El *Esto* vio con alarmante preocupación el “signo del mercantilismo” al que el fútbol parecía condenado en un nuevo paisaje deportivo donde la “única consigna...[era] ‘ganar’”, o partidos, o dinero, dominado como estaba, por dirigentes que sólo esperaban su “usufructo personal” (Baliari, “El problema”). En este capítulo me propongo analizar el período inicial (1941-1945) de *Esto*, uno de los primeros periódicos deportivos semanales mexicanos y acaso el más influyente en cuanto a la manera en que logró definir cómo la prensa escrita empezó a hablar de fútbol en México. Dos operaciones periodísticas—el tratamiento edificante que recibió en sus páginas el jugador mexicano Horacio Casarín y la crítica del periódico a los intereses económicos que estaban distorsionando el sentido del deporte—van a ser el foco de las páginas que siguen.

***Esto*: Ficha Técnica**

Esto, uno de los semanarios deportivos más influyentes y de más larga vida en México, apareció por primera vez el 2 de septiembre de 1941 y después de dos años de circulación, el 9 de septiembre de 1943, empezó a publicarse diariamente. En su primera etapa, fue un

rotograbado a dos tintas afiliado al entonces mogol de los medios escritos mexicanos, José García Valseca. Dueño también de los renombrados cuadernillos de historietas *Paquito*, *Pepín*, *Mujercita*, *Manos Arriba* y *Farsa* y de periódicos de amplia circulación como *El Herald*, *El Occidental*, o los llamados “Soles” (*El Sol del Centro*, *El Sol de Guadalajara*, *El Sol de Hidalgo*), el imperio mediático que controlaba más de 45 publicaciones impresas en el México de los 40s a los 60s que se asocia al nombre García Valseca es el antecedente indisputable del imperio que, con la diversificación de medios, heredarían los Azcárraga (Borrego 75-76).² La importancia que tiene *Esto* en el medio deportivo no puede ser soslayada: su extensa duración (casi ninguna publicación deportiva supera el record de años de *Esto* en el mercado de publicaciones deportivas) y la autoridad que irradia como medio deportivo convierten a *Esto* en una fuente indispensable para historiar la lengua del fútbol mexicano en su época inicial (Borrego 10).³

Esto no nació sin embargo de la nada. Existían antes algunos intentos de prensa deportiva que bien pueden considerarse antecedentes de la publicación de García Valseca como la sección deportiva de periódicos ingleses *The Mexican Herald* y *The Two Republics*, o las crónicas de fútbol de *El Mundo Ilustrado*, *El Imparcial* (Bañuelos 60) o el mismo *El Universal* (1916 -

² Para ver una lista con todos los periódicos de García Valseca, véase Borrego 75-76.

³ La única competencia directa al *Esto* fue el periódico *La Afición* que comenzó a circular en los 30s. Las diferentes publicaciones del deporte en México han sido: *La Afición* (1930 - vigente), *Esto* (1941 - vigente), *Ovaciones* (1951 - vigente), *Récord* (2002 - vigente), véase “Historia del periodismo”.

vigente).⁴ Pero lo que diferenció a *Esto* de los comentarios que podían leerse en la prensa deportiva de la época fueron sin duda los reportajes con que complementó las notas sobre fútbol, aunque hay que aclarar que no sólo el fútbol atrajo la atención del semanario convertido luego en diario. De las publicaciones deportivas que circularon durante la primera mitad del siglo XX, quizás la única que llegó a competir con *Esto* fue *La Afición* (1930 - vigente).

Medio deportivo de la Cadena de Periódicos García Valseca (que desde 1973 se convirtió en la actual Organización Editorial Mexicana), *Esto* se autoproclamó un diario de “veracidad, honradez y oportunidad” (Borrego 104). Fiel a la promesa de “veracidad,” *Esto* cubrió una amplia gama de deportes, desde el boxeo, el básquetbol, el béisbol además del fútbol, hasta los considerados pseudo-deportes como los toros. Mantuvo la promesa de “honradez” hacia el deporte al privilegiarlo como noticia, y aprovechó la “oportunidad” que ofreció la incipiente industria deportiva como nicho temático y económico aun poco explorado. Relató e hizo crónica deportiva con sus ocasionales esquives editoriales al incluir anuncios y reportajes ajenos al deporte. De vez en cuando incursionó también en tiradas poco convencionales como las tituladas “‘Esto’ y ‘!Hollywood!’” que se vendieron como sueltos por sólo veinte centavos en toda la República. *Esto* fue un medio que se especializó en el fútbol aunque no dejó de lado las notas de cine, básicamente porque consideró al entretenimiento una fuente de inspiración e ingresos.

Esto contó con un plantel estable de periodistas que ya en el período 1941-45, firmaban los reportajes del periódico. Los nombres de Juan Barón, Ras Sr., Jaime Luna, Melchor Alegría o

⁴ Desde la década del diez aparecieron las primeras revistas deportivas con algunos títulos de renombre como *Rojo y Gualda* (1916), *Mefistófeles* (1917), *Arte y Deportes* (1918), *Teatro y Deportes* (1919) y *Arte y Sport* (1919), véase Bañuelos 60-61.

corresponsales internacionales como Eduardo Baliari que reportó sobre el fútbol argentino e internacional, aparecieron alimentando la reputación deportiva de la publicación. Incluso en esta época, *Esto* llegó a albergar reportajes del reconocido escritor mexicano Renato Leduc. Otros escritores prefirieron esconderse detrás de seudónimos como “Centro Medio” o “As,” pero lo cierto es que el equipo periodístico de *Esto* fue, en lo que a deporte se refiere, numeroso y diverso, dos políticas que lograron con éxito mantener la publicación a flote en el mercado cada vez más competitivo de la palabra impresa y de la imagen deportiva.

Esto confió asimismo en el poder de la imagen. Con los servicios del renombrado fotógrafo deportivo Adalberto Arroyo y Anselmo Delgado documentó los eventos deportivos de la época, acompañando ocasionalmente estas imágenes con comentarios y crónicas de Juan J. Barón y Ras Sr. Gracias al talento de Arroyo y Delgado *Esto* reprodujo las más complejas “narrativas gráficas” que habían aparecido hasta entonces en la prensa deportiva. Para un México aun mayormente semiletrado (Hernández, *México* 359; Aurrecoechea y Bartra *Puros II* 14-15), contar historias de fútbol a través de las imágenes pasó a ser una obligación periodística que *Esto* satisfizo más allá de las expectativas técnicas del momento. Además, la oferta gráfica de *Esto* también buscó la variedad de tono y objetivos de la imagen, complementando la narrativas gráficas de Arroyo y Delgado con ocasionales caricaturas e historietas del renombrado dibujante Ángel Zamarripa, “Fa-cha”. La preocupación por reproducir a través de la imagen o la palabra las acciones y la velocidad que definen la esencia de todo deporte abrieron la brecha para que *Esto* se transformara en un periódico deportivo con una identidad propia dentro de un mercado donde el deporte ocupaba un lugar visiblemente secundario.

¿Cómo registrar la velocidad en una imagen? Para introducir una de sus primeras crónicas taurinas titulada sensacionalistamente “Más sangre en la arena” *Esto* reproduce a un

cuarto de página la fotografía de un temerario toro de Cocinillas en el momento mismo de cornear a un torero. La imagen “roja” sirve sin duda de gancho para anticipar la toma de posición que asume el periodista de un artículo que inesperadamente rompe con las expectativas del lector al arremeter contra la barbarie de una práctica comercial que está lejos de llamarse deporte (no, al menos, en el sentido que *Esto* da a esta palabra): “los infelices que han saltado al ruedo de nuestra plaza máxima no han ganado un céntimo. Y todos, uno por uno, han ido ofrendando su vida, para que ... el taurinismo de una empresa... se hinche de ganar dinero con el morbo de las gentes” (De Triana). Lucrar con un “espectáculo” mórbido no es lo que *Esto* considera ético: un “espectáculo trágico...[presenciar] un desfile de individuos con las carnes destrozadas, y lanzados al matadero con un desdén y un desprecio absoluto por sus vidas” (De Triana). La indignación y repugnancia del cronista permite incluso recurrir a la licencia de una referencia libresca al comparar lo que ocurre en las plazas mexicanas del Siglo XX con la brutalidad y sangre de “El matadero,” un texto decimonónico del escritor argentino Esteban Echeverría. La vehemencia del ataque y la libertad literaria parecería indicar que la nota no iba dirigida al lector común de *Esto* sino a publicaciones que, como *Ovaciones*, un periódico fundado por el torero Luciano Contreras, alimentaban desde la prensa escrita la sed de sangre por un espectáculo que para *Esto* era tan impúdico como sanguinario. Sin embargo la sangre que se derramaba en las plazas no le resultó comparable a la sangre que salpicaba los rings mexicanos. A diferencia de la convicción que demostró en su acalorada oposición a las corridas, *Esto* admiró cómo “los de abajo...ribetean el espectáculo [del box] con su honradez y con su sangre” (Hit, “Sábado”). La publicación festejó la “bravura” de los boxeadores y la manera en que “se la rifan [est]os hombres” para combatir en el cuadrilátero “tirando puñetazos de todos los ángulos” como verdaderas máquinas humanas (Hit, “Sábado”). Sin mención alguna del dinero que circulaba en

los circuitos de boxeo, la aclamación que construyó en torno al espectáculo que ofrecían dos hombres trenzados en una justa entre iguales echó mano a un mito persistente en las páginas de *Esto*: el deporte (se trate de boxeo o fútbol) fue siempre percibido como una suerte de escalera social para “los de abajo”.⁵

Los de abajo no siempre aparecieron en *Esto* sólo para probar que el deporte contribuye a la movilidad social, eventualmente la publicación también dio espacio a ocasionales notas sociales. En “200 familias sin hogar,” una crónica fotográfica, documenta y denuncia, por ejemplo, el desalojo de una comunidad precaria en colonia Tacubaya. Los adjetivos sirven para dramatizar la dimensión del despojo: “numerosos y miserables habitantes de la colonia “Daniel Garza” sufrieron el desalojo en un operativo llevado a cabo “inhumanamente” por la “policía [que] destruyó sus pobres habitaciones” ... hechas con toda clase de desperdicios” (“200 familias sin hogar”). Pero no siempre, tampoco, en sus crónicas sociales mostró la condescendencia y empatía que mostró en “200 familias sin hogar” o en notas deportivas donde los pobres habían dejado de ser pobres gracias al fútbol o al boxeo. En todo caso lo errático y contradictorio de este periodismo social parece indicar que *Esto* no evitó lanzarse a terrenos que desconocía para llenar acaso—es una hipótesis—espacios que el deporte de la semana no había logrado cubrir.

⁵ Otros deportes “campestres”, como las carreras hípicas, fueron objeto de comentario y de culto para los escritores y lectores del medio como ocurrió con aquel artículo que *Esto* publicó de carreras de caballos en Madison Square Garden. El General Rodrigo V. Quevedo y el presidente mexicano Ávila Camacho laurearon el evento y ejecutaron órdenes oficiales para que el Equipo Internacional Militar se preparara y asistiera al evento, véase Estevez.

Sin duda, el fútbol ocupó, entre los deportes que cubrió *Esto*, un lugar preferencial. Pese al afán de incorporar en sus páginas deportes “menores” desatendidos por los grandes periódicos como la natación, el tenis, el frontón o las carreras hípicas, fueron sin embargo las coberturas de fútbol las que hicieron de *Esto* uno de los periódicos deportivos de mayor impacto en México. La actual organización mexicana de periodismo deportivo no duda en atribuir el éxito de *Esto*, entre otros, al periodista Antonio Huerta y a sus crónicas sobre Chivas.⁶ Pero acaso sea ésta una afirmación que tiende a oscurecer la riqueza de una publicación que arriesgó para competir con el periodismo escrito, que innovó en lo gráfico y que institucionalizó un lenguaje para hablar de fútbol que hizo escuela en los medios deportivos.

Horacio Casarín o cómo se gestó el sistema de estrellato en *Esto*

Entre 1941 y 1945 las notas dedicadas a jugadores de fútbol definieron la política editorial de la etapa inicial de *Esto*. En extensos reportajes se ventilaron los detalles de la vida de los “ídolos” deportivos siempre tratados con sublime deferencia como se puede leer en “¡Juan Tuñás! El hombre que sacó del sótano al “España”, “El Pirata Fuente” o en el reportaje a Horacio Casarín que *Esto* tituló “El ídolo está en pie,” (ver Imagen 1). Tuñás, Fuente y Casarín, todos jugadores de la liga mexicana, aparecieron mencionados hasta el cansancio en titulares sensacionalistas o en reportajes donde se hacían públicas sus vidas privadas, o en las legendarias “foto-crónicas” de Adalberto Arroyo y Anselmo Delgado. La saturación es el camino que lleva al estrellato. O al menos así lo entendió *Esto*. Desde todos los espacios disponibles, *Esto* bombardeó al lector de superlativos e imágenes de momentos de gloria con la certeza de que en

⁶ Hoy en día se cree que el “éxito” de la publicación fue gracias al fútbol y sobre todo al rol de Antonio Huerta y su afición e inclusión del equipo Chivas, véase “Historia del periodismo”.

la repetición está la receta para producir estrellas de fútbol. El caso Horacio Casarín en las páginas de *Esto* constituye un ejemplo, entre otros, de esta forma de hacer periodismo deportivo a lo Hollywood.⁷



1.-

Imagen 1: “Dos estrelladas mimadas por la prensa deportiva”: “¡Juan Tuñás! El hombre que sacó del sótano al “España.” *Esto* 11 Nov. 1941. Impreso; Barón, Juan. “Fiel a su bandera: Antonio Azpíri.” *Esto* Ago. 11, 1942. Impreso.

⁷ La lista es muy extensa debido a que fue un formato que se institucionalizó en la prensa del *Esto* y, sobre todo en la prensa gráfica, pero además de las mencionadas también se hicieron reportajes sobre las siguientes estrellas: “Nacho Ávila: El valor más depurado del Almacigo Tapatío”, “Ángel Zubieta de Galdacano a Buenos Aires con escala en México”, “Luis Heredia: El portero con garras”, “Ángel León “El Pulques” ¡Fenómeno, Ché!”, “Reinaldo Martino el “Inside” Maravilla”, todos fueron reportajes de Juan J. Barón. “Fernando García. Español y Mexicano”, “Grecco y Martino fueron los mejores”, “Rafael Meza el campeón goleador”, “Adiós, Marcial”, “Fiel a su bandera: Antonio Azpíri”, “La Baraja de Ernesto Pauler”. Todas estos reportajes de Juan J. Barón y Ras Sr con fotografías de Adalberto Arroyo.

Horacio Casarín Garcilaso fue un futbolista al que no le faltaba para llegar a ser la estrella de fútbol que el olfato de *Esto* supo reconocer desde un principio. Miembro de las ligas mexicana y española, Casarín fue el delantero-faro de la selección nacional. Nació en la ciudad de México el 25 de mayo de 1918 y llegó a jugar para equipos de la talla del Necaxa, el Atlante, el España, el Veracruz, el Zacatepec, el América y el Monterrey.⁸ Goleador durante la temporada 1945-1946 (y a pocos goles de lograrlo en la temporada siguiente), después de una carrera de triunfos y momentos oscuros como los que vivió a causa de una lesión de rodilla en 1939, Casarín se retiró como jugador el 9 de marzo de 1957. Siguió sin embargo vinculado al fútbol como director técnico de la selección nacional. Y fuera del campo de juego, los medios no se cansaron de explotar el carisma de su imagen en anuncios publicitarios y películas futbolísticas. La prensa gráfica de la época lo convirtió probablemente en la primera gran estrella del fútbol mexicano.

Horacio Casarín fue saludado en *Esto* como un “astro de primera magnitud” (Barón, “El ídolo”). El semanario deportivo no ahorró epítetos celestiales hasta no instalarlo en la cumbre del Olimpo futbolístico mexicano, un lugar más que merecido por su “excelente constitución, [sus] facultades portentosas y [su] afición desmedida”. Para *Esto*, Casarín era sencillamente el “mejor centro delantero” de México (Barón, “El ídolo”) y en sus páginas, las tomas espectaculares de Arroyo y Delgado junto a las notas y reportajes de Barón y Ras Sr se dieron a la tarea de cumplir la profecía del semanario. En una época de transición donde el culto al héroe tendió a confundirse con el culto moderno a la celebridad, *Esto* construyó el aura del glorioso Casarín en

⁸ Véase la biografía de Horacio Casarín en Carlos Ramírez *Horacio Casarín, un ídolo y su tiempo*.

base a la proliferación sin límite de su imagen, por un lado, y a la celebración ruidosa de sus goles como delantero, por otro. En su clásico libro *The Image: A Guide to Pseudo-events in America* Daniel Boorstin diferencia así las dos etapas que se superponen en *Esto*: “The hero was distinguished by his achievement; the celebrity by his image or trademark” (61) y “the celebrity is a person well known for his well-knownness.” (57). Boorstin cree que “[w]e risk being the first people in history to have been able to make their illusions so vivid, so persuasive, so realistic that we can live in them” (ctdo. en Neimark). Mientras la imagen convierte a la celebridad en objeto de consumo, comodificándola como marca registrada o *branding*, el héroe (en el sentido pre-moderno de gloria que tuvo para la prensa deportiva de los años 40s) necesitaba de méritos (o goles) para obrar de plataforma de lanzamiento a su glorificación. Pero para *Esto* hablar de fútbol fue una misión que no se redujo a meros resultados. El fútbol no circuló en sus páginas sin el culto a la personalidad. De ahí que los goles para *Esto* no bastaban, la vida de Casarín también importó, y mucho, a la hora de crear una personalidad o de personalizar a ese delantero que marcaba goles. Datos triviales, chismes, vida privada, relaciones familiares, nada se desdeñó si se hablaba de Casarín aunque poco o nada tuviera que ver con jugadas de fútbol, técnicas o canchas de juego.

El reportaje “El ídolo está en pie” es uno de los primeros donde se expone detalladamente la vida de un jugador profesional de fútbol y marca en la cronología del periódico el inicio de un tipo de periodismo deportivo de corte personalizador que será común en sus páginas. En el reportaje, *Esto* disecciona el pasado de Casarín. Se remonta previsiblemente a su infancia (buscar el génesis es obligación de todo relato épico) y a su pasión temprana por el fútbol. Es la época del “chiquillo rubio” y de su paso por el Colegio Francés donde “calzó las primeras botas con

tacos...[en] la oncena de segunda [división] infantil del club “Necaxa.” Y luego el ascenso, literal y metafórico, de Casarín:

recorrió todos los puestos del escalafón [fútbolístico]. De infantil a juvenil, de ésta a la cuarta fuerza de mayores; más tarde, a la tercera; de ésta, a la segunda; después a la primera intermedia; a las reservas y ¡por fin!, el ansiado brinco a la primera división...(Barón, “El ídolo”).

La palabra “triunfar” es la última palabra que remata la historia hasta entonces desconocida del “ídolo.” El triunfo es el premio a la dedicación y el esfuerzo: gracias a sus “facultades...[y su] pujante juventud logr[ó] triunfar” hasta llegar a conquistar a todo un pueblo que de las gradas lo celebra: “Casarín, Casarín, Ra, Ra, Ra” (Barón, “El ídolo”). Una carrera meteórica y estelar que culmina con la entrada triunfal del héroe a la selección nacional. La nota dramática sin embargo no está ausente, el 26 de marzo de 1939, fecha fatídica para el fútbol mexicano, Casarín se lesiona y se incendia el campo Asturias. El ciclo finalmente se cierra (no existen los héroes caídos) con la resurrección a la que alude el título del reportaje. El final también se permite la libertad del vuelo poético, como la mítica ave Fénix—escribe *Esto* con solemnidad y sin temor a la cursilería—tanto Casarín como el parque Asturias resurgieron de “sus propias cenizas” (Barón, “El ídolo”). El esquema que descubre *Esto* en el primer reportaje a Casarín va a funcionar con ajustes anecdóticos mínimos de matriz para otros futbolistas que el periódico deportivo hace objeto de sus baños de gloria.

En su decisión de “personalizar el fútbol,” *Esto* siguió una línea de la prensa deportiva ya ensayada en España y Francia. Del 38 al 56 la crónica española utiliza formas similares al periodismo deportivo francés, mezclando lo objetivo y subjetivo en sus notas de fútbol. Con una diferencia que vale la pena puntualizar, el periodismo deportivo español introduce el uso de

extranjerismos y con frecuencia politiza el fútbol al alinear a equipos y sindicatos (Castañón Rodríguez 12). Con frecuencia también *La Afición* practicó esta misma línea periodística pero respetando un formato mucho menos iconoclasta que *Esto*. Aún así, las diferencias entre *Esto* y *La afición* fueron cruciales sobre todo en el uso de la imagen y otro tanto en lo temático

Por lo general, *Esto* repartía los comentarios de fútbol en una sección de relatos o reportajes junto a un apartado en donde se daba la alineación y otro con los goles. En “Necaxa venció” Ras Sr, uno de los reporteros más prolíficos de *Esto* durante la etapa analizada, volvió a hablar de Horacio Casarín. El título prometía una crónica objetiva del partido pero Ras Sr frustró muy pronto las expectativas del lector. Los divagues lo llevaron a recordar la temporada de 1933 con el “escandaloso marcador de nueve a cero,” y a arremeter contra la incompetencia del árbitro, el colegiado Zamora, al que calificó de “rigorista” e “indeciso... dando la impresión de que era la primera vez que actuara con un silbato y los pantalones cortos.” Ras Sr. comentó brevemente la participación de los jugadores en la sección “Alineaciones” y en la sección “Goles” describió la forma y los momentos del partido en que se marcaron goles:

A los ocho minutos, centra el Chamaco García, *Cazarín* y Cervantes intentan el remate, sin fortuna, y es Baldomero quién realiza el tanto. A los treinta minutos, *Cazarín* se apodera del balón, lo sube y lo cede al Chamaco García para que éste produzca un centro matemático y sea el propio *Cazarín* quién remate a boca de jarro. (énfasis mío “Necaxa venció”)

El apartado “Goles” sólo habla de los jugadores “destacados” y, por supuesto de la figura del “goleador” Cazarín que merece seis menciones. No siempre, sin embargo, Ras Sr. alimentó el lado glorioso del “fenómeno” en sus crónicas. Se dice que una estrella se inventa sólo para experimentar el placer de destruirla después pero la máquina de la fama de *Esto* no conocía aún

“the Kleenex phase,” como caracteriza Leo Braudy el ciclo instantáneo de desecho de celebridades que atraviesa la industria del entretenimiento en la actualidad: “We see so much of people, and in all branches of the media. We blow our nose on every new star that happens to come along and then dispose of them” (ctdo. en Neimark). Cuando *Esto* señaló las grietas del ídolo, lo hizo desde la frustración y la decepción, como cuando Ras Sr escribe, “hizo muy buenas cosas y tuvo algunas pifias que hicieron desmerecer lo bueno” (“Necaxa venció”). En algunas crónicas como “Los rojiblancos continúan,” la decepción de Ras Sr se exaspera al punto de decir llanamente que Casarín jugó “mal y de malas” por desperdiciar jugadas donde los goles “se meten hasta durmiendo” (2). Pero, por lo general, *Esto* se muestra cauteloso en su crítica:

Desde su entrada al Atlante, Horacio Cazarín no había vuelto a ver la suya; se le notaba errático y sin encajar en la delantera azulgrana... Pero el domingo Horacio volvió por su prestigio. No estuvo sensacional, ni siquiera brillante. *Estuvo, sencillamente, trabajador y afortunado.* Realizó tres goles y *en alguna ocasión hizo una jugada de mérito tan personal,* que las tribunas lo premiaron con aplausos. Si Cazarín llega a recuperarse totalmente, no será por ayuda ajena... Y así lo esperamos (énfasis mío “Volvió Cazarín”).

Esto pide y exige paciencia para el ídolo lesionado y la nostalgia por el Casarín del pasado emerge en el comentario con la misma intensidad con que emerge la esperanza de verlo recuperado.

En un período anterior a las transmisiones televisivas, las crónicas fotográficas de Arroyo y Delgado cubrieron una demanda por el consumo de la imagen que resultó indispensable para el proyecto periodístico de *Esto*. Según el diario, “la mejor pluma y el mejor estilo son a veces incapaces de explicar clara y concisamente” “ese instante necesario” que captura la “oportuna

fotografía” (“Adalberto Arroyo”). Con la imagen, el periodismo de los 40s llevó al hogar de los mexicanos la ilusión de “ver” los partidos documentados por una “cámara, imparcial y exacta” (“Adalberto Arroyo”). Y si la fotografía prometía captar “el instante necesario,” la crónica gráfica o serie de imágenes consecutivas que publicó *Esto* buscaba documentar el movimiento de la jugada. Adalberto Arroyo fue el ídolo, el “As” como sugiere el *Esto*, el “periodista moderno” capaz de retratar “el instante eterno que sintetiza... un recuerdo de incalculable valor para el aficionado” (“Adalberto Arroyo”). Puede decirse que las narraciones en imágenes de los “instantes eternos” del fútbol de los 40s que documentó Arroyo no suplementaban las crónicas escritas de Ras Sr. y Barón sino más bien lo contrario.

Algunas tomas fotográficas de Arroyo o Delgado delatan cómo la imagen de Casarín fue objeto de edición o retoque a fin de sumar esfuerzos gráficos a la campaña escrita de glorificación montada por el diario. Aún si se trata de fotografías de todo el equipo (ver Imagen 2), Casarín aparece en el centro, es el que tiene la pelota y una estrella indica la soledad sublime del ídolo de *Esto* rodeado por sus compañeros de equipo. Otro ejemplo, en el aniversario de los “tres años de vida” del semanario, Casarín aparece en la portada, resaltado por bordes negros y, como fondo, menos nítida como un mensaje subliminal, la estrella emblemática.



2.-

Imagen 2: ““Foto-crónicas” de Anselmo Delgado y Adalberto Arroyo narrando la vida y los goles de Horacio Casarín”: “Atlante-Asturias, Hoy...Los hijos de don Venancio.” *Esto* 12 Oct. 1944. Impreso; “Esto en el fútbol.” *Esto* 3 Sep. 1944. Impreso; “Volvió Casarín.” *Esto* 12 Ene. 1943: 1. Impreso; Barón, Juan. “El ídolo está en pie.” *Esto* 16 Sep. 1941.

Imagen 2: (cont'd)



2.-

Las crónicas fotográficas de *Esto* hicieron historia gracias al montaje visual o a las gráficas en secuencia que ofrecieron al lector la ilusión de presenciar un gol o jugadas magistrales en el área de peligro del campo de fútbol. No era este tipo de narración visual a la que estaban acostumbrados los aficionados a encontrar en la sección deportiva de los periódicos de la época (ver Imagen 3)



Imagen 3: “El “Ojo mágico”, una invención de Adalberto Arroyo”:⁹ “¡Ojo-mágico! ¡Otro hit de “Esto”!” *Esto* 26 Jul. 1944: 4. *Impreso*.

Tanto Richard deCordova como Deborah V. Tudor tienen razón al afirmar que la invención de estrellas en el mundo del cine y del deporte requiere del cruce entre múltiples medios y, sobre todo, de la incorporación de “imágenes” a la lógica del mercado. En su trabajo sobre la formación de estrellas del cine de Hollywood, deCordova argumenta que una estrella debe circular para alcanzar dicho estatus tanto en medios de la prensa escrita como en otros medios de comunicación (*Picture Personalities* 11-12). Según Tudor, lo que hace a una estrella es, además, la existencia de un mercado ávido en consumir noticias sobre otras facetas de su vida privada (*Hollywood's* 8). La glorificación de Casarín en las páginas de *Esto* guarda marcados paralelos con el modelo de Hollywood tal como lo describen. Ante todo Casarín fue una celebridad en México porque, como dice Boorstin, se trató de “a person well known for his well-

⁹ Adalberto Arroyo se dedicó también al desarrollo tecnológico de su cámara. Construyó el “Ojo Mágico”, una cámara con una velocidad de obturación de 1/8000 de segundo, véase “Adalberto Arroyo”.

knownness” (57). Su fama en las canchas de fútbol fue la antesala de una curiosa carrera mediática que lo llevó a aparecer en comerciales de Colgate y actuar (como Casarín) las película del director Joaquín Pardavé (*Los hijos de don Venancio* [1944] y su secuela *Los nietos de don Venancio* [1945]). *Esto* siguió de cerca los “otros” triunfos de Casarín con tanto interés como el que había manifestado por sus goles. Anunció solemnemente el casamiento del “ídolo de los chamacos y el más espectacular centro delantero mexicano” con “la gentil señorita” Elena King (“Casarín se casa”). La diagramación a página completa de la noticia, con letras grandes, las fotos de los novios y la retórica del texto, todo hace pensar que más que noticia era un anuncio hecho por un padre orgulloso del casamiento de un hijo. *Esto* podía por derecho propio jugar con lo que insinuaba pero no decía la noticia. Poco tiempo después le daba una jubilosa bienvenida al hijo de ambos. Probablemente no hubo antecedentes de otro cruce mediático tan espectacular como el de este hijo pródigo que fue Casarín para el periódico deportivo. Acaso *Esto* descubrió no sin asombro que el éxito en el fútbol también puede abrir de par en par las puertas al mundo de la farándula. (ver Imagen 4).



4.-

Imagen 4: “Fotografías del *Esto* ilustrando los diferentes cruces mediáticos de Casarín con la farándula, con el público y con el mercado”: *Fa-Cha*, caric. “Horacio Casarín, centro delantero del Atlante.” *Esto* 22 Feb. 1944: 3. Impreso; *Quico*, argumentista, y *Fa-Cha*, caricaturista. “Biografías a Lápiz: Casarín.” *Car. Fa-Cha. Esto* 10 Jul. 1944. Impreso; “Horacio Casarín brillante estrella del Atlante.” *Esto* 4 Ago. 1944. Impreso; Huerta, Efraín. “Cine.” *Esto* 10 Oct.

Imagen 4: (cont'd)

1944. *Impreso; As. "¡Huesos, joven!" Esto 21 Oct. 1941. Impreso; "Horacio Casarín y su hijo." Esto 23 May. 1944: 1. Impreso; "Casarín se casa." Esto. 1941?. Impreso.*

¿Fútbol o dinero?: Cambios semánticos en el lenguaje de fútbol 1941-1945

El 7 de abril de 1943, fecha que marca el inicio del profesionalismo del fútbol en México, fue un día revolucionario en la historia del deporte porque transformó para siempre su relación con el dinero. La propuesta de César Martino, presidente del Club América, de profesionalizar el fútbol nació formalmente en 1942 para incentivar y darle “al balompié nacional un mayor sentido de responsabilidad y una mayor calidad” (Cardoso, *Por amor* 69). El estatus de deporte profesional marcó la época y reorganizó la dinámica que había definido al deporte hasta entonces. El cambio, sin embargo, no ocurrió sorpresivamente sino que se había venido gestando de manera paulatina. *Esto* vivió el pasaje al fútbol profesional no sin ciertas contradicciones y con algunas manifestaciones de nostalgia por el pasado del fútbol amateur.

Lo cierto es que, el amateurismo y el profesionalismo convivieron como prácticas deportivas aún antes de la reforma de 1943. Ya en la década del 20, pero sobre todo en la del 30, el dinero en el fútbol dominó aspectos ligados a su producción y se fue consolidando en el sentido común de la época la idea de que el dinero era un factor decisivo para hacer del fútbol un “juego muy en serio”, como dice Johan Huizinga (ctdo. en Angelotti 175), un juego que no sólo se definió por lo que ocurría en la cancha de juego sino que también incluyó la maquinaria que funcionaba más allá de la cancha para que el espectáculo fuera posible.

Dos casos que ilustran el pasaje del amateurismo al profesionalismo en la liga de fútbol mexicana fueron los de Horacio Casarín y Rafael Navarro Corona. Se ha llamado “profesionalismo solapado” a esta época del fútbol mexicano cuando el amateurismo no excluía la influencia del dinero en la forma de hacer negocios con el deporte (Ramírez ctdo. en Angelotti

190), en otras palabras, un momento de cambios estructurales entre los que “juegan” y “observan,” y los que “controlan” el fútbol (Huizinga ctdo. en Angelotti 175). El “profesionalismo solapado” (Ramírez ctdo. en Angelotti 190) se vivió como una doble intersección, por un lado, mantuvo el amateurismo existente al no pagar salarios a todos sus jugadores mientras que, por otro lado, protegió económicamente a los deportistas ofreciéndoles ocupaciones en empresas privadas, instituciones gubernamentales y, en ocasiones, incluso con retribuciones o premios en efectivo. Fue una época en que muchos jugadores contaron con cierta estabilidad laboral y económica gracias al fútbol cuando otros (quizás la mayoría) no recibieron nada a cambio de jugar fútbol. Gabriel Angelotti Pasteur pasa revista a la historia personal de los “marrones profesionales” Horacio Casarín y Rafael Navarro Corona, reproduciendo el testimonio de Navarro sobre sus momentos como jugador semi-profesional en el Club Atlas:

en ese tiempo, lograban los Clubes hacer algo por los jugadores que les convenían, consiguiéndoles trabajo como una compensación. En el caso mío, refacilitaba la situación por ser Director de Estadísticas nuestro presidente el Ingeniero Bojórquez.

Efectivamente, como a los ocho días me avisó el Secre que para principio del mes, podía presentarme al jefe de Personal de la Dirección de Estadísticas, pues había sido girada la orden para mi plaza (ctdo. en Angelotti 187).

Los favores económicos que el fútbol trajo para jugadores como Navarro Corona en forma de empleos burocráticos o administrativos garantizaban un salario a los jugadores mientras se mantuvo la ilusión del fútbol amateur. Beneficiado con un puesto en la administración pública, Navarro Corona dejó su trabajo de comerciante y siguió jugando para el club sin apuros económicos (ctdo. en Angelotti 187). A partir de la década del treinta, el “profesionalismo solapado” (Ramírez ctdo. en Angelotti 190) en el fútbol llegó a ser una práctica aceptable y

común entre quienes empezaban a ser percibidos cada vez más como “los que controlaban” el deporte en México.

Horacio Casarín, contemporáneo de Rafael Navarro Corona, participó en el deporte desde finales del 30 hasta mediados del 50 y, como Navarro Corona, también es mencionado por Angelotti como ejemplo de profesional solapado (Ramírez ctdo. en Angelotti 190). El mismo Casarín narra cómo se negociaban los contratos de jugadores durante la época pre-profesional. Disputado por los clubes Atlante, América y Asturias, el General Nuñez, presidente entonces del Atlante, le dijo: “‘te pago los 600 pesos que te ofreció el Asturias.’ Entonces le pedí al General, que tenía enorme influencia ante la presidencia de la República, que me consiguiera entrar a trabajar en el Banco de México... “Tu entras al Banco de México”, me dijo el General...” (ctdo. en Angelotti 188). Gracias a las influencias del General Nuñez, Casarín consiguió el puesto que quería en el Banco de México y selló su compromiso con el Atlante (ctdo. en Angelotti 190). Durante la etapa previa a la reforma de 1943, Casarín recuerda los pagos que recibió por su paso en la selección nacional y en un equipo de reservas. De sus años en la reserva del Club Necaxa cuenta, “pagaban poco, algo así como 100 pesos al mes, y eso por trabajar en la Compañía de Luz [dueña del Club Necaxa].” Los favores económicos también adoptaron la forma de premios, cuando le “llamaron a jugar contra el Botafogo en 1936” Casarín jugó veinte minutos y recibió veinte pesos. Una cifra considerable a juzgar por la reacción del jugador: “¡Qué bárbaros... me pagaron a peso el minuto... si sigo así, me haré rico!” (ctdo. en Angelotti 188). Los testimonios de Navarro Corona y Casarín ilustran cómo se negociaban los contratos entre jugadores y dueños antes de que el fútbol profesional abriera las compuertas al tipo de transacciones y contratos que dominan hoy el mundo del fútbol mexicano.

El profesionalismo “(casi) desapercibid[o]” y “solapado” (Angelotti 192; Ramírez ctdo. en Angelotti 190) fue un momento del fútbol bien documentado por *Esto*. En algunos de sus reportajes a Rafael Navarro Corona, Horacio Casarín, o Fernando Marcos, el diario ofrece detalles o anécdotas que permiten reconstruir fragmentariamente la etapa incipiente de comodificación del fútbol en México a la que, conscientemente o no, había contribuido a poner en marcha. Los reportajes del *Esto*, por ejemplo, el de “Aguilar, un valor como hay muchos en el fut mexicano”. Los casos de Martín Vantolrá, Fernando García antes de que se profesionalizara el fútbol o el escrutinio de *Esto* a las ligas internacionales fueron los momentos en que el periódico se permitió explorar la relación problemática entre dinero y deporte.

La década que va de 1936 a 1946 fue una etapa marcada por la gran migración futbolística a México. La afluencia de jugadores internacionales, especialmente de países como España y Argentina (Angelotti 190) generó una “desigualdad profunda” en el fútbol nacional a causa de la diferencia de trato que recibieron jugadores mexicanos e internacionales (190). Factores de orden histórico como la Guerra Civil Española (1936-1939) y la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) explican el origen de semejante ola migratoria, pero hay que considerar el impacto que tuvieron las visitas de equipos como el Botafogo brasileño (1936), el equipo español Barcelona (1937), o la selección Vasca convertida después en el equipo mexicano Euskadi (1938) (Calderón, *Por amor* 29, 44). Dadas las diferentes situaciones por las que atravesaban sus países de origen, muchos de los jugadores visitantes, al amparo de leyes vigentes nacionales como del deporte que permitían “la libre importación de futbolistas sudamericanos” e internacionales, optaron por quedarse en México, convirtiendo al D.F. en una suerte de paraíso deportivo (25).

Con la llegada y la incorporación de jugadores internacionales al fútbol mexicano, *Esto* dejó constancia de la reestructuración que tuvo semejante impacto migratorio tanto en términos de relaciones laborales como en la demografía del deporte nacional. Siguió de cerca a ciertos jugadores extranjeros pero también observó no sin alarma la compleja reorganización que la industria del deporte estaba experimentando a causa de un cambio que se dio relativamente rápido. Desplazó la atención en lo que pasaba en las canchas de fútbol para fijarla en la relación entre jugadores y dueños o dirigentes de los distintos clubes. También notó cómo la figura del “crack” llegó a dominar la lógica económica del vasto arsenal mediático que había crecido a la sombra del fútbol. *Esto* realmente no fue capaz de articular una política editorial coherente porque sus reportajes y crónicas se contradecían semana a semana. En sus páginas la nostalgia por el pasado amateur de un deporte “noble” que prescindía del dinero para seguir fascinando a aficionados convivió con el asombro y la intriga que despertaban las sumas que el fútbol profesional era capaz de movilizar. Como parte del engranaje de un sistema de medios deportivos cuya complejidad no llegó del todo a comprender, las críticas que *Esto* publicaba junto a sus éxtasis celebratorios solo podían indicar los esfuerzos contradictorios del semanario a las demandas que el fútbol profesional parecía imponer al periodismo deportivo de la época.

La cobertura que mereció el jugador español radicado en México Martín Vantolrá (otra referencia con la que simpatizó el filme de Joaquín Pardavé, *Los hijos de don Venancio*) en *Esto* habla de los vaivenes del semanario tanto frente al cambio demográfico que la ola migratoria trajo al fútbol nacional, como a lo que ésta supuso para el avance del profesionalismo en México. Desde 1939, Vantolrá al que *Esto* llama “Maestro”, era jugador del España, un club de la comunidad española radicada en México. En su afán nacionalista por celebrar la trayectoria de un jugador extranjero que ha convertido a México en su “hogar,” el reportaje que salió publicado

el 21 de septiembre de 1941, no evita la nota melodramática y cursi: “uno de los factores determinantes para que Vantolrá se quedara en México,” sentimentaliza *Esto*, fue el amor a “la señorita Josefina Rangel, la hoy señora de Vantolrá” y el “miedo que siempre le había causado [cruzar] el mar” (Barón, “Martín Vantolrá: El miedo”). La nota carga de tinta melodramática el momento en que Vantolrá decide volver a España y el presidente del club España, Baltasar Junco, interviene: “Te vas porque quieres, en México los españoles tenemos una segunda patria y aquí nada te faltará, *ni dinero* ni afectos; en el “España” hay un lugar para ti (Barón, “Martín Vantolrá: El miedo”). Si bien el título del artículo aludía “al mar, el amor” o la amistad con el “viejo Junco,” las razones que enumera Junco para convencer a Vantolrá parecen sugerir que el España pagaba a sus jugadores aún antes de la reforma del 43. Diferencias entre equipos de extranjeros y de nacionales en cuanto a prácticas de reclutamiento y retención de jugadores constituyen la base del vínculo que establece Angelotti entre migración y profesionalismo en México. En todo caso, notas como éstas publicadas en *Esto*, ofrecen datos esparcidos que permiten reconstruir la etapa de “desigualdad profunda” (Angelotti 190) que el fútbol mexicano vivió en sus años pre-profesionales.

El paso del jugador español Fernando García¹⁰ por el fútbol mexicano fue otro caso que parece confirmar la existencia de lo que Ramírez llama el “profesionalismo solapado” del

¹⁰ Fernando García fue un futbolista de origen español, nacido en las montañas de Santander y jugó por primera vez en el equipo juvenil “Unión Club Astillero”, pasando en 1926 a la primera fuerza del Club del Astillero, y luego al Racing de Santander. Tuvo una breve aparición en el club Barcelona y mientras todavía residía en España jugó en 1935 para la selección española. Con los conflictos que afectaron a España desde 1936 por la Guerra Civil, fue a México y con la

período previo a la reforma del 43 (Ramírez ctdo. en Angelotti 190). Si bien Angelotti tiene razón cuando dice que se trató de una forma “casi desapercibida” de hacer negocios en el fútbol mexicano, sobre todo porque no era explícita la alusión al dinero, aún así una lectura cuidadosa expone estos “silencios” y los comentarios de *Esto*, intencionados o no, ayudan a revelar los entretelones de la pre-historia del profesionalismo en México. En el artículo “Fernando García. Español y Mexicano”, por ejemplo, Juan J. Barón abre el relato de vida de Fernando García haciendo una referencia a un mandato paterno que el reportaje busca desmentir, “Fernando, dedícate a vender alpargatas y quítate de la cabeza el ser futbolista, no lo serás en tu vida ni te dará una perra gorda.” Barón estructura la carrera deportiva de su jugador de turno a partir de la relación fútbol-dinero que introduce el padre en las primeras líneas de la nota. El texto es explícito en cómo y cuánto dinero ganó García en España y Argentina, deteniéndose morosamente en las cifras como cuando menciona las primeras pesetas que recibió jugando para el Racing de Santander y que le permitieron la revancha oportuna: “ahí tienes cien pesetas—le dice al padre—las gané en el fútbol y ya tengo mi contrato de profesional”; o las 50.000 pesetas que le pagó en 1936 el club Barcelona por su traspaso; o los 17.500 pesos que ganó en Argentina con su pase de Vélez Sársfield a San Lorenzo de Almagro (“Fernando García”). Pero cuando se trata de narrar la etapa mexicana de García, las cifras lucen por su ausencia acaso porque todavía

aprobación del Centro Asturiano de México recibió un contrato con el club Asturias, luego jugó con el club Atlante para después irse a vivir a Argentina a jugar con los clubes Vélez Sársfield y San Lorenzo de Almagro –no sin ser estelarizado en las páginas de la prensa al irse a este último equipo por 17.5000 pesos argentinos- para finalmente regresar en 1942 al club Atlante mexicano, véase Barón, “Fernando García”.

no se podía “hablar” de dinero en la liga mexicana. Pero considerando que ya en 1939 García era estimado como “jugador caro” nada impide pensar que en México también recibió ofertas a la altura del valor que García tenía en el mercado de fútbol. En 1936 después de su traspaso del Racing de Santander al Barcelona García fue a México a jugar con el equipo Asturias donde “llamó la atención de los directivos del Centro Asturiano de México que *lo contrataron* para su equipo,” de ahí pasó al Atlante para después jugar en Argentina y regresar a México cuando San Lorenzo de Almagro realizó una “jira y más tarde...se hicieron *los arreglos para ser readquirido* por el “Atlante”...” (énfasis mío Barón, “Fernando García”). Alejado del dato preciso, el caso Fernando García ilustra cómo la liga mexicana tenía peso en la incipiente industria del deporte que a partir de 1936, como sugiere Angelotti, venía transformando las relaciones económicas entre jugadores, clubes y una industria que veía cada vez más en el deporte una buena razón para vender sus productos. El caricaturista Arnulfo en más de una ocasión ejemplificó con la burla cómo el dinero, la internacionalización del fútbol y el profesionalismo se dieron la mano en el paraíso deportivo en el que se había convertido México para muchos.

Otros artículos de *Esto* aclararían las complicadas relaciones que el semanario estableció con la industria del fútbol. En “El problema de los sobornos,” un artículo de Eduardo Baliari que *Esto* publicó en 1944, a menos de un año de la reforma en México, la excusa de informar sobre el efecto corruptor que tuvo la profesionalización en el fútbol argentino llevó a Baliari a alabar el fútbol por la “belleza intrínseca,” casi “lírica” del deporte. A este pasado perdido (la nota desborda nostalgia por el fútbol amateur) opone un presente para el que el fútbol perdió todo interés en las gambetas y el buen juego y está definido por el “signo del mercantilismo,” y la “única consigna...es ‘ganar’” ya sea dinero o campeonatos que al cabo terminan siendo sinónimos. (Baliari, “El problema”). Según Baliari, la corrupción en el fútbol profesional

argentino era rampante: “los dirigentes [a cargo] de la dirección de los clubes [lo explotaban] para usufructo personal” y “el soborno, ese bajo fondo del fútbol argentino” es una práctica de uso cada vez que los clubes compran estrellas para llenar los cofres de sus directivos (“El problema”). En señal de advertencia al recién profesionalizado fútbol mexicano *Esto* delató los efectos corruptores del dinero en el fútbol argentino, reflejando, al hacerlo, una preocupación muy viva y mucho más cercana por el futuro del fútbol mexicano.

La alarma de *Esto* no era infundada. Las abultadas cifras que se estaban manejando en las transacciones deportivas a causa de la desregulación que regía el mercado del fútbol seguían sorprendiendo al semanario. Por otra parte, el sector industrial había salido a competir agresivamente por ganar acceso a los cada vez más cotizados espacios publicitarios que vendían los estadios de fútbol, convirtiéndose en una fuente de ingresos no anticipada por los administrativos del deporte. Además, a nivel deportivo, el desbalance en la calidad de jugadores entre equipos pobres y equipos ricos terminó beneficiando inevitablemente a los clubes con mayor cartera. El malestar acumulado por la “desigualdad profunda” que resultó de la desregulación en el mercado del fútbol explotó con el sonado “caso Leblanc” que forzó a la liga mexicana a tomar medidas para corregir el desequilibrio demográfico que resultó de la desenfrenada competencia entre los clubes por adquirir jugadores internacionales de prestigio. En el fondo, el caso “Leblanc” sentó un precedente en la regulación del número de extranjeros que se permitió enlistar en los planteles de los equipos mexicanos.

El “caso Leblanc” se remonta al 7 de mayo de 1944 durante un partido de Veracruz contra Puebla. Carlos Leblanc jugador del equipo Veracruz había nacido en Cuba pero era español nacionalizado. Según las regulaciones del fútbol del momento sólo se podía incluir a cuatro extranjeros en los planteles de cada equipo (con excepciones para asilados políticos y

españoles) Veracruz alineó a Carlos Leblanc como “quinto extranjero”. De tal manera su ingreso al campo infringió la leyes deportivas y causó revuelo en las directivas y en la afición, y la prensa gráfica siguió con detenimiento el caso. El 17 de junio se acordó que Leblanc podía seguir jugando para Veracruz como “excepción” aunque sólo durante ese torneo (““El “Veracruz””; Barón, “Surge”; Barón, “Se rectificó”).

Esto también empezó a prestar atención a las cifras movilizadas por la industria del fútbol. Buscando respuestas y modelos en otros países, la liga española asombró al diario por su organización y el ingreso y la distribución de las recaudaciones:

Anúnciase que en el partido final por el campeonato de fútbol de España celebrado el domingo pasado, se recaudaron *710.000 pesetas*, importe de *64,500 entradas* que se vendieron. Esta cantidad *casi dobla las recaudaciones de las finales anteriores*. El aumento débese a los altos precios de las entradas y a las reformas hechas al campo que lo elevó a cuatrocientos asientos más. *Cada equipo contendiente, según se dice, recibirá el treinta por ciento de la recaudación*, y el resto se repartirá entre la Federación Nacional de Foot Ball y otros organismos oficiales. *Los jugadores vascos triunfadores, según parece, han recibido de su equipo como premio, tres mil pesetas cada uno.* (énfasis mío “La recaudación en la final”)

Las cifras se convierten en centro de la noticia deportiva. Los aficionados de la liga española pasan a ser “entradas”. El espectáculo pasa a segundo plano, para *Esto* no importa el partido sino las recaudaciones (“casi dobla las recaudaciones de las finales anteriores”), lo que recibieron los equipos (“[c]ada equipo contendiente...el treinta por ciento de la recaudación”) y las 3,000 pesetas que se llevó cada jugador (“La recaudación en la final”). Los pases entre los jugadores, o el desempeño de las estrellas, aquel fútbol “lírico” dejó de preocupar a un reportero sólo

interesado en transacciones, porcentajes y números. Las cifras ingresaron al nuevo lenguaje futbolístico de *Esto* para no dejar de ser noticia en el periodismo deportivo de la era del fútbol profesional.

Esto también habló de cifras a la hora de reportar adquisiciones de jugadores. En “El fantástico traspaso” el mismo Baliari que antes había lamentado la desaparición del fútbol-lírico narra ahora con incredulidad “la fantástica suma récord” (60.000 pesos) que pagó a River Plate el club argentino Racing por la compra de Roberto D’Alessandro. “¿Vale el jugador esa fabulosa suma?” se pregunta Baliari para agregar, “Opinemos sinceramente y digamos prontamente que no.” El “no” de Baliari no es tan rotundo como a primera vista parece. El artículo enumera los “frutos comerciales” que los equipos para los que jugó D’Alessandro embolsaron en el curso de las dos últimas temporadas, ganancias que el periodista atribuye a D’Alessandro, y luego concluye, “bajo este aspecto, reconozcamos que “Racing”, s[í] ha sabido proceder” (“El fantástico traspaso”). De nuevo, el valor del jugador aparece reducido sólo a su valor económico y la nota asume el punto de vista exclusivamente económico de la dirigencia del equipo. No hay mención alguna del talento futbolístico de D’Alessandro. *Esto* parece haber aprendido a hablar de fútbol con el lenguaje de las cifras y del mercado.

Conclusión

Semana a semana, *Esto* perfeccionó un sistema gráfico para manufacturar estrellas de fútbol que supo montar desde sus primeros inicios. Con crónicas fotográficas, reportajes, y un lenguaje que encontró en la anécdota cursi, la historia edificante, o en la aridez de las cifras cuando la commodificación del fútbol así se los impuso, *Esto* consolidó, una lengua propia para hablar del deporte mexicano de 1941 a 1945. Horacio Casarín fue el hijo pródigo de la publicación. Primera estrella mediática del fútbol mexicano, el ídolo de *Esto* sufrió sucesivos

baños de gloria y no pocos escarnios a lo largo de sus páginas. La reforma de 1943 fue una suerte de parte aguas en la historia del periodo evaluado. El semanario (y diario) tuvo frente a la profesionalización del fútbol mexicano una posición contradictoria. Vivió con alarma los efectos del dinero en el fútbol, sintió nostalgia por el fútbol amateur, denunció la supremacía de los intereses económicos de la dirigencia por sobre el arte deportivo de los jugadores hasta que, finalmente, terminó claudicando al imperio del lenguaje de los números que fue el lenguaje inevitable del mercado en momentos de su consolidación. Ambivalente en política deportiva, nacionalista frente a la ola de jugadores internacionales que cambió la demografía del fútbol mexicano, *Esto* fue vanguardia en la gráfica del periodismo deportivo. Y el éxito de este modelo lo prueba su alto poder de reproducción. El lenguaje de fútbol de *Esto*, esa mezcla de grandilocuencia, cursilería y sensacionalismo es el que sigue narrando el fútbol en la prensa deportiva mexicana.

CAPÍTULO 2

Los hijos de don Venancio: la construcción de la “Sagrada Familia” y los hitos heroicos de Horacio Casarín.

*Los hijos de don Venancio*¹¹, una película del afamado director y actor Joaquín Pardavé, en una escena cargada de simbolismo reúne a Fontanalls (un catalán radicado en México), don Venancio y su hijo Tiburcio Fernández para discutir acaloradamente sobre el acontecer de la estrella de fútbol de club Atlante, Horacio Fernández (hijo de don Venancio). En pocos segundos se dramatizan los ejes temáticos de *Los hijos*, al discutir, entre estos personajes, el excesivo paternalismo de don Venancio, la centralidad de los valores de la familia y la estelaridad de Horacio Fernández en el fútbol mexicano. Fontanalls le pregunta a don Venancio que si ha puesto atención a los medios de comunicación que no paran de hablar del meteórico deportista Horacio, don Venancio excesivamente molesto lo niega “[p]ues no, no me importa. Ya se lo he dicho a todo el mundo y en todos los tonos!” (Pardavé 51) y Tiburcio refuta enfáticamente el desprecio del padre porque sabe de la pasión que le tiene a su hijo “le apuesto todo lo que traigo en la bolsa...a que no me deja meter usted las manos en sus bolsillos” (52), debido a que don Venancio lleva recortes del periódico del día con las noticias de su hijo. De esta manera, don Venancio explota y le recuerda a su hijo Tiburcio y a Fontanalls su posición de patriarca y jefe

¹¹ De aquí en adelante me refiero a la película *Los hijos de don Venancio*, acortando su nombre para simplificar el texto, con la referencia *Los hijos*. Las citas textuales vienen de dos lugares: 1) Cito del diálogo transcrito del director de la película, Joaquín Pardavé, que de aquí en adelante aparecen como Pardavé más el número de página, y 2) también de la versión final cinematográfica que apareció en pantalla a la que sólo menciono como *Los hijos* y con la referencia de tiempo proveniente del DVD.

de familia “¡Bueno, [¿]y qué? ¿Qué diablos les importa a todos? ¡Caray, hasta en mis bolsillos se ha de meter la gente. [¿]No es mi hijo? [¿]No soy su padre? [¿]O duda alguno de que lo sea?...¡Caray, al diablo todos, pues no faltaba más!.....” (52). Como consecuencia se desprenden dos cosas, su pasión hacia su familia y la centralidad que esta tiene en el imaginario colectivo.

En este capítulo me propongo analizar *Los hijos de don Venancio* (1944), una película futbolística de la época dorada del cine mexicano, que con tono sacralizante habló del fútbol montando en su trama en la importancia de los valores de la “familia mexicana” regidos por la moral e ideología paterna y la iconicidad del ídolo deportivo del momento, Horacio Casarín.

Los hijos de don Venancio un snapshot.

Los hijos es un melodrama folletinesco (Monsiváis y Bonfil 14) sobre la rápida transformación de la estructura familiar en la década de los 40s que muestra una sociedad polifacética en la que los hijos han olvidado el respeto al antiguo “orden jerárquico”: la figura del padre. *Los hijos* recrea la vida de don Venancio Fernández (Joaquín Pardavé), un español radicado desde su juventud en tierras mexicanas, y los conflictos que tiene con sus hijos mexicanos. La trama se centra en 3 espacios: la casa (o ámbito privado), la tienda (o ámbito económico) y el parque Asturias (o ámbito colectivo). Dos rebeliones contra el padre serán importantes hitos temáticos. Por una parte, la libertad de Alicia (Alicia Ravell) para decidir más allá de la voluntad paterna y, por otra, la fuga del hogar de Horacio (Horacio Casarín), el hijo deportista. Además de los vínculos familiares los empleados de la tienda de don Venancio actúan como una especie de segunda familia a causa de su lugar de nacimiento, España.

Aunque quisiera creerse una familia normal, los Fernández son un grupo dispar y ecléctico en el que la única cohesión se da a través de la incompreensión entre los hijos y el padre. La disfuncionalidad de la familia viene “desde arriba” ya que don Venancio (argumenta en todo

momento) no entiende a los jóvenes y menos a los de su familia. Su hijo mayor, Eduardo (Rafael Banquells), es el único que vive fuera de la casa paterna al comenzar la película y es el único con el que don Venancio parece comunicarse, aunque no entiende cómo su hijo vive en la miseria siendo un profesionalista prominente. Don Venancio cree que a Eduardo le puede ir mejor económicamente con él como comerciante. Su hija, Alicia, opina don Venancio, es una hija deshonrosa que por motivos de amor propio (o más bien de amor al novio) decide escaparse para después casarse con su novio sin el consentimiento paterno. Esta decisión pone en riesgo el apellido Fernández, y de ahí que la descomposición del tejido familiar sea centro temático de *Los hijos*. La relación que don Venancio mantiene con ella causa gran tensión a lo largo de la película junto con el repudio a Luis (Roberto Cañedo), su yerno vago y abusivo (golpea a su hija por lo menos en una ocasión). Tiburcio (Alfredo Varela Jr.) es otro hijo varón de don Venancio y es un “desobligado” porque desperdicia sus días como poeta, músico y loco, componiendo música a deshoras y llevando artistas (a la Alondra “Viajera”) a su casa. Aún con su espíritu libre, Tiburcio no se va de la casa porque cree que: “no hay que poner los garbanzos a cuatro leguas de la dentadura” (*Los hijos* 0:54:30-0:54:32), compartiendo así el espíritu mercantil de su padre aunque con rostro de poeta. El otro hijo varón, Horacio, silencia la voz del padre toda vez que puede para cumplir el sueño de su vida: ser futbolista. Como Alicia, Horacio decide escaparse de casa para dedicarse al fútbol su pasión y su vida. Don Venancio nunca entiende la devoción de sus hijos a sus pasiones modernas y menos al “juego de marras” (como llama al fútbol), del que todos parecen fanáticos. Su hija Mari Lu (Mari Lu), la menor, es la más apegada afectivamente a él, y con la que don Venancio pasa más tiempo gracias a su inocencia y la alegría de sus cantos y bromas. Sin duda, *Los hijos* explora con su espíritu nostálgico y lúdico el amor filial de una familia moderna de los 40s. Al final, los hijos de don Venancio logran

“modernizar” a su padre quien termina aceptando los pasatiempos y personalidades de cada miembro de su familia.

Los hijos de don Venancio y la metáfora del hogar.

Los hijos centra su relaciones familiares en espacios muy definidos que sirven de sistema organizador dentro de la historia. Lejos de los espacios abiertos del campo retratados en películas de la época como *María Candelaria* o de las imágenes idílicas del rancho de *Allá en el rancho grande*, los espacios de *Los hijos* se diferencian de los escenarios bucólicos (o de arrabal) de la época de oro, centrandó su mirada en el de don Venancio, un palacete de corte porfiriano que refleja la ideología paternalista de la historia en su comienzo. A parte de la casa de los Fernández, la película enmarca la historia familiar en otros 2 escenarios: 1) la tienda Ultra Marinos Finos Venancio Fernández y 2) el parque de fútbol Asturias mientras en el hogar se dramatizan las tensiones familiares, en la tienda y el parque Asturias las tensiones aparecen atravesadas por diferencias nacionales y fanatismos partidistas y sirven de “espacios de debate” donde el fútbol se convierte en una excusa para dramatizar la sociedad mexicana de los años 40.

La casa de los Fernández en *Los hijos* refleja la jerarquía paternal como espacio de grandeza y fragmentación. Por un lado, el hogar es un espacio común (que supone grandeza) controlado por el padre aunque, a su vez, es sintomático de su fracaso como figura de cohesión y autoridad. La llegada de don Venancio al hogar es la escena donde se alegoriza el orden patriarcal fracasado por medio del uso del espacio. El significado se construye por medio de tecnicismos cinematográficos. Cuando don Venancio regresa a casa después de su trabajo para celebrar su “santo”, el espectador nota el esplendor del hogar porfiriano, producto del exceso económico que pudiera tener un mercader adinerado de la época. A través de un *long shot*, ve a don Venancio en la parte inferior de las escaleras monumentales de una mansión en semi-

penumbra hasta que prende la luz y ve paredes muy claras cargadas de piezas de arte. En la parte inferior de la escalera, hay una mesa con una pequeña lámpara y algunos muebles que decoran la entrada. La cámara durante esta toma da una primera impresión del espacio y permite conceptualizar todos los detalles y el lujo que adorna su hogar (ver Imagen 5). Puede decirse que la primera toma del hogar captura la abundancia económica de la familia, y, con su voz (y dos tomas de medio plano) anticipa la forma en que el padre organiza y siente su hogar.

5.-



Imagen 5: “Don Venancio llegando a su hogar y presagiando una celebración en su honor”: *Los hijos de don Venancio*. Dir. Joaquín Pardavé. Perf. Joaquín Pardavé y Horacio Casarín. Zima Entertainment, 1944. Filme. DVD.

Más allá de la grandiosidad del hogar, la incorporación de otras técnicas sirven para crear un sentido de vacío y nostalgia. El uso de luces y el sonido le recuerdan al espectador el ingrediente faltante, aquella ausencia de armonía en el hogar de los Fernández, y la fragilidad de los lazos familiares. En la primera toma del hogar de los Fernández, la luz que se refleja del segundo piso de la residencia impacta en la pared que proyecta la sombra de don Venancio y es a través del contraste entre luz y sombra que se teje un sentido dramático en torno al vacío del hogar. El contraste entre luces y abundancia de artefactos en el hogar y el sentimiento de vacío será una de las formas en que se manifiesta el exceso económico y la carencia afectiva.

También el sonido (verbal y ambiental) juega un rol esencial en la creación del *efecto kuleshov*¹² en *Los hijos*. La plétora verbal de don Venancio es otro recurso del que Pardavé se vale para mostrar la forma jerárquica de la relación familiar de don Venancio con sus hijos. Con tono juguetón y controlador, en esta misma escena, don Venancio ordena a sus hijos que salgan a su encuentro:

Bueno chicos, ya estoy aquí. [Risa] Podéis creerme si os digo que hoy no he tenido tiempo ni para acordarme que era el día de mi “Santo” [Risa]. Bueno, ya está bueno de bromas. Encended la luz y dadme la sorpresa de una vez. Los chicos de la tienda querían que fuera...[silencio] pero ya está bien hombre, enceded la luz. (*Los hijos* 0:04:39-0:05:04)

Por un lado, Pardavé muestra el esquema jerárquico y la forma en que las relaciones familiares son literalmente verbalizadas por don Venancio. Al llegar al hogar, don Venancio espera que sus hijos salgan a su encuentro y quiere que tengan organizada una celebración por ser día de su “santo”. Hace explícita su llegada al gritar “ya estoy aquí” y sin esperar respuesta de sus hijos continúa el resto de su parlamento. No es sino cuando enciende la luz y nadie sale a su encuentro que se da cuenta que imaginó una gran fiesta, sólo para quedar decepcionado ante el paso de un silencio rotundo. Ni siquiera doña Aurora, la sirvienta, parece haberlo estado esperando al llegar amodorrada a recibirlo: “[p]erdone señor que no haya notado cuando llegó. ¿Quiere señor que le sirva la cena?” (*Los hijos* 0:05:33-0:05:37). Momentos después la música refuerza la nostalgia y

¹² El *efecto Kuleshov* es la continuidad de tomas cinematográficas que en términos generales sirven para ayudar al espectador a intuir espacios y crear una idea de una totalidad narrativa, véase Bordwell y Thompson 228-229.

la soledad que rodean a don Venancio. Pardavé le recuerda al espectador que aún pudiendo ofrecer toda la seguridad económica a sus hijos, don Venancio no puede comprar, ni controlar su felicidad. La escena termina confesando su fracaso como padre. Así, Pardavé pone en evidencia la ruptura del tejido familiar a causa de la falta del calor filial y del nuevo orden impuesto por los preceptos de la modernidad.¹³ Más allá de la grandeza material de la mansión, la fragmentación familiar parece indiscutible.

Cómo debatir el nacionalismo en el fútbol: Atlantistas vs. Asturianos

La tienda de don Venancio sirve como foro de discusión para expresar las opiniones de los empleados, y clientes de don Venancio, y ahí refutan o concilian sus filiaciones deportivas. Primero hablan sobre aquellos dos bandos deportivos, los Atlantistas vs. los Asturianos.¹⁴ Manteniendo siempre un tono disidente, la discusión entre los empleados sacraliza ya sea a uno u otro equipo y el espectador descubre en la escena de la tienda las filiaciones deportivas con la acalorada discusión que surge entre don Venancio, Ciriaco, Fontanalls, Valentín y dos clientes que enjuician marcadamente a sus equipos.

¹³ Algunos segundos después sabremos que sus hijos no han ido a celebrar su “Santo” porque están ocupados en sus actividades, que según se sabe en la primera plática entre don Venancio y Eduardo, son “modernas” y ajenas al padre, véase *Los hijos*.

¹⁴ Según Bañuelos, los inicios del Club Asturias surgieron en el seno de la colonia española en la ciudad de México en 1914, véase 24-25; La tradición deportiva del Atlante tiene sus raíces entre comunidades indígenas y humildes de los llanos de la ciudad de México, y sobre todo aplaude su gran estilo de juego, véase 44-45.

Los empleados y clientes de don Venancio distinguen sus equipos a partir de dos paradigmas, los “cochinos” del Atlante y los “llorones” del Asturias. Según se desprende de la segunda escena en la tienda de don Venancio, el partido permitió situaciones polémicas que, luego, en boca de sus aficionados desprestigiaron al otro equipo situándolos como animales o poco viriles. Ciriaco, al hablar del partido con su cliente, se da cuenta que su cliente es un aficionado del Atlante y no pierde tiempo en expresarle su rencor con lo que puede y tiene, más o menos así “[¿]dije a uno cincuenta las aceitunas? Me equivoqué. Dos cincuenta la lata.” (Pardavé 26) y le cobra más porque el cliente acusa a los aficionados, y por extensión al equipo Asturias de ser unos “llorones”: “[u]stedes los españoles, cuando pierde su equipo un partido, siempre encuentran a quién echarle la culpa” (26) y es más “[s]iempre anda[n]...llorando[,los del Asturias,]!” (26). Más allá de describir al perdedor como un simple llorón, la ecuación parece recordar la caracterización del “chingado” que Octavio Paz expone en otro contexto; es decir, el llorón coincidiría con el “chingado” que Paz asocia con lo femenino-maternal:

¿Quién es la chingada? Ante todo, es la Madre. No una Madre de carne y hueso, sino una figura mítica. La Chingada es una de las representaciones mexicanas de la Maternidad, como la Llorona o la “sufrida madre”...La Chingada es la madre que ha sufrido, metafórica o realmente, la acción corrosiva e infamante implícita en el verbo que le da nombre.” (*El laberinto* 212)

Los que han sido derrotados y los que han “sufrido...la acción corrosiva” (212) de ser chingados porque “chingar”, explica Paz, “también implica la idea de fracaso...En casi todas partes chingarse es salir burlado, fracasar” (213) y en *Los hijos*, los “chingados”, es decir los sometidos al juego verbal, son los equipos que sirven como metáfora de las comunidades españolas en la ciudad de México: el Asturias o el España. Pero la fórmula, según el cliente, a la inversa que la

ecuación de Octavio Paz sirve para “chingar” a los españoles y para revertir la ofrenda colonial. Fontanalls al oír las quejas de Ciríaco, y del cliente uno, se da a la tarea de confirmar quienes son los chingados “[l]lorarán los del Asturias o los del España, que nosotros [los del Atlante], somos machos aquí y donde quiera” (Pardavé 26). Frente al insulto de Fontanalls, el cliente fanático del Asturias arremete: “[l]os del Atlante son unos cochinos!” (26) y Ciríaco confirma “[s]on unos cochinos y bien cochinos” (27). Además de tratarlos de tramposos, los del Asturias atacan a los del Atlante recurriendo al insulto racial “los del Atlante, se van a ver más negros de lo que son” (61) o “prietitos” (57).

No parece raro que el Asturias y el Atlante fueran causa de debates y mucho menos debates cargados de “colores” nacionales. En el imaginario colectivo, el club Asturias y el club España tenían más dinero lo que les permitía patrocinar la plantilla deportiva en su mayoría española.¹⁵

Para Valentín, otro empleado de don Venancio, un partido entre el Atlante y el Asturias es un enfrentamiento donde se pone en juego otra cosa: los del Atlante son “mexicanos” y los del Asturias son “españoles”. Carlos Monsiváis creía con razón que “[e]l fútbol es una ciencia’... es la verificación empírica de los modos correctos de usar el balón, que significan el triunfo de una nación sobre las demás” (*Los rituales* 31). Las tensiones dramatizadas en la cancha de fútbol sugieren que “ahí” en los once jugadores está la nación y la “Patria... entra por los ojos y los oídos y...sale por la garganta” (31). De igual manera, como ocurre en la ciudad caótica (pero ritualizada) de Monsiváis, el “empirismo deportivo” es fundamental en *Los hijos*. Valentín no

¹⁵ Ver Bañuelos especialmente su capítulo “El cielo asturiano” 24-25; O véase el capítulo “Los refugiados españoles” Calderón, *Por amor* 28-29.

puede entender cómo su compatriota Fontanalls (nacido en España) apoye al Atlante. La afrenta a Fontanalls es directa, Valentín le grita: “¡Mal español, mal amigo!” (Pardavé 27). Es decir, el “empirismo del balón” (como lo llama Monsiváis) decide a quién y cómo apoyar, y así Valentín afilia mecánicamente a los nacidos en España a un equipo mientras que los nacidos en México quedan automáticamente afiliados a otro. Para Valentín, es evidente que Fontanalls es tan mal amigo como co-nacional porque no apoya al Asturias (alegoría de su patria).

Sin embargo, Fontanalls y Pedro rompen falsas generalizaciones al recordar que no todos los jugadores del Atlante son mexicanos porque ahí están “Ventolrá, [y] Huitt ...” para probar lo contrario (Pardavé 27). Al mencionar a Martí Ventolrá (español nacido en Barcelona) o a Antonio Huitt (costarricense), Pedro nota el error de la generalización, señalando al cliente el aspecto transnacional del Atlante en la década del 40, momento de una ola masiva de inmigración deportiva debido a la profesionalización del fútbol mexicano.¹⁶

La idea homogénea de nacionalidad se complica aún más cuando Fontanalls refuta a Pedro, al decir qué en vez de que Ventolrá sea español más bien él es parte de otra nación, o de aquella nación no tan aceptada: “¡Ventolrá es más catalán que el Tibidabo!” (Pardavé 27). En pleno Franquismo los regionalismos son un nuevo índice de nacionalidad que el gentilicio español y el comprador tres multiplica al recordar que “Ventolrá es mexicano, porque se casó con una mexicana y al casarse perdió automáticamente su nacionalidad” (27).¹⁷ De esta manera,

¹⁶ En Calderón, *Por amor*, aparecen algunos aspectos de la internacionalización del fútbol mexicano, véase 64-65.

¹⁷ Ni la Constitución Mexicana de 1917 puede definir sin tener que ampliar sus fórmulas, por ejemplo, léase el artículo 30 que propone algunas opciones.

al no saber cómo definir los nacionalismos/nacionalidad, nace en la matriz del filme la “topografía de la contestación”. En la segunda escena de la tienda mientras se debaten estos aspectos jurídicos y políticos don Venancio dice “quieto todo el mundo” y, como es norma los calla privilegiando lo económico sobre cualquier sentimentalismo nacionalista: “ustedes señores [a los clientes] a comprar y ustedes [a los empleados] a vender que es su obligación” (28). Quizás el único momento que don Venancio se deja llevar por el juego de “marras” es al final de la película cuando en las tribunas del Asturias hablan mal del Atlante y de su hijo Horacio. En ese instante, su paternidad es más fuerte que su rancio nacionalismo, y decide la encrucijada de nacionalidades que plantea la película al gritar “[y]o le voy al que me da la gana” (63). Sin banderas no hay problemas parece sugerir *Los hijos*. No queda ninguna duda de su posición híbrida cuando termina el filme y sosteniendo a su nieto mexicano en brazos, declara “Cada uno por su lado, ha logrado demostrar que sois de buena cepa, que sois unos Fernández. He ahí el resultado. La brava sangre asturiana, mezclada, con la rebelde sangre mexicana, da esta especie de tigrillos, indomables y fieros” (Pardavé 78).

Los hijos de don Venancio y los vestigios del honor

En *Los hijos*, otro centro temático lo constituye el honor montado en la matriz de la familia.¹⁸ Don Venancio, por un lado, juzga las transformaciones de los tiempos notando cómo las aficiones y pasiones de sus hijos entran en tensión con los valores de la familia convencional, y, gran parte de sus comentarios tienden a enfrentar el “presente” con “los viejos tiempos”(estos últimos teñidos de profunda nostalgia). Comienza la película el día del “santo” de don Venancio,

¹⁸ *Los hijos* no fue la primera película en que Pardavé trató el tema del honor ya lo había hecho como director y antes de *Los hijos* como actor, véase Ayala Blanco 46-47.

día que todos sus hijos olvidan, y nadie, excepto Eduardo, lo espera para celebrar, absorbidos por sus distintas obsesiones. Claramente los afectos de don Venancio los canaliza en sus hijos, sin embargo de cualquier manera no es la misma conexión que ellos sienten (o demuestran) a su padre. El olvido no es único de sus hijos. Don Venancio dejó España para emigrar a México rompiendo las convenciones de su época y dejando atrás tradiciones y familia. Ocasionalmente se ve reflejado en el comportamiento de sus hijos. Tanto para don Venancio como para sus hijos la ruptura de los lazos de familia sirve para perseguir sus propios sueños.

El conflicto generacional que plantea la película tiene que ver con una moral atada al honor de la familia. Monsiváis afirma que la familia, y el rechazo paterno a lo “inaceptable”, fueron centros temáticos de la década de oro del cine mexicano:

Entre 1930 y 1950 la industria cultural... Siembra las tramas de regaños para no tener demasiados problemas con la moral dominante, exalta a la familia, pondera la honra, le prepara un mal fin al adulterio y la prostitución..., y hace del discurrir de imágenes la admisión posible en el momento de la ferocidad de las represiones (*A través* 92).

Pardavé sigue los dictados de esta convención y en *Los hijos* explora los alcances del honor con larga tradición en el teatro español (García Riera 111). La fórmula del honor que propone en *Los hijos* es de corte celestinesco, especialmente, en lo tocante a la tragedia del padre. La asociación con Pleberio resuena en la escena donde don Venancio lamenta frente a las tías de Luis la mancha social (el “escándalo” como lo definen las tías) que recae sobre su familia después de la fuga de Alicia y Luis. Después de buscar en forma desesperada por todos lados, Venancio busca a Alicia en casa de las tías solteras de Luis y les pide ayuda para encontrarla. Con tono desentendido, las que “era[n]” tías de Luis, recuerdan el “escándalo” y el “lío bochornoso” en el que el “caballerete” (el sobrino que ha “muerto para [ellas]”) las ha metido con la hija del dueño

de “la ciudad de Oviedo” (*Los hijos* 0:14:21-0:14:26). En toda esta escena, don Venancio no deja de lamentarse por el honor perdido.

Otra forma de honor que plantea la película consiste en seguir el mandato paterno dentro del marco normativo de la familia. Don Venancio quiere que todos sus hijos honren al padre, y a la madre muerta, haciendo lo que el padre ordene. No son pocas las veces que don Venancio dice que en su casa “nadie manda más que [él]” (*Los hijos* se hace “lo que [él] diga” (*Los hijos* 0:27:24-0:27:25). Sin embargo pocas son las veces que los hijos obedecen. En una ocasión, por ejemplo, les pide a sus hijos que desayunen y autoritario reclama “[d]e hoy en adelante, aquí nadie manda más que yo” ante sus quejas pregunta retóricamente: “¿o qué? ¿no soy el padre de esta casa?”, “¡Cuántas veces voy a tener que repetiros que no quiero discusiones...” (Pardavé 19; *Los hijos* 0:03:16-0:03:19). A Horacio le pide que deje de jugar debido al estrépito que causa su balón: “¡Acabáramos. Este era el ruidito de marras!” (Pardavé 38). Y Tiburcio también recibe la censura del padre cuando toca el piano: “¡A callar, condenado, que pueden oídos!” (38). Tanto Horacio como Tiburcio deben someterse a la imposición del padre porque “en casa se hace lo que él dice”: “¡Pero esto se va a acabar ahora mismo! ¡Se acabó la locura del foot ball y la cursilería de las canciones!” (38). También reprime a su hija Alicia porque él para ella “hubiera querido, no a Luis que es un cualquiera, sino al rey de España o simplemente a un hombre honrado que te hubiera sacado de tu casa como una azucena, vestida de blanco, para llevarte al altar como yo llevé a tu madre” (*Los hijos* 0:25:37-0:25:53). No queda espacio para diversiones en el hogar de los Fernández. Después de repetir las mismas frases una y otra vez, todos acatan el orden impuesto por don Venancio con excepción de Alicia y Horacio. Alicia dejará su familia para escaparse y casarse sin el consentimiento paterno, y Horacio se irá de casa porque no quiere trabajar en la bodega del padre sino jugar para el Atlante. El equilibrio y la armonía quedan, sin

embargo, restituidos cuando ambos regresan finalmente al hogar paterno: Alicia con un hijo y un marido trabajador y reformado por la paternidad y Horacio convertido en “estrella” nacional.

Pero la armonía familiar puede lograrse, sobre todo porque don Venancio ha cambiado. Alejado de aquel desprecio al deporte que considera un “juego de marras”, al final don Venancio celebra y disfruta del fútbol como un fanático más.

***Los hijos de don Venancio* y la novela de sufrimiento del héroe Horacio Fernández**

Los hijos es clara en su defensa a la estructura normativa de la familia, sin embargo existe otra línea argumental que se desprende del filme y se mantiene como foco de enunciación: la ritualización del héroe. Según Bakhtin, la novela de sufrimiento es un tipo narrativo basado en las tribulaciones de héroes que prueban su virtud, valor, fidelidad (o santidad) ante circunstancias adversas (Bakhtin et al 11). Aunque Bakhtin habla del héroe en otro contexto,¹⁹ sus premisas sirven para entender cómo *Los hijos* mantiene una estructura afin a la novela de sufrimiento. Es paradigmático el caso de Horacio Fernández porque en *Los hijos* termina convirtiéndose en el héroe mimado por el filme.

En *Los hijos*, Horacio Fernández encarna la imagen del héroe aunque cada uno de los hermanos abraza un destino diferente. Tiburcio es el bohemio; Marilú la fanática del cine de la época de oro; Eduardo es el hijo modelo, profesional, trabajador y maduro; Por último, Alicia, es la mujer que ama, “la rebelde”. Sin embargo, Horacio es el elemento de cohesión familiar, el catalizador que hace converger todas las otras historias. Desde el inicio en *Los hijos* se sabe que Horacio es un jugador en ascenso meteórico, de acuerdo a lo que el espectador escucha junto a don Venancio, en la radio: “el centro delantero titular del equipo Atlante se encuentra enfermo, y

¹⁹ Véase la novela de sufrimiento junto con sus subcategorías en Bakhtin et al 11.

[jugará] en su lugar, Horacio Fernández del equipo de reservas....” (Pardavé 24). Ya no es sólo hijo de don Venancio, más bien desde el inicio Horacio es mimado por los medios que lo convierten en héroe de masas. Aparece en periódicos (en tinta del *Esto*) y Fontanalls va con la noticia a don Venancio: “Este, patrón. ¿Ha visto uste los periódicos? Todos traen una nota acerca de....acerca de.....acerca de....acerca del peque....del Horacio” (50). Fontanalls temeroso a pronunciar el nombre del hijo prófugo, le recuerda a su patrón que su hijo, se ha convertido en punto de referencia para los periódicos de la época. El “peque” irá escalando en la pirámide deportiva hasta encumbrarse en su cúspide.

Horacio coincide con el héroe mítico descrito por Bakhtin, porque además de ser elevado a mito por los medios también es fiel a su pasión por el fútbol (11). Desde un principio percibimos su dedicación al fútbol: su alcoba está saturada de banderines, trofeos y regalías futbolísticas. La voz en *off* de don Venancio que le habla a Eduardo acompaña la imagen: “[A Horacio l]e ha dado por la pelota, es descuidado, loco, y llega a casa hecho un puerco de los llanos, en donde pasa el día dando puntapiés a un balón. No hace caso de nada, ni le preocupa nada más que [e]so” (Pardavé 6). Don Venancio desde el inicio del filme claramente puntualiza cómo Horacio rompe con las normas de la familia al seguir una práctica que es mal vista por su padre y su clase. Para don Venancio, no existe nada rescatable en el fútbol (el “juego de marras”). De ahí el retrato cargado de características negativas (Horacio es “descuidado”, “loco”, “puerco”, da “puntapiés”, no hace “caso” [6]). Su obsesión por el fútbol es insondable para el padre porque rompe con las normas de productividad imaginadas por el patriarca “¿cómo quiere hacer carrera con los pies? Los pies se hicieron para las botas, para andar o para tener callos” (6).

Aquella enfermedad a la pelota ha terminado por disolver toda influencia del padre. En *Los hijos* el fútbol ha transformado al joven, según la opinión del padre, quebrantando su

moderada personalidad. Horacio ya no es el mismo a causa o por culpa del fútbol, ahora “descuida” todo lo que no tenga relación con el fútbol y se pasa el día en “los llanos” (Pardavé 6): “[después de jugar] llega a casa hecho un puerco” (6) se queja don Venancio. En otro momento, sin tiempo para desayunar, Horacio muestra sus prioridades al elegir el deporte frente a lo más básico, la comida: “A mí ya se me hizo tarde para el partido y no tengo tiempo para desayunar” (18). De tal manera, esta enfermedad cancerosa del “jueguito de marras” es más fuerte para Horacio que su imagen, su extracción social, sus hábitos o todo mandato familiar de su padre.

Bakhtin sugiere que una novela de sufrimiento se construye alrededor de una imagen, es decir, un tipo de héroe que sufre tribulaciones para después redimirse airoso (12). El héroe debe someterse a momentos de tormento, tribulaciones, y precariedad para así encontrar soluciones que lo conduzcan al momento apoteótico. Reivindicarse como héroe será su meta y un escenario cargado de tensiones se convertirá en su “court of law” (12). En *Los hijos*, las tribulaciones que sufre Horacio sirven para demostrar que su pasión por el fútbol no es vana. Bakhtin sostiene que “[t]he novel of ordeal always begins where a deviation from the normal social and biographical course of life begins...” (14), y en *Los hijos* los obstáculos que permiten que Horacio crezca cómo héroe comienzan cuando abandona la casa paterna para dar rienda suelta a su destino de jugador de fútbol. Para convertirse en héroe, Horacio sufre las consecuencias de su anhelo deportivo al dejar el hogar, mal comer y vivir una vida casi monástica comparada con el estilo opulento de vida que había gozado cuando vivía con su familia.

La ruptura con el núcleo familiar y la salida de Horacio de la órbita de influencia del padre dan inicios a su tribulación. Horacio elige un destino que no es el imaginado por don Venancio. Así, con amenazas de dejarlo desprotegido, don Venancio muestra un hogar sometido

a sus reglas al obligarlo a que quede bajo su amparo económico: “[d]esde mañana a trabajar a la tienda los dos[: Tiburcio y Horacio]!” (Pardavé 38) y enfatiza “al que no le parezca, a la calle, a la cochina calle, a comer rebanadas de hambre” (38). Sin embargo, como héroe prototípico, Horacio se rehúsa a acatar las órdenes del padre rompiendo así el orden patriarcal y siguiendo su pasión por el fútbol. En vez de ir a trabajar a la tienda, Horacio dice desafiante: “Pues me voy a la calle, padre...” para poco después explicar sus razones “[m]i porvenir está en las canchas y allá me voy...Es preferible morirse, que irse a meter detrás de un mostrador toda la vida” (39). Así lo físico se somete al tener que escapar de las comodidades del hogar y al optar por la precariedad corporal antes que ceder ideológicamente “y si me muero de hambre mejor” (39).

En “la calle”, fuera de la casa paterna Horacio sufre las transformaciones míticas de todo héroe antes de regresar victorioso al hogar.²⁰ Lejos de ser sólo un viaje de transformación (de y hacia el hogar), la historia también tiene tonos de tintes cristianos que, según Bakhtin, son características de toda “novela de sufrimiento”, un género en el que reconoce la influencia de dos raíces históricas literarias. La primera fue el “romance griego”, y la segunda, la que aquí concierne, tiene relación con la hagiográfica cristiana organizada en base a la biografía de mártires y santos que ponían a prueba su fe a través de sufrimiento y de tentaciones. Son las

²⁰ Otros contextos literarios (también cinematográficos) han hecho conexiones temáticas similares, quizás es caso paradigmático el de Ulises que viajó y regresó a la isla de Itaca; o también fue el hogar de Don Quijote (o la venta) que también fungió como sitio de transformación (de regreso); o aquella árida e inexplicable Comala de Juan Rulfo, véase *Pedro Páramo* 65; y, en *Los hijos*, Horacio no es la excepción al hacer un viaje transformativo antes de regresar redimido y como héroe con su familia los Fernández.

pruebas que derivan del sufrimiento y de la tentación las que perfeccionan el valor, la virtud y la nobleza de los héroes cristianos (11). En *Los hijos*, de forma similar a la caracterización que hace Bakhtin, Horacio es capaz de mostrar la hagiografía, su carácter noble como futbolista (sinónimo del santo de la era laica), después de superar las tribulaciones que lo convierten en nuevo apóstol del fútbol. En *Los hijos*, el sufrimiento eleva al jugador de fútbol a la nueva religión del domingo hasta alcanzar la imagen triunfal del héroe laico del domingo. Para convertirse en estrella de fútbol, Horacio necesita sufrir espiritual y físicamente. El exilio del hogar lo obliga a sobrevivir condiciones de privaciones necesarias para luego regresar airoso a su hogar. Si los santos y mártires sufrían hambre para sublimar su cuerpo y su espíritu a Dios, en *Los hijos* Horacio sufre para cumplir con el fútbol. Los ritos corporales de Horacio se irán acumulando.

Después de que Horacio se ha escapado de casa, Eduardo comenta la vida de su hermano fuera del hogar y sin el apoyo económico de su padre: “[Horacio] Vive en una casa de huéspedes, el equipo le paga los gastos y aunque sin lujos, no pasa privaciones...” (Pardavé 43). Tiburcio también sabe del sufrimiento de su hermano al dejar su hogar porque aunque se va de casa su filiación a su padre se mantiene latente. En una carta que Horacio le escribe a Tiburcio dice “Y mañana es la gran oportunidad de mi vida; solo falta, para que mi dicha sea completa, saber que mi padre me ha perdonado y que ustedes lo convencieran para que asist[a] al partido” (52). El símil que la película establece entre la vida de un santo y la del futbolista es claro. Al igual que los santos que tienen que sufrir cierta precariedad terrenal para ganarse a Dios, Horacio también debe pasar privaciones para alcanzar al olimpo futbolístico. De esta manera, la película apela a la ideología cristiana donde las privaciones físicas y corporales son sinónimo (o ruta) de grandeza espiritual. Sometido a la austeridad “lejos de [don Venancio]” Horacio “se porta

honestamente para que [su familia no] tenga que avergonzarse” (43). Su cuerpo “sin lujos” y su alma “honesta” (43) y, así con estas características, Horacio sublima las necesidades de su cuerpo y purifica su alma con una vida de asceta para completar el proceso de santificación del héroe y así del fútbol.

Como Dios, en esta nueva religión del domingo, Horacio, es “fe” y “esperanza” para su familia y para México. Eduardo le recuerda a su padre el rol quasi-religioso de Horacio: “mañana miles de gargantas alentarán a Horacio y miles de manos le aplaudirán porque le tienen fe. Yo tengo puesta mi esperanza en él porque los directivos del Atlante me han prometido que si ganan el campeonato autorizarán mi proyecto para construirles un gran estadio” (Pardavé 55). La “fe” y la “esperanza” serán dos virtudes teologales²¹ que la película asocia al nombre de su héroe (religioso). Son dos formas que se vinculan con la imaginación de la sociedad y sirven de plataforma para la producción de sueños y realidades al servicio de sus fieles. Es decir, el nombre sirve como fetiche para alentar los sueños de la sociedad y producir su goce. Si bien parece que la fórmula sólo sirve para sacralizar al héroe, también tiene otra función ya que parece regular las emociones y deseos de los fieles fanáticos.

Pero Horacio es un héroe que recibe ayuda. Iconográficamente la madre parece funcionar como otra deidad en la película. Antes del partido consagratorio, don Venancio alza una plegaria a su difunta esposa cuya imagen está enmarcada en un cuadro en la pared de su cuarto: “¡A mi no me gusta el foot ball, tu lo sabes.....y no te enojés, por lo que te voy a pedir: pero, ayuda a mi chavalillo, ayuda mañana a mi Horacio...Lupita, buenas noches” (55). Lupita desde su tumba

²¹ Las virtudes teologales, según el catolicismo, son la “Fe”, la “Esperanza” y la “Caridad”.

De las tres opciones, Horacio cubre dos según explica Eduardo.

parece tener influencia sobre lo que le ocurre a la familia. El triunfo apoteótico de Horacio en el partido, contra el Asturias la convierte en otra deidad del filme aunque sea como redentora del hijo. Don Venancio, el padre, también debe recibir crédito por este triunfo porque, después de todo, sus palabras tienen la capacidad de revivir a Horacio y producir el milagro del gol ganador. Se organiza el texto desde la clave religiosa.

Tanto la madre como el padre y el hijo son tres partes que forman un solo cuerpo: es la “Santísima Trinidad” que “irremediablemente” es tres en uno. Sin embargo, este cuerpo a diferencia de la fórmula cristiana de “Padre”, “Hijo” y “Espíritu Santo”, en *Los hijos*, parece articular otro modelo: el de la sagrada Familia. En *Los hijos* la “Santísima Trinidad” aparece sugerido por el siguiente comentario de Eduardo: “Esta mañana, vi a Horacio, está en excelentes condiciones y con el ánimo muy bien puesto..... al salir para el campo se arrodilló y dijo: ‘Que mi madre me ayude y me acompañe y la bendición de mi viejo, me libre de todo mal’”(Pardavé 57). Si el público y los medios idolatran a Horacio, el delantero del Atlante reza por la ayuda de la madre y la bendición del padre, ratificando un triunvirato de adoración. Con el triunfo en sus manos, Horacio termina su peregrinación religiosa y su reconocimiento al padre: “viejo, he venido solamente a darle las gracias...porque con sus palabras ha sabido infundirme valor y ánimo para lograr el triunfo que tanto anhelaba” (*Los hijos* 1:35:18-1:35:28). El milagro en el parque Asturias es posible gracias a esta “Sagrada Familia” que sirve como modelo de referencia. Al triunfar y andar “por esas calles de Dios” (Pardavé 57) Horacio alcanza estatus divino. Con el poder de su santa madre y su santo padre, la “Sagrada Familia” Fernández saldrá airosa.

Conclusión

Con un lenguaje excesivamente épico y sentimental, *Los hijos* se lanzó a consagrar los valores de familia concretados en la familia Fernández y construyó en Horacio Fernández al ícono que sería la imagen perfecta del buen jugador, hermano e hijo. Fue la primera película mexicana que ficcionalizó un deporte que comenzaba a estar en boga en los medios de comunicación y optó por apropiarse del futbolista más mediático del momento, Horacio Casarín, y dándole el rol estelar del filme siguiendo así el sistema de estrellato de cine que se venía institucionalizado en el fútbol profesional, en la prensa gráfica y retratando a la figura pública que circuló vastamente en el circuito intertextual del momento, por ejemplo, en anuncios de Colgate-Palmolive, en películas (i.e. *Los hijos de don Venancio* y *Los nietos de don Venancio*) y en las notas periodísticas que gesticulaban al jugador día a día como aquellas que reprodujo el periódico deportivo *Esto*. Así, el fútbol en el cine fue un medio más que con su lenguaje propio y siguiendo los cánones establecidos en la época de oro del cine mexicano matizó su visión de la estrella Horacio Casarín y propuso una nueva forma de hablar sobre una de las estrellas más mediáticas del momento.

CAPÍTULO 3

***Chanoc*: parodiando el vínculo entre medios y fútbol**

Cuando en 1959 Emilio Azcárraga Milmo,²² dueño del conglomerado de medios Telesistema-Televisa, compró el club América, no disimuló su paradójico desconocimiento en lo que hace a deportes, “yo no sé de fútbol; nada de deportes, pero sé de negocios,” confesó sin preámbulos (ctdo. en Hernández, *El vuelo* 28). Más de dos décadas después, en 1985, y cuando era incontestable el resultado que había arrojado la inversión simbólica y económica de Televisa en el fútbol, al ser entrevistado sobre la Copa del Mundo de México 1986, Azcárraga ya podía jactarse ante reporteros españoles que “la nación mexicana es fundamentalmente... futbolera” (ctdo. en Zarur 128). Estas frases puntúan la relación de los medios vinculados a Televisa con el fútbol mexicano. En este artículo me propongo analizar la historieta *Chanoc* (1959-1981?²³), una de las publicaciones que, dependientes del conglomerado, habló de fútbol sin caer en las solemnidades ni en las celebraciones de otros medios del emporio-Azcárraga. A lo largo de sus casi veinte años de vida, *Chanoc* se burló de los vicios de la “nación mexicana futbolera” gestada a la sombra de “Televisca” y los criticó en la serie futbolística a partir de la parodia de la que

²² Emilio Azcárraga Milmo (conocido como *El Tigre*), fue hijo de Emilio Azcárraga Vidaurreta (creador de RCA-Victor y XEW), y padre del actual presidente del conglomerado Televisa, Emilio Azcárraga Jean. Para leer más información acerca de la importancia de la familia Azcárraga para los medios de comunicación y una de las biografías más completas de Emilio Azcárraga Vidarrueta Milmo, véase Sinclair y Straubhaar, Zarur Osorio, y Fernández y Paxman.

²³ La fecha en que se dejó de publicar *Chanoc* es incierta. La última publicación consultada es “Los rehenes de Tirán” del 6 de marzo de 1981.

hizo objeto a Ángel Fernández, el comentarista-estrella de la época.

Chanoc: Aventuras de mar y selva: Ficha Técnica

Chanoc fue una historieta semanal de Publicaciones Herrerías afiliada a Grupo Novedades (Hinds y Tatum 27) y vinculada a Telesistema (luego Televisa) que salió a la venta en octubre de 1959, circulando a lo largo de veinte años en México, Latinoamérica y los EE.UU. Las cifras relacionadas con *Chanoc* son poco precisas. No existen datos que puedan verificarse en cuanto a su tiraje y venta. Irene Herner en su clásico estudio *Mitos y monitos: Historietas y fotonovelas en México* (1979), consigna que las viñetas más vendidas de los años 70 fueron, según datos aportados por las casas editoriales, *Lágrimas, risas y amor* (4.800.000 ejemplares mensuales), *Fuego* (1.740.000), y *Kalimán* (8.000.000). *Chanoc* nunca alcanzó estos niveles de producción aunque ocupó un lugar meritorio entre las veinte historietas mexicanas más vendidas con un tiraje de 800.000 copias mensuales (116, 118). Durante lo que Harold Hinds y Charles Tatum consideran la época de plata de la historieta—entre los años 1966 y 1967—se publicaron, sin embargo, poco más de 600.000 ejemplares por tira y se llegaron a vender 2.000.000 de copias semanales. Tal pico de ventas se explica gracias a los temas deportivos (156, 159) en los que empezó a enfocarse la tira, siendo el fútbol uno de los más atractivos. La estabilidad que alcanzó *Chanoc* en la década del 70 se desplomó dramáticamente en los últimos años, reduciéndose el número de venta a las 150.000 copias semanales (158).

Parte del financiamiento de *Chanoc* provenía de Grupo Novedades Televisa. Sin embargo, fue gracias a la publicidad y a la promoción de otras historietas de la época que *Chanoc* pudo sobrevivir económicamente. Montó un sistema de publicidad que promocionó sobre todo otras publicaciones de Televisa (el conglomerado subvencionaba Publicaciones Herrerías [18%] y parte de la Editorial Novaro [12.5%][Hinds y Tatum 27]) al saturar sus

páginas con anuncios promoviendo tiras como la *Novela Policiaca*, *Alma Grande*, *Ángeles del barrio*.²⁴ *Chanoc* aprovechó cualquier espacio disponible para vender *Condoritos* (u otras historietas) en un mercado nacional e internacional de alta competencia. Pero, más allá de la red que la vinculó a tiras producidas por el Grupo Novedades, *Chanoc* también buscó cautivar a un público específico que Shoemaker y Reese llaman *target audience* (191). Constituido por un sector de clase media, y de nivel socio-económico homogéneo, el consumidor de *Chanoc* se convirtió en blanco codiciado por corporaciones transnacionales como Coca-Cola, Pepsi, Royal, o nacionales como Marinela, Bimbo y Zapaterías Canadá que llegaron a anunciar sus productos en la contraportada y en la sección final de la tira, convirtiéndose así en una fuente importante de ingresos. Sus páginas fueron una “mina de oro” aunque, según Rafael Márquez Torres, se trató de un espacio de publicidad algo sobrevalorado (ctdo. en Hinds y Tatum 33).²⁵

Un vistazo a las páginas de *Chanoc* muestra cómo las historietas de Publicaciones Herrerías aumentaron su presencia a lo largo de los años. De esta manera, si la historieta número

²⁴ En 1976-77 se estima que hay por lo menos 204 historietas en el mercado sin descartar la posibilidad de que existan aún más, véase Herner 119. Sin duda había mucha competencia de historietas pero la variedad estaba muy limitada a básicamente a cuatro grupos editoriales: Editorial Argumentos 23%, Publicaciones Herrerías (editorial de *Chanoc*) 18%, Editorial Novaro 12.5% y Grupo Promotora K 17%, véase Hinds y Tatum 27.

²⁵ En una entrevista Rafael Márquez Torres, director de la historieta a partir de 1971, señala que nunca se llegó a potenciar la publicidad a la cual consideraba una “mina de oro”. Cuenta que Publicaciones Herrerías cobraba veinte mil pesos por cada página de publicidad, véase Hinds y Tatum 33.

74 (1960) sólo contiene 3 anuncios de historietas, la número 899 (1976) publica una caricatura completa de media página de *Condorito*, media página de publicidad también de *Condorito*, con 5 anuncios miniaturas al pie de página acerca de *Condorito* y 7 de *Cachorro de león*. Gracias al uso eficiente del espacio, este formato convierte el borde exterior de la historieta en espacio vendido a la publicidad. Tiene razón Néstor García Canclini cuando afirma que, “la historieta...no hace sino reproducir las teatralizaciones de la publicidad que nos convencen [para] comprar lo que no necesitamos” (322). Para *Chanoc* todo era susceptible de colocar en el mercado, desde historietas gemelas a bebidas o panecillos producidos por compañías como Coca Cola o Marinela.

El cambio de táctica publicitaria en *Chanoc* también reflejó los cambios estructurales que afectaron la dirección y la plantilla de historietistas.²⁶ Bajo la dirección de Carlos Vigil (1959-1966), el subtítulo *Aventuras de mar y selva* era una descripción fiel del desarrollo de la historia: el mar y la selva fueron, en efecto, los espacios que enmarcaron las aventuras de Chanoc y

²⁶ A diferencia de la dirección, los argumentistas fueron más o menos estables. Ángel Martín Lucenay fue el primero durante los primeros 20 números y después entró Pedro Fernández Zapiáin hasta su salida forzada en la historieta 600 en 1971, véase Hinds y Tatum 156. Después de las publicaciones de Zapiáin, redactaron el argumento de la historieta Javier Robles, Noyo, Gong, Conrado de la Torre y Rafael Márquez Torres. Ángel José Mora fue el que pasó más años en el taller: se había iniciado en la historieta como dibujante en 1959 y fue parte del plantel casi hasta sus últimos días. Mora también ilustró las subsecuentes ediciones esporádicas de *El gallito inglés* y *Chanoc: Las nuevas aventuras de mar y selva*.

Tsekub imaginadas por Pedro Zapiáin Fernández,²⁷ el argumentista *best seller* de la tira. Gracias a Zapiáin, *Chanoc* exploró las posibilidades que los deportes, y entre ellos, el fútbol, ofrecían al desarrollo de la historieta. Las tiras deportivas fueron ocupando un lugar progresivamente visible: si bajo la dirección de Vigil, *Chanoc* llegó a dedicar 17 historietas a los deportes, después de su alejamiento y bajo las sucesivas direcciones de Agustín M. Barcena, Jorge Báez y Rafael Márquez Torres, los *Chanoc* deportivos llegaron a superar los 45. La imaginación desopilante de Zapiáin fijó su atención en deportes poco comunes como el esquí acuático en “Cocodrilo esquíes” (1966) o llegó a explotar los contrastes más risibles, por ejemplo, de afamados basquetbolistas en “Globo Trotter’s vs Selección Ixtac” (1967). Otro caso del deportivismo de *Chanoc* también se refleja en la historieta “El juego del siglo” (1970) donde Tsekub juega béisbol con los famosos Joe DiMaggio, Lou Gehrig, y Ty Cobb. El espíritu lúdico fue esencial en el uso del deporte difundido a finales del 70.

La fascinación deportiva no fue rara ni ocasional en *Chanoc*. Sobre todo si se tiene en cuenta que el México de entonces había sido sede de dos mega-eventos, las Olimpiadas de 1968 y la Copa del Mundo de 1970 que contó con el patrocinio especial de Televisa. Otra de las editoriales relacionadas con el Grupo Novedades, Publicaciones Novaro, lanzó oportunamente

²⁷ Pedro Zapiáin Fernández, principal argumentista, a partir de la historieta 21 de *Chanoc*, y conocido como “Chanot”, fue creador de la historieta *Alma Grande* y argumentista de algunas historietas de renombre como *Novela Policiaca*, *Destinos Opuestos*, *Ángeles de barrio*. En el aspecto temático, Zapiáin viajaba constantemente a la costa del sur de México para aprender rasgos de sus personajes, su cultura, y con esta inmersión cultural intentó retratar esta zona geográfica con la mayor fidelidad posible, véase *La historieta mexicana* 66; Hinds y Tatum 161.

Estrellas del deporte, una historieta que retrataba a las celebridades deportivas. Lo cierto es que *Chanoc* —haya sido debido o no a las series deportivas— alcanzó un pico de ventas en este momento que no tuvo réplica antes o después de la historia de la tira.

La etapa final de la historieta (1971-1981?) recurrió a cambios editoriales, estilísticos y temáticos para mantener su atractivo en un mercado que hacia mediados de los años 70 ya comenzaba a saturarse con una producción cercana a los 70 millones de historietas y fotonovelas (Herner ix). Aunque errática esta época es la más futbolística de *Chanoc*. Rafael Márquez Torres continuó como director de producción pero la historieta perdió a Zapiáin, una pérdida de la que nunca pudo recuperarse. Javier Robles, Noyo, Gong y Conrado de la Torre fueron, entre otros guionistas, algunos de los que ocuparon provisionalmente el lugar dejado vacante por Zapiáin pero no fue sino hasta la llegada de Conrado de la Torre en 1976 que se logró cierta estabilidad hasta que *Chanoc* dejó de publicarse a principios de los 80.

Temáticamente la época final tampoco fue homogénea. Recurrió a refritos (copias de historietas anteriores), siguió explorando las posibilidades que abrían las series deportivas, retrató el mercado nacional e internacional, y dedicó portadas (y ocasionales contraportadas) a modelos. Durante estos años debió competir con historietas del calibre de *Lágrimas, risas y amor*, *Kalimán*, *La familia Burrón* y *Los Agachados* (Hinds y Tatum 158) y para sobrevivir lo intentó casi todo. A principios de los setenta, *Chanoc* experimentó una baja en sus ventas: de publicar semanalmente 600.000 copias, su producción se redujo a los 150.000 ejemplares (158). Es probable que la mass-mediatización haya contribuido a la marginalización de la historieta.²⁸

²⁸ Entre algunos de los factores que afectaron su publicación fue la producción de la historieta para el formato de película, véase Hinds y Tatum 159. Sus películas son las siguientes: *Chanoc*

Otra novedad a la que apeló la serie futbolística de *Chanoc* fue la sección de crucigramas, especialmente los firmados por Juan Carlos Cerón Melo que apuntaron a capitalizar el nuevo interés del público de clase media en el fútbol mexicano. Por lo general, esta sección incluía fotografías de porristas y modelos con un tratamiento llamativo. En “[u]n portero”, por ejemplo, aparece la imagen de Martha Hurtado posando con una escueta falda entre el umbral de “tímida” y “coqueta” (Márquez, “Un portero” 32). La fotografía está situada debajo del “Crucigrama deportivo”. Aun desde espacios tan inesperados, el fútbol en *Chanoc* siempre funcionó como puente de comunicación, objeto de culto, blanco de parodia, pero sobre todo como *lingua franca* para establecer un código cómplice con el lector-aficionado.

A partir de 1976, *Chanoc* lanza los “Mini-posters futbolísticos” que se “regalaban” semanalmente junto con los “Pe-goool-otes”, calcomanías de mascotas de los equipos de fútbol. Estas “entregas gratuitas” también incluían fotografías de equipos de fútbol de barrio saludando al *staff* editorial (ver Imagen 6). Esta es la época en que *Chanoc* también lanza los concursos de “fotos transparencias a color” de tema deportivo y comienza a publicar las viñetas biográficas de jugadores-estrella. En “[p]enalty” el jugador celebrado es Héctor Manuel Tapia García (De la Torre, “Penalty” 30). En un espacio de media página se lo califica de “atractivo, amable y muy platicador.” También explota el dato íntimo y folklórico: “de los 6 a los 11 años de edad jugó

en las garras de las fieras (1970, Dir: Martínez Solares), *Chanoc contra el tigre y el vampiro* (1971, Dir: Martínez Solares), *Chanoc vs. las tarántulas* (1971, Dir: Martínez Solares), *Chanoc en el foso de las serpientes* (1974, Dir: Martínez Solares), *Chanoc en la isla de los muertos* (1975, Dir: Pérez Grovas), *Chanoc en el Circo Unión* (1978, Dir: Pérez Grovas), *Chanoc y el Hijo del Santo vs. los vampiros asesinos* (1981, Dir: Pérez Grovas).

béisbol...y al sentir que su hermano le robaba la atención y admiración de sus parientes porque es un “buenazo” para béisbol, se empezó a dedicar al fútbol” (30). Así con lujo de detalles, *Chanoc* narra en la viñeta los aspectos más sobresalientes de una estrella en proceso de formación. En la misma historieta se publica además un artículo de Guillermo Tinoco Rojas titulado “Biografía del [club de fútbol] América” (33) que viene acompañado de un póster “recortable” del club en la contraportada. Sin duda *Chanoc* montó un sistema de estrellato que potenció tanto los intereses mediáticos como económicos vinculados con el conglomerado Telesistema-Televisa.



6.-

Imagen 6: “Regalías deportivas en las páginas de *Chanoc*”: fotografías de jugadores pedidas por la editorial en la historieta, y poster de Rafael Chávez, una de las estrellas del momento del equipo Universidad de Guadalajara, en Márquez Torres, Rafael. Dirección y adaptación. “Mole en la cancha.” *Chanoc*, 2 Dic. 1977: 32, 34. Impreso; tarjetas coleccionables de las mascotas de los equipos de fútbol en Márquez Torres, Rafael. Dirección y adaptación. “El niño héroe.” *Chanoc*, 22 Abr. 34. 1977. Impreso; la biografía de Guillermo Hernández Millán en Márquez Torres, Rafael. Dirección y adaptación. “El gran gol.” *Chanoc*, 21 Nov. 31. 1975. Impreso.

A pesar de exhibir esta voluntad actualizadora, *Chanoc* no pudo sobrevivir en el mercado de la historieta. Ni la versión de *Chanoc* que publicó años después de su desaparición en *El gallito inglés*, ni la publicación antológica en los 90 de *Chanoc: Nuevas aventuras de mar y selva* pudieron resucitar la vieja gloria de su época plata. Ni aún los intentos hiper-mediatizados de Televisa que en 2010 lanzó una serie televisiva basada en la historieta lograron revivir las aventuras del legendario Chanoc.²⁹ De *Chanoc* sólo queda un recuerdo matizado de nostalgia en el imaginario colectivo clasemediero y algunas colecciones semi-completas en la Hemeroteca Nacional de la U.N.A.M., en las colecciones especiales de la Universidad de Arizona y en la Universidad Estatal de Michigan.

Televisa(ndo) el “juego del hombre”: el vínculo entre medios y fútbol

No parece arbitrario que *Chanoc* haya mostrado fascinación por los nuevos lenguajes y las nuevas tecnologías. Durante las décadas de los 60 y 70 México vivió un boom mediático que transformó definitivamente la práctica y el lenguaje del fútbol. Telesistema, que a partir del 8 de enero de 1973 se convirtió en Televisa (Zarur 55), fue central a este proceso de modernización, convirtiéndose en blanco de la crítica y los sarcasmos no reprimidos de *Chanoc*.

La gestión de Telesistema relacionada al fútbol es vasta pero puede reducirse a algunos momentos claves. Después de comprar el club América en 1959, Azcárraga reclutó decenas de jugadores “extranjeros de reconocida calidad” (Hernández, *El vuelo* 28), dándole una

²⁹ Televisa intentó reunir a un grupo de directores, actores de renombre y se planearon 13 episodios. Contrataron a los actores Aaron Díaz para hacer el papel de Chanoc y a Elsa Pataky para actuar como su novia Maley. Tsekub estaría protagonizado por Germán “El loco” Valdés. Nunca se transmitió, véase Rodríguez, “Elsa”.

espectacularidad especial al fútbol mexicano. A continuación, en 1962, su nombre aparece vinculado a la construcción del colosal estadio Azteca (Calderón, *La selección* 62), sede de los mundiales de 1970 y 1986 y primer estadio capaz de transmitir “a color”. Por último, y con apoyo del gobierno mexicano, Televisa patrocinó el Mundial de 1986 (Zarur 125-26), lo que llevó al conglomerado a ocupar una posición inédita y protagónica a escala del fútbol mundial.

Asimismo Televisa fomentó el interés por el fútbol a través de programas influyentes como *Cantinflas Show* o *El chavo del ocho*. Las escenas televisivas exhiben el uso de las mismas fórmulas³⁰ echando mano a un lenguaje común y un tono moralizador y paternalista que tiene a los “pobres” de centro:

Cantinflas—mente sana en esqueleto sano: deporte jóvenes, deporte. Eso que ustedes juegan [canicas, trompos] ya pasó de moda [...]no por ser pobres venidos a menos, van a seguir en esa inexistencia desnutrida cuando tienen toda la vida por delante, por detrás y hasta de ladito. ¿Cómo la ven?

Niño—Pos sí. ¿Pero cómo vamos a jugar fútbol si no llegamos ni a pelota de trapo?

³⁰ Televisa normalmente optó por un lenguaje maniqueísta: los pobres (buenos) vs los malos (ricos). En el fútbol se dio la tensión entre el club América, “millonetas” (capital), vs el club Guadalajara del “pueblo” (provincia). Con un lenguaje alineado al del conglomerado, *Cantinflas* fue práctico y educó a los “pobres” para que cambiaran su vida a través del fútbol, véase “show de cantinflas”. En otro episodio dio cátedra histórica del fútbol, véase “41 Cantinflas”. También *El chavo del ocho* celebra la misma mitología del conglomerado cuando el Chavo y Kiko se pelearon por llegar a ser Enrique Borja, una de las figuras consentidas del club América, véase “EL CHAVO”.

Cantinflas—¿Por esa insignificancia se detienen? Pues qué falta de espíritu deportivo. ¡No señor! Menos mal que aquí estoy yo. [Les hace una pelota] ¿No que no? Y ahora ustedes a jugar como niños buenos (“show de cantinflas”)

Poco después los niños rompen las ventanas de las casas de la vecindad y las madres salen molestas a regañarlos mientras Cantinflas los defiende:

Momento. Un momento ¿Pues qué clase de madre solteras, desnaturalizadas son ustedes? ¿Qué cuenta la rompedera de unos cuantos vidrios junto al porvenir atlético y fortachón de sus escuálidos herederos? ¿Los vidrios? Se compran otros y ya. En cambio, ¿dónde van a comprar ustedes unos niños, orgullo de la raza, cuando los hijos están tan escasos? ¿A ver dónde? Díganme...Lo importantioso no es ganar sino competir (“show de cantinflas”).

Cantinflas se sumó al coro de Telesistema mostrando, entre otras cosas, su pasión deportiva, y un cantinflismo (“mucho hablar sin decir nada” [Monsiváis 97]) con el que invitó a la juventud “desnútrida” a competir en el mundo (no sólo en el fútbol) y convertirse en el futuro de la “raza”. Tanto los niños como las madres reciben regaños de Cantinflas porque no creen en la promesa utópica que se esconde en el fútbol como destino. Escenas como éstas fueron las que Telesistema transmitió para inflamar el imaginario colectivo, fertilizando con su espíritu lúdico un lenguaje común y una fantasía alimentada tanto en programas infantiles como en transmisiones de fútbol..

A esta campaña televisiva se sumó también el Grupo Novedades³¹ que montó un sistema de estrellato futbolístico publicando revistas e historietas deportivas como *Chanoc*.³² Sobre todo el club de Azcárraga ganó popularidad en *Chava Reyes y su pandilla*, donde una y otra vez se explotan las tensiones entre el América y el Guadalajara. A inicios del 70 se publica la historieta *América* y poco después, en 1972, el club gana protagonismo con las travesuras deportivas de *Pirulete y su pandilla*, una tira que estelarizó al futbolista chileno Carlos Reinoso. Junto a las aventuras de Reinoso por estos años salen también las *Aventuras de Borjita* en tributo al jugador mexicano del club América Enrique Borja. Lo que distinguió a estas historietas fue el lenguaje estelar que usaron en torno a figuras-estrellas o clubes de renombre gracias al cual inauguraron una tradición en el estilo y la forma de narrar el deporte. Poco o nada cambiarán las fórmulas

³¹ Novedades fue una empresa de Rómulo O’Farril Silva (1897-1981), un empresario de medios que en 1948 compró Publicaciones Herrerías a cargo (y una institución aliada a Telesistema-Televisa), a partir de 1959, de la publicación de *Chanoc*, véase Castellot 20-26.

³² Para la historiografía las décadas del 60 al 80 fueron la “época de plata” de la historieta. Durante estas décadas evolucionan y aumentan las historietas de fútbol, véase Hinds y Tatum. Aquí se citan algunas historietas de fútbol que se han podido localizar, sin aspirar a cerrar el corpus. A partir de 1959 se establece *Diamante Negro*, un superhéroe futbolista que anteriormente anduvo de página en página en el cuadernillo de historietas *Tirando a Gol* y después de sufrir ocasionales plagios se formalizó en el cómic *Diamante Negro*, véase Aurrecoechea y Bartra, *Puros III* 307. *Fili* tematiza ocasionalmente al fútbol; más o menos a mediados del 60 sale *Pepe Sport* de Ediciones Capricornio que además de fútbol incluye otros deportes.

futuras en otras plataformas mediáticas. Con *Chanoc* (1959) y *Los cremas* (1977) queda clausurada esta escuela que sigue de cerca los pasos de las estrellas del momento (i.e., Carlos Reinoso, Salvador Reyes o Enrique Borja) bajo el patrocinio de Telesistema-Televisa.

El cine también exploró un espacio propio para narrar el deporte. Como la industria editorial deportiva, la cinematografía que se centró en el fútbol dramatizó la rivalidad entre el América y el Guadalajara, y capitalizó la fama de figuras icónicas del deporte al convocarlas a formar parte de su repertorio. Artistas consagrados del cine como Lola Beltrán y Fernando Luján compartieron el reparto con una estrella deportiva como Salvador Reyes en *Tirando a gol* (1965), una película que puede considerarse un caso paradigmático de fertilizaciones entre fútbol y estrellas de cine. *Tirando a gol* también profundizó la rivalidad entre “provincia” (Guadalajara) vs “capital” (América), una tensión previamente explotada en *Las Chivas rayadas* (1962) y *Los fenómenos del fútbol* (1962). El estreno de *Fútbol México 70: Y los dioses jugaron al fútbol* de Alberto Isaacs muestra otra tradición cinematográfica al servicio del fútbol al narrar en clave documental la historia de la Copa del Mundo de México 1970. A fines de los 70s Televisión, industria filial de Televisa, produce la película *Chanfle* (1979) y su continuación *Chanfle II* (1981), clásicos del cine futbolístico que reproducen el tono melodramático típico de Televisa y algunos de los cruces más exitosos entre drama y deporte. Para entonces era innegable la existencia de un público cautivo y fiel a la temática futbolística.³³ Telesistema no sólo lo había

³³ Además de la mencionada, la filmografía de fútbol es la siguiente: *El niño y el muro* (Dir: Ismael Rodríguez) y *El pícaro* (Dir: Alberto Mariscal); *Los cacos (Once al asalto)* (Dir: José Estrada), *El derecho de los pobres* (Dir: René Cardona), *El primer paso...de la mujer* (Dir: José Estrada); *El futbolista fenómeno* (Dir: Fernando Cortés).

creado sino que había cristalizado una fórmula cinematográfica específica para que ese público siga consumiendo fútbol fuera de la cancha.

Chanoc formó parte del sistema de promoción y estrellato que montó Televisa en torno al América. Tanto el club como el jugador americanista Enrique Borja³⁴ fueron dos referentes a los que la historieta volvió una y otra vez en sus tiras futbolísticas. El club América hace su primera aparición en la tira en “¡Golazo de Arfeo!” (1967) y a partir de entonces sigue presente en *Chanoc* por más de once años (este ciclo probablemente culmina con “Un portero chiflamosco” [1978]). Las secciones extras de *Chanoc* donde se publicaban notas informativas sobre equipos de primera división también dedicaron su espacio a celebrar al América. Guillermo Tinoco Rojas, “biógrafo” e “historiador” oficial de *Chanoc*, usó un registro claramente enfático y edificante toda vez que escribió sobre el América, ese equipo que, para Tinoco, era “decano de los equipos” de liga. En los márgenes de *Chanoc* se aplaudió al plantel de sus “jugadores sobresalientes” y se construyó la asociación del “América-espectáculo” como único “rey de taquilla” (De la Torre, “Penalty” 33). Las cifras claramente eran una debilidad de Tinoco Rojas que religiosamente registraba cuántos campeonatos, subcampeonatos, goles y

³⁴ *Chanoc* retrató al club América y a Borja en “¡Golazo de Arfeo!” (7 de abril de 1967), “Revancha América vs. Ixtac” (31 de marzo de 1967), “América vs. Chivas a morir” (1 de abril de 1977), “Se refuerzan los millonetas” (8 de abril de 1977), “El niño héroe” (22 de abril de 1977), “El muerto” (5 de agosto de 1977), “Adiós Quique” (18 de noviembre de 1977), “La venganza del indio” (25 de noviembre de 1977), “Mole en la cancha” (2 de diciembre de 1977), “Gorja contra Ran Gel” (9 de diciembre de 1977), “Un portero chiflamosco” (14 de julio de 1978).

ganancias se le podía atribuir al equipo de Azcárraga.³⁵ Con Tinoco Rojas, el América no dejó de ser literalmente un club de primera plana. Esta misma fascinación también se proyectó en la historieta que idolatró a Enrique Borja en la tira misma, o desde la portada donde, a fines de los 60, llegó a aparecer durante cinco semanas consecutivas. Borja fue tan importante para *Chanoc* que en cierta ocasión se anunció en el programa de noticias *24 Orejas* (parodia del noticiero de Telesistema *24 Horas*) la preocupante noticia (ficticia) que consternaba al club América y al mundo del fútbol: “Querido teleauditorio, cumpliendo y esforzándonos siempre por ser los primeros en dar las más sensacionales noticias... ¡Les daré ésta, que también es exclusiva y más extraordinaria que la otra: ¡¡Borda y Peló han sido secuestrados!!” (“Rescate” 8).

El secuestro de Pelé y Borja le dio motivos a la historieta para desplegar un gigantesco dispositivo policial que, con ayuda de Chanoc y Tsekub, logró rescatar a los ídolos convertidos en patrimonios nacionales e internacionales. También en *Chanoc*, Enrique Borja fue el héroe que la red mediática Telesistema podía vanagloriarse de haber creado.

Al ser, de esta forma, parte del star system montado por el emporio Azcárraga, *Chanoc* no pudo negar su relación con Telesistema-Televisa, una máquina mediática y económica a la que el propio Azcárraga no dudó en definir como “una fórmula de comunicación total, que agrupa todos los medios: televisión, impresos, radio, cine... todo lo que tenga que ver con la comunicación” (ctdo. en Castellot 53). *Chanoc* formó parte del emporio Azcárraga pero lo hizo

³⁵ El lenguaje con el que Tinoco Rojas describe al club América contrasta si se compara con las historias de otros equipos de fútbol. Cuando escribe sobre la U. de G., Tinoco Rojas se refiere al dinero, al estrellato, pero no tiende a exaltar la “grandeza” de la U. de G., más bien lo describe como un club mediocre, véase Márquez, “El gran gol”.

sin dejar de inventar un lenguaje propio que si bien reveló su relación de alianzas con otras publicaciones y otros medios del conglomerado, también usó para burlarse de los comentaristas de fútbol de Televisa y para parodiar la omnipresencia de la red multimediática como si se tratara de un mal necesario. Entretener y vender fue su objetivo y por eso hizo de la publicidad no sólo una fuente importante de ingresos sino también el blanco del lenguaje paródico de la historieta. En las tiras de Zapiáin, *Chanoc* saturó de anuncios las paredes y los palcos del estadio, acaso con el velado propósito de cuestionar la presencia cada vez más alarmante del dinero en el fútbol mexicano. Y así como encontró en sus puntadas burlescas de comerciales un motivo de parodia, también lo encontró en la personificación del futbolista y comentarista Fernando Marcos³⁶, jugador y figura icónica de Televisa que terminó retratado en la historieta como comentarista y especialista en la venta de “Cañabar”, la bebida “marca registrada” de la tira. Probablemente exasperado por su verborrea, Zapiáin se vengó de Marcos en *Chanoc*, exagerando su lenguaje cantinflista sin ninguna misericordia. Después de la partida de Zapiáin en 1971, *Chanoc* selló su pertenencia a la red Telesistema transformando su burla explícita en burla codificada como ocurrió en los anuncios de “Novedades Editores” (De la Torre, “Adiós” 12) o “*Novelas policíacas*” (De la Torre, “Se refuerzan” 12), o en los comentarios cómplices al lector al servicio del mercado de la historieta: “No lea mafufadas: Lea el *Libro Rojo*” (De la Torre, “América” 14),

³⁶ Fernando Marcos tiene un rol muy similar al de Ángel Fernández. Fernando Marcos fue el periodista de deportes más parodiado en la historieta al ser retratado por lo menos en 22 ocasiones y pasó a formar parte del imaginario de *Chanoc* con dos roles: el de comentarista y como voz publicitaria. Ángel Fernández comentó los eventos del fútbol Ixtaqueño tan sólo en 14 historietas.

“[I]ea *Capricho* la mejor revista de fotonovelas” (De la Torre, “Adiós” 20), “¿[y]a leyó *El libro rojo*?” (21) mandatos que la historieta llegó a insertar arbitrariamente en el curso de las aventuras de Chanoc y Tsekub. Promocionar al Grupo Novedades o educar el gusto del consumidor fueron algunas de las estrategias de las que se valió *Chanoc* para pagar, acaso, el alto precio de pertenecer al conglomerado.

Como otra forma de reírse de la seriedad desplegada en otros medios de Televisca, *Chanoc* explotó el lado folklórico de comentaristas, técnicos y camarógrafos de fútbol asociados al conglomerado. Ángel Fernández, el conocido “rapsoda del estadio Azteca” (Villoro, *Dios* 218) que trabajó en programas musicales de Telesistema como *Baile 71* además de su conocido rol de comentarista de boxeo y sobre todo de fútbol, fue uno de sus personajes más parodiados. Chanoc se burló del monopolio sobre el fútbol mexicano que ejercía el conglomerado, yendo en ocasiones a los estadios en camionetas de “Televisca” o notando, en otras, cómo apareció “la competencia [televisiva de Canal 13]” (De la Torre, “Adiós” 7). Sin embargo y a pesar de estas rebeliones acotadas, las páginas de *Chanoc* no dejaron de inflamar los baños de gloria que el mismo repertorio de estrellas del fútbol mexicano recibía al por mayor en otros medios y filiales de Telesistema-Televisa.

Ángel: Grito de Televisca

Ángel Fernández Rugama (1925-2006) trabajó desde la década del cuarenta como agente de noticias de Associated Press, poco después pasó a *Excélsior* a colaborar en la sección deportiva, en el 54 transmitió en X.E.B. y en 1960 ingresó a Telesistema. Fue uno de los comentaristas estelares de mundiales y de la liga de fútbol mexicana entre 1960 y 1979 (“Recordando a Ángel”). Pocos escritores recuerdan tan bien como Juan Villoro a personaje tan

popular. Su voz resonó centenares de veces en transmisiones radiales o televisivas y a partir del 60 será la voz icónica del fútbol televisado:

[fue] el locutor que renovó el imaginario del fútbol...vivió un momento decisivo en la cultura de masas, el paso de la radio a la televisión. Formado en la escuela radiofónica, donde había que precisar el rumbo de la pelota, entendió que la televisión comportaba otros desafíos. De poco sirve explicarle al espectador lo que está viendo. El rapsoda del estadio Azteca se desentendió del discurso objetivo y convirtió la cancha en un pretexto para la metáfora. Enemigo de la medida, creó un tejido narrativo en el que intervenían poemas, canciones, anécdotas y epigramas que adelantaban el eléctrico estado de su mente (Villoro, *Dios* 218).

Villoro recuerda la figura que lo ayudó a decidir su “vocación por la palabra” (*Dios* 218).

Famosos gritos y frases de Fernández como “Señoras y señores, hemos vivido en el error: ¡[el club] América descubrió a Cristóbal!” o su afamado clamor de desesperación ante la derrota “¡Se hunde la nave..., niños y mujeres primero!” son algunos, entre tantos ejemplos, del tejido literario de Fernández (218, 220). Algunas de sus frases pasaron a formar parte del imaginario colectivo de los medios y a definir el lenguaje cristalizado del comentario futbolístico.

Su paso por Televisa formó escuela al establecer patrones y normas en la forma de hablar de fútbol en los medios masivos. Hoy en boca de otros comentaristas todavía resuenan sus frases: acaso la repetida “me pongo de pie” sigue aún vigente como gesto de reverencia y admiración. De la radio a la televisión, o desde las páginas de *El Universal*, Fernández fue desarrollando con astucia inventiva una fraseología folklórica que por asociación terminó siendo también el lenguaje futbolístico casi oficial de Televisa. Desde muy temprano supo articular ese

enciclopedismo que lo identifica y que gracias a su conocimiento sobre fútbol y a su voz y entonación tan particular, lo convirtió en el cronista estrella de los 60 y 70.

Fue imposible para *Chanoc* ignorar el lenguaje mediático de Ángel Fernández. Al abrigo de Televisa y junto a Fernando Marcos, el Fernández de *Chanoc* vociferó sus frases más célebres y sirvió con ahínco, según refiere Altschull, a aquellos que “pay the piper” (ctdo. en Shoemaker y Reese 231). Sinónimo de súper estrella fue la figura tutelar del “excelso grupo de narradores” y el poeta del micrófono de la tira (De la Torre, “América” 12). Con cierto desdén, *Chanoc* observa los pasos de Ángel “Grito” por Televisa, exagerando y parodiando su concubinato con el conglomerado de Azcárraga. Se trata de una reinterpretación que juega con la burla para mostrar la posición crítica que asume la historieta.

Las frases míticas de Fernández suman decenas de perlas: “Señoras y señores, hemos vivido en el error: ¡América descubrió a Cristóbal!”, “Un lateral alemán avanzaba con enjundia: ‘Ahí viene Hans Peter Briegel, que en alemán quiere decir ‘Ferrocarriles Nacionales de Alemania!’”, “un jugador se encaraba con otro: “‘El Alacrán Jiménez’, echando mano a sus fierros como queriendo pelear” (Villoro 218). A la hora de re-frasear a Fernández, *Chanoc* citó algunas de sus frases más celebradas: “el fútbol el juego de hombre”, “me pongo de pie” y “goooool”. Buscando parodiar el lenguaje futbolístico de Televisa, todo “grito” que en la historieta salía de boca de Ángel Fernández fue reproducido con el tono jocoso que *Chanoc* le supo inyectar a lo largo de los años.

Y si bien *Chanoc* nunca llegó a criticar abiertamente el subtexto sexista que subyace en la frase “el fútbol, el juego del hombre,”³⁷ buscó, de todas maneras, ridiculizar el polémico epíteto al mecanizar la fórmula y usarla como exabrupto “¡Ahora sí, entrada de hombre! ¡Sin perdonar al contrario, con fibra, con enjundia, con fiereza, con valor... con entrega y con franqueza...!” (De la Torre, “Ruge” 20). O frente a la entereza del equipo Chivas hizo vociferar a Fernández “Jugada de hombres machindrines...hombres de pelo en pecho...con auténtico pundonooooor!” (De la Torre, “Reacción” 1). Siempre con tono alarmado y exagerado, *Chanoc* jugó con el machismo de la frase para poner la idea en primer plano y así reírse de su sinsentido.³⁸ Claramente los estereotipos genéricos que evoca Fernández son objeto de inversión en otras historietas como en la tira “Gool” cuando una “bella caníbal” juega tan bien al fútbol que “el cachorro [Chanoc] no pu[do] frenarla” (Zapiáin, “Gool” 7).

La arrogancia misógina de Fernández no fue de lo único que se burló *Chanoc*. A su paradójico “juego de hombres” le siguió el famoso “me pongo de pie” que ritualiza la “religión” del fútbol en México, una frase que proyecta la admiración del aficionado hacia los futbolistas. Sin embargo, a diferencia del matiz positivo que evoca en voz de Fernández, *Chanoc* vuelve a

³⁷ En 1994, año de la Copa del Mundo en Estados Unidos, Ángel Fernández publicó una revista titulada *Esto es fútbol soccer: el juego del hombre*.

³⁸ *Chanoc* no olvidó que el juego del hombre ya no lo era tanto, gracias a haberse convertido en un deporte compartido por igual por hombres y mujeres, véase Bañuelos et al 14-15. En esos momentos las “niñas del llano”, subcampeonas del mundo, parecían más aptas para el fútbol que los profesionalizados “hombres” y con énfasis exagerado la frase “el juego del hombre” ponía en tela de juicio la realidad histórica del fútbol.

invertir el sentido original y lo convierte en chiste irreverente. Su primera “puesta en pie” no será sino para apelar a la idiotez del árbitro “¡Me pongo de pie, señores!...[ante] la decisión mas fufa que he escuchado...” (Márquez, “Mole” 12). De tal manera, *Chanoc* invierte el sentido dado a la frase por Fernández, y en vez de elogiar a los jugadores, la usa para criticar la incompetencia del árbitro. Otras historietas parodian la misma cita pero lo hacen como reducción al ridículo: “¡Qué emoción, señores!... ¡Me pongo de pie!” (Márquez, “Gorja” 11). Lejos de celebrar la jugada, *Chanoc* lleva el excesivo fervor de Fernández al colmo y termina “par[ándose] de manos ante tanta magnificencia...Esto es jugar al fútbol!...” (11). El Fernández de *Chanoc* se acerca más al saltimbanqui que a un comentarista televisivo. En todo momento sus frases están cargadas de tono irónico, haciendo del comentarista misógino, parlanchín y saltimbanqui de Televisa, un blanco preferido para el escarnio de la línea de pensamiento de la historieta.

Su famoso grito de “gol” es el punto más álgido de la crítica de *Chanoc* al conglomerado. Fue el hipermodulado “gol”, un grito que se extendía a lo largo de varios renglones, lo que le dio identidad en la tira a Fernández porque, según *Chanoc*, “el callao” (“Chilena Chilanga” 6) es “el hombre que ha durado más tiempo gritando” (De la Torre, “Los moscos” 7). Incluso cuando Fernández no puede hablar la voz en off de la viñeta transmite con tono burlón “del mudo al cristiano: ¡Gooooooooo!” (“Selección profesional” 22). Su voz se vuelve centro temático de la experiencia mediática de Televisa y desde la primera aparición de Fernández en la tira hasta la última, *Chanoc* se centra metonímicamente en reducir al gran “gritón de “Televisca” en una repetición tan frenética como descabellada de unas cuantas frases congeladas (ver Imagen 7).



7.-

Imagen 7: “Ángel Fernández en su rol estrambótico en las páginas de *Chanoc*”: “Selección profesional vs amateur.” *Chanoc*, 7 Nov. 1975: 22. Impreso; Márquez Torres, Rafael Dir. y Adapt. “Gorja contra Ran Gel.” *Chanoc*, 9 Dic. 1977: 8 Impreso.

Fernández es el blanco de la crítica de *Chanoc* a la mediatización del fútbol que lleva adelante Televisa. Articulando palabras sin sentido el Fernández parodiado “salud[a]...bla...bla...bla...” (“Chilena Chilanga” 19) a “telemirones” (6) a los que ahoga con “cincuenta invitaciones al chome y al fume” (7) porque Televisa no puede imaginar un “bla bla” que se dirija a la audiencia sin que rinda réditos.

Conclusión

Con un lenguaje marcadamente crítico y socarrón, *Chanoc* se burló de la voz del comentarista icónico de Telesistema-Televisa y, al hacerlo, canalizaba cierta incomodidad hacia el conglomerado del que paradójicamente formaba parte. La historieta se colocó así en el umbral ambiguo de criticar y pertenecer a Telesistema-Televisa con una fórmula que la llevó a

distanciarse del grupo al mismo tiempo que siguió promoviendo un plantel de estrellas emergente de su repertorio. El lugar que ocupó fue por eso mismo, único. En relación a otras narrativas del fútbol mexicano, *Chanoc* rompió con una tradición ya establecida. No habló de fútbol con el tono edificante con el que había hablado el periódico *Esto*. Ni con la teatralidad en falsete con la que películas de la época de oro como *Los hijos de don Venancio* (1944) o *Los nietos de don Venancio* (1945) habían imaginado la relación entre fútbol y nación. Ni con las frases codificadas de las transmisiones televisivas de fútbol de Ángel Fernández. Porque si la prensa, el cine y la televisión habían narrado el fútbol en clave épica, *Chanoc* prefirió la risa y el desparpajo. Desinteresada en las normas previamente institucionalizadas, rompió las reglas de juego de un lenguaje solemne y grandilocuente aprovechándose de sus aristas parodiabiles y explotando el lado cómico de sus posibilidades cantinflescas. Con su voz crítica y paródica convirtió en anacronismo el sentimentalismo y la teatralización hasta ese momento dominantes en los medios masivos mexicanos. Y reírse de la seriedad con la que el fútbol había sido contado no es, ni puede ser considerado, una contribución menor.

CAPÍTULO 4

Paliques y cabeceos: “Retransmisiones” satíricas del Mundial de Fútbol México 1986

Paliques y cabeceos, un programa sabatino de Radio UNAM conducido por Tomás Mojarro, siguió con preocupación (y no sin sarcasmo) el impacto social y económico que tuvo en México el XIII Campeonato del Mundo de Fútbol de 1986. En el programa del 21 de junio Mojarro arrancó con un saludo jovial a la audiencia “amigos, mis valedores carísimos” para después lanzarse a la invectiva contra “la explosión de locura colectiva que ocurre si se encierra en la misma probeta un mulato, un mestizo, un saco de café, una virgen de marco dorado, una deuda externa y un balón de fútbol” (*Paliques...*236 0:57-1:20).³⁹ El delirio colectivo con que se vivió el Mundial del 86 “bajo el sol mojado de los tristes trópicos” fue blanco de las críticas radiales de Mojarro: el fútbol era capaz de hacer olvidar a los mexicanos “un pasado ausente y un porvenir ilegible” para instalarlos en el puro presente de lo que ocurría en la cancha de juego (*Paliques...*236 1:44-1:49). México estaba atravesando la peor crisis económica de su historia, sin embargo, la “euforia” del Mundial tenía a todos “enajenado[s] en bloque” (*Paliques...*236 1:40, 1:34-1:36). En este capítulo me propongo explorar cómo el programa de Tomás Mojarro trató de hablar de fútbol fuera o más allá de la enajenación que denunció mientras México fue sede del Mundial 86. La mordacidad y la burla de los comentarios radiales de Tomás Mojarro en las cápsulas deportivas “El clásico pascito a la red” que aireaba los sábados su programa de Radio UNAM *Paliques y cabeceos* buscaron sistemáticamente horadar ese estatus sagrado e

³⁹ Los audios de *Paliques y Cabeceos* de Tomás Mojarro vienen de la Fonoteca Nacional de la Ciudad de México. Para dejar un registro más accesible para el lector, cito de aquí en adelante usando el nombre del programa, los últimos tres números del registro único de la Fonoteca Nacional y los minutos en que aparecen los comentarios de Mojarro.

intocable que había alcanzado el fútbol de los 80s en México y que el Mundial llegó a exacerbar al punto de la “locura.” A lo largo de casi tres años, *Paliques y cabeceos* se burló de toda la industria montada en torno al deporte (desde reporteros, medios de comunicación y políticos, hasta señoras que sabían karate), politizando sus cápsulas al ventilar los mutuos favores que, gracias al fútbol, habían sabido intercambiar en penumbras el estado mexicano y Televisa.

La historia de la radio en México: De la radio comercial a *Paliques y cabeceos*, la “otra radio”⁴⁰ de la UNAM

La disonancia que significó *Paliques y cabeceos* en las filas de un periodismo deportivo tan apolítico como reverencial en su forma de hablar de fútbol en México tuvo sin duda mucho que ver con el hecho de ser un programa de la radio de la Universidad Nacional Autónoma de México, una transmisora pública-educativa de escaso financiamiento, audiencia más acotada que la de las radios comerciales y presupuesto reducido si se tiene en cuenta las entradas por publicidad que contaban los programas radiales de transmisoras comerciales. *Paliques y cabeceos* en el universo de la radio de los 80s fue un caso atípico comparado con el 90 por ciento de la oferta radial del momento.

La historia de la radio mexicana se remonta a principios de los 20s cuando en la ciudad de México se pudo escuchar por primera vez una transmisión de radio emitida desde Monterrey gracias al ingenio de Constantino de Tárnava y el Dr. Gómez Fernández, dos pioneros en la industria radiofónica que vieron con asombro las posibilidades que ofrecía una voz capaz de

⁴⁰ La “otra radio” es una frase que tomo prestada del trabajo de Cristina Romo *La otra radio: Voces débiles, voces de esperanza* (1990). En su trabajo, Romo expone cómo además de la radio comercial también existió una tradición importante de radio alternativa que ha continuado hasta nuestros días.

sortear inimaginables distancias (Hayes 25; Romero 358). La primera transmisión de radio fue un avance sin precedentes en la historia tecnológica de México. A dos años del experimento ya existían en México dos estaciones comerciales, la CYB de la compañía de cigarros El Buen Tono y la primera en transmitir el “grito patrio” el 15 de septiembre de 1923; y la estación CYL con la que la familia Azcárraga incursionó en el campo radiofónico en 1923 (Hayes 30; Romero 359; Curiel 13). Desde entonces y junto al creciente interés de los Azcárraga por expandir un imperio mediático aun incipiente, la radiofonía comercial dominaría el panorama de las transmisiones radiales mexicanas a lo largo del siglo XX.

El furor que surgió en torno a la radio fue capitalizado tanto por inversionistas como los Azcárraga como por poetas como Manuel Maples Arce (por ejemplo) T[elefonía].S[in].H[ilos]. (Poema de la radiofonía).⁴¹

La Radio Corporation of America (RCA) que después de la caída del mercado en la Europa de posguerra buscaba expandir sus programas radiofónicos en México, encontró en la familia Azcárraga una vía de distribución y acceso a través de concesiones para su producción radial. En 1924 la RCA también organizó la Inter-American Conference on Electrical Communications que tuvo sede en la ciudad de México, mostrando otra faceta del avance que a la corporación norteamericana le garantizaba su vínculo con los Azcárraga (Hayes 27-28; Zolov 20). Mientras tanto, el estado mexicano siguió subvencionando transmisoras que terminarían por convertirse en una oferta radial alternativa a la oferta comercial como la CZE (hoy XEEP), o las

⁴¹ Véase el poema de Manuel Maples Arce en “Manuel Maples.”

emisiones de las Secretarías de Industria, Comercio y Trabajo o de Guerra y Marina (ctdo. en Gallo 51; Curiel 13).

La radio de la década del 30 vivió un boom publicitario paralelo al aumento de ventas de aparatos de radio. Si a mediados de los 30s el número de radios se estimaba en las 250,000 unidades, a inicios del 40 esta cifra se había casi duplicado llegando a 450,000. El número de emisoras también registra un crecimiento sostenido durante la década: las 31 estaciones que existían al inicio de los 30s aumentaron hasta llegar a 126 transmisoras diez años después. Casi todo el país tuvo cobertura radial en los 30s, desde Monterrey con su XET hasta Guadalajara y su XED o Veracruz con la XEV. Sin embargo, siguieron siendo contadas las consideradas “grandes” estaciones mexicanas como la XEW, “La voz de América Latina,” la XEQ, otra estación de los Azcárraga, y radio UNAM XEUN (Hayes 30, 32; Romero 359; ctdo. en Robles 2; Romo 27). Y al crecimiento de la infraestructura radiofónica siguió el aumento de la oferta publicitaria: corporaciones como Colgate Palmolive, Sydney Roos y Coca Cola se disputaron los espacios radiales para llevar sus productos al seno de los hogares mexicanos.

La relación de la radio con el consumo poco cambió después de los 30s aunque existieron estaciones y programas que ofrecieron alternativas a la vasta influencia que compañías transnacionales y nacionales habían desplegado sobre el sector radiofónico de México. Gracias a estaciones de corte gubernamental o universitario (Curiel 12), la radio también logró desempeñar una función educativa y social que, en los 60s, una década marcada por las luchas sociales y enturbiada por la matanza de Tlatelolco de 1968, respondió al llamado a democratizar la sociedad civil mexicana con el lanzamiento de lo que Martínez Lugo llama “*radios libres*” (12). Dando voz a la diversidad de voces de la ciudadanía, las “*radios libres*” (12) pensaron la radiofonía desde presupuestos sociales, culturales y simbólicos que poco tenían que ver con las

políticas y las retóricas de estaciones comerciales. Con el apoyo del gobierno Echeverrista (y la reforma de la Ley Federal de Radio y Televisión), la década del 70 asistió a la creación de nuevas estaciones y programas del estado. Según Romo, las radios universitarias crecieron a un promedio del 50% (27). Hay muchos ejemplos que hablan de este proceso: la fundación de la radio Universidad de Guadalajara en 1973 o la radio de las universidades potosinas y veracruzanas que también aparecieron en esta década junto a otras 22 radios universitarias en el resto de México. En 1978, la década culmina, con la adquisición de tres estaciones—la XEB, XE MP y XE RPM—por parte del estado (ctdos. en Martínez, Cornejo y Hernández 15; Martínez, Cornejo y Hernández 13, 16). De todas formas los números que aporta Cristina Romo indican un claro dominio de la radiofonía comercial en México, si en 1983 el 96.5% de las estaciones eran comerciales y solo el 3.5% correspondía a radios no comerciales, la tendencia continúa en 1990 aunque el porcentaje de estaciones comerciales se redujo al 88.62% (ctdo. en Romo 3; Romo 15).

Radio UNAM: Una radio que “no sabe de distancias, que no tiene bandera y...[que está] al servicio de la humanidad”⁴²

La radio UNAM fue la primera emisora universitaria de México. Bajo la dirección de Alejandro Gómez Arias, el 14 de junio de 1937 salió al aire como XEXX (Romo 27), pasó a ser XEUN en 1939, y, entre sus hitos tecnológicos, empezó a transmitir en onda corta en 1956 y a partir de 1961, en frecuencia modulada (35).

En términos generales, desde su inepción, Radio UNAM quiso poner al alcance de la radio-audiencia, incluida la comunidad mexicana en los EE.UU., el quehacer universitario tanto

⁴² Este es un fragmento del discurso para la ceremonia de apertura de Radio UNAM por Alejandro Gómez Arias, véase King 15.

en las artes como en las ciencias, debiendo enfrentar críticas como la de André Berruer para quien resultaba un “lujo elitista de las emisoras universitarias que corresponden a los intereses sectoriales de quienes realizan los programas” (ctdo. en Romo 29). Sus transmisiones, no obstante, han mantenido un perfil consistente. En cuanto a música, un sólido componente de su programación, la selección es ecléctica, incluyendo diversos tipos de género como música clásica, nacional, o folclórica. Según Romo, a finales de los 80s, un día de programación cubría el siguiente contenido:

La programación actual de Radio UNAM incluye temas científicos a modo de charlas; programas literarios; varios musicales, en donde se incluyen la música popular de países lejanos, jazz, música autóctona e internacional, además de la música culta; tres noticiarios diarios de media hora cada uno; programas de análisis y comentario...emisiones culturales, como son la cartelera cinematográfica y los relativos a museos; programas con participación del auditorio, y programas de transcripción (37).

Durante estos años, también se destacaban los análisis de Tomás Mojarro, conductor del programa *Paliques y cabeceos* y uno de los comentaristas más reconocidos de Radio UNAM (37).

Tomás Mojarro: Escritor, crítico cultural y locutor de *Paliques y cabeceos*

Tomás Mojarro, un raro polígrafo en las letras mexicanas, escribió novelas, poesía, y biografías, centrándose principalmente en la situación histórica de la ciudadanía mexicana y en cuestiones rurales. Oriundo de Jalpa, Zacatecas donde nació el 21 de septiembre de 1932, Mojarro pasó parte importante de su vida en Zacatecas, Jalisco y en la Ciudad de México, sitios que lo vieron dar los primeros pasos de su vida literaria. Siendo corredor de la Presidencia de Zacatecas, aprendió, según recuerda, a “garabatear las primeras letras” (Tomás 12). Después de

vivir en un seminario religioso en Guadalajara donde perfeccionó su gramática, Mojarro fue becario del Centro Mexicano de Escritores (1958-1960), una experiencia que compartió con escritores que años más tarde conformarían el *establishment* literario mexicano como Agustín Yáñez, Elena Poniatowska y Homero Aridjis (Rodríguez, “El humilde” 5; Cohen 3-5; “Centro Mexicano”). Emmanuel Carballo, también becario del Centro Mexicano de Escritores (1954-1955), le presentó a Juan Rulfo quien, según confiesa Mojarro en una entrevista a Elena Urrutia, tuvo enorme importancia en su formación intelectual:

Me gustaría contestar que no es así pero la verdad es que me encandilé con los dos libros de Juan Rulfo, y ese encandilamiento todavía no acaba de pasar. Yo creía que era uno de mis pecados felizmente olvidados, pero por lo visto no... (ctdo. en Cohen 20).

Sus primeros poemas, publicados en *Summa* y *Et Caetera*, datan de los años 50s y no son una muestra representativa de lo que Mojarro considera su mejor producción: “comencé a escribir en Guadalajara, ensayando mis primeros poemas a base de rimar ‘amor’, con ‘dolor’ y ‘suerte’ con ‘muerte,’ nada nuevo” (Cohen 5-6; ctdo. en Cohen 11). Poco después, influenciado por la literatura dominante en los 50s y 60s, publicó *Bramadero* (1963), y *Malafortuna* (1966), mientras empezó a colaborar regularmente en columnas de la *Revista UNAM* o en periódicos como *Unomásuno*. Incluso llegó a escribir textos poco convencionales como los guiones de la historieta *El valedor*.⁴³

⁴³ Hay pocos trabajos académicos que analizan la literatura de Tomás Mojarro y los pocos que existen pueden verse en Cohen, Roser, Rodríguez y Sánchez. También una recopilación completa con todas sus obras literarias se puede encontrar en la compilación de escritores mexicanos del siglo XX, véase Ocampo 334-343.

Su obra narrativa no ha sido aún objeto de estudio de la crítica literaria. Harry L. Roser, uno de los pocos críticos que prestó atención a *Bramadero*, afirma: “Tomás Mojarro is among those who, writing within the current of social realism, seeks to make an aesthetic representation of a designated social setting. Mojarro is concerned with how Mexican lives and dies in the midst of the conflicts of a society in transition” (85). La colección de cuentos *Cañón de Juchipila* (1960) y su novela *Bramadero* (1963), al igual que Juan Rulfo en *El llano en llamas* (1953) o *Pedro Páramo* (1955), reconstruyen el México rural de transición, después de haber sido convulsionado por la Revolución mexicana. Realismo social o no, Mojarro explora en su literatura una arista del México que resiste la imposición del estado cuando trata a sus ciudadanos como “desposeídos.” Son estas referencias a “los rigores del clima y la aridez de la tierra en que viven” sus personajes, así como a “la iglesia y a la autoridad paternal” del gobierno, algunos de los cruces temáticos que permiten asociar la escritura de Mojarro con la de Rulfo. (Rodríguez, “El humilde” 19; Sánchez 198). La dimensión rural del México posrevolucionario, con sus problemas, personajes y expresiones, domina *Bramadero*, *Malafortuna* y los cuentos de *Cañón de Juchipila* (Roser 85).

La misma preocupación social y política atraviesa los programas que Mojarro condujo para Radio UNAM. Su producción radial se extiende a lo largo de décadas e incluye, además de *Paliques y cabeceos*, programas como *El valedor*, *Palabras sin reposo*, *Domingo siete*, *Pensamiento e ideas de hoy* y *La noticia en sus fuentes* (Ocampo 335; Audiffred). En la radio, Mojarro fue visceral comentando la realidad mexicana que “lo saca de quicio” (King 206). Recurriendo generalmente al meta-comentario, Mojarro articuló su crítica a partir de la relectura de noticias publicadas en periódicos y revistas de amplia circulación en México. En otras palabras, leyó siempre a contrapelo (o *against the grain*) esa “realidad mexicana” que aparecía

oportuna e interesadamente ya digerida por los medios masivos. Invistiendo contra el oportunismo priísta o contra los mitos reproducidos por un periodismo cómplice, la intención de Mojarro fue siempre hacer de la historia y del pasado “la estrella polar” de sus comentarios para tratar de tocar esa “realidad objetiva” que se negaba a la audiencia en la prensa escrita (ctdo. en Audiffred). Y en su forma de hacer periodismo radial, no respetó ni a presidentes ni a oficiales menores, según recuerda su colega de radio Carlos Illescas (ctdo. en King 207). Lo cierto es que a lo largo de sus años en radio tampoco dejó de usar la forma folklórica de hablar que aprendió en Zacatecas, y que, con “pa su mecha”, “ah, pariente”, “échale,” o el usual “pa su” (apócope de “para su madre” o “para su mecha”) de *Paliques y cabeceos*, consolidó su clara identidad radial (ctdo. en Roser 86). Su visión del mundo resultó chocante para algunos y su habla fue considerada “anti-radiofónica” por otros (King 206) pero Mojarro continuó en *Paliques y cabeceos* (de 1983-1986) una trayectoria radial que desde la polémica le había permitido practicar una mirada exterior, ajena al sentido común festejado en la prensa escrita mexicana. La crítica de Mojarro en Radio UNAM puede tildarse de aguafiesta porque, en medio del delirio colectivo que generó el Mundial del 86, apuntó a denunciar no sólo el poder alienador del fútbol en México sino también el uso que el gobierno priísta hacía del deporte a fin de echar en el olvido las consecuencias sociales de la profunda depresión económica que la nación real estaba atravesando.

***Paliques y cabeceos*, un programa sabatino de crítica social**

Tomás Mojarro condujo sábado a sábado su programa *Paliques y cabeceos* en Radio Universidad Nacional Autónoma de México. Las noticias publicadas durante la semana en periódicos y revistas le sirvieron de “materia prima,” como llamó Mojarro a la fuente de sus comentarios o críticas sabatinos (ctdo. en King 205). Ningún medio escapó a su mirada

desmitificadora, desde *El Herald*, *El Sol de México*, *La Jornada*, o diarios deportivos como *Esto* hasta revistas de sátira como *Siempre!* para la que Mojarro también trabajó. Fue suficiente que la noticia sentimentalizara o hablara condescendentemente del “pueblo” para que Mojarro la hiciera centro de sus burlas y comentarios sardónicos.

Paliques y cabeceos se transmitió aproximadamente durante 15 minutos intercalando en su programación cápsulas temáticas (de dos o tres minutos cada una) con breves espacios musicales. Sus cápsulas se diferenciaron semana a semana, en ocasiones Mojarro matizaba sus comentarios políticos sobre problemas actuales (o no tan actuales) con críticas de corte religioso, deportes e incluso dedicó una de sus secciones a la nota “amarilla”. Toda noticia que apareció en *Paliques y cabeceos* sirvió como excusa para la reinterpretación y el comentario sarcástico de la actualidad mexicana. Cuando el arzobispo de Mérida, Manuel Castro Ruiz, afirmó, por ejemplo, que no a todos los obreros se les tiene que pagar lo mismo por su trabajo, sino a cada quien lo que necesita y le toca, Mojarro comentó, entre risas, que sólo los capitalistas tienen su coronamiento en el cielo (*Paliques...*240 8:02-8:14). Con ojo clínico, Mojarro señaló cómo la iglesia profesaba sus máximas eclesiásticas desvinculándolas del terreno laboral donde siempre la justicia social quedaba excluida de sus urgencias o preocupaciones. Otra mina de ejemplos la ofrecen los comentarios de fútbol transmitidos entre 1983 y 1986, en medio de la euforia desatada por el Campeonato Mundial de Fútbol de México 1986. Mojarro enmarcó sus críticas aclarando que el fútbol es un buen deporte pero que no por eso cabe convertirlo en el opio de los pueblos, comercial o políticamente hablando. Anticipando el carácter corrosivo con que podían ser recibidas sus críticas, Mojarro pone la siguiente queja en boca de su primo, el Gerásimo, “ya chale con chotear al fútbol. ¿Pues qué acaso a ti no te gusta el clásico pasecito a la red?” (*Paliques...*237 1:15-1:22). A lo que Tomás contestaba:

Me gusta claro que sí, mucho me gusta el fútbol, pero jugarlo, no verlo jugar, realizar bonitas jugadas, no ver que otros las ejecuten por mí...y mientras que yo estoy de las de acá mirando el fútbol, *una perversa propaganda de la televisión comercial, me condicione a lo subliminal para relacionar el saque de banda con la cerveza, y el tiro de esquina con el cacardi y el perico dome* (énfasis mío *Paliques...*237 1:23-2:09)

Cansado de que el fútbol sirva para vender “subliminalmente” mercancías, Mojarro notó con énfasis burlón cómo en la cancha de juego las “bonitas jugadas” compiten con las bebidas “cacardi” [Ron Bacardi] o “perico dome” [Pedro Domecq]. Entre 1983 y 1986, *Paliques y cabeceos* se centrará en criticar los efectos “visibles” y “ocultos” (*Paliques...*235 3:35-3:36) del Campeonato Mundial de Fútbol. Mojarro prestó especial atención a lo que movilizaba emocional, económica y simbólicamente este deporte sin olvidar su paso por la historia del país.

El 10 de marzo de 1984 *Paliques y cabeceos* arrancó con una breve introducción musical para después, en su primera cápsula informativa, hablar de la corrupción que persiste desde la institucionalización del Partido Revolucionario Institucional (PRI). Tomando como materia prima una “nota de socialité” (*Paliques...*138 0:53-1:22) aparecida en medios con motivo de los 50 años del Instituto Mexicano de Seguro Social, Mojarro criticó los discursillos de “políticos y tecnócratas” que se auto-agasajaron unos a otros sin lograr entender cómo las palabras retóricas podían dar cuenta de la situación desesperante del trabajador mexicano. Terminó la cápsula suspirando por su “traqueteado” México (*Paliques...*138 3:16).

En otra cápsula—“efemérides”—Mojarro denunció el lenguaje al que los medios apelaban cada vez que hablaban de las relaciones obrero-patronales. Asumiendo la perspectiva del patrón, sentenció a modo de caja de resonancia: los obreros necesitan cooperar para el desarrollo de la industria y aceptar salarios menores (*Paliques...*138 4:04-4:34). En boca de Mojarro, el cinismo

de la afirmación quedaba al descubierto sin necesidad de agregar ningún comentario o aclaración complementaria. A continuación, en otra cápsula, cuestionó cómo *Ocasiones* había celebrado el día internacional de la mujer. El poema-homenaje que el semanario dedicaba a la mujer lejos de festejarla, la sentimentalizaba como objeto y ratificaba su condición subalterna sin siquiera tener plena consciencia de hacerlo. Por último, *Paliques y cabeceos* terminó con una nota de un periódico amarillista que narraba cómo un taquero mató a su esposa de 5 balazos porque era una mujer fuerte y karateca (*Paliques...*138 14:07-14:21). El collage de notas es tan diverso como representativo de la selección que Mojarro ofrecía en *Paliques y cabeceos* todos los sábados. Como una caja de Pandora, el programa se abría a la audiencia para releer junto a Mojarro los desatinos con que en los medios quedaba atrapada, más que retratada, la ciudadanía mexicana.

Una de las cápsulas habituales de las transmisiones sabatinas fue “el clásico pasecito a la red.” Duraba también de 2 a 3 minutos y fue un foro para discutir sobre fútbol en los términos irreverentes con que Mojarro se deleitaba en destruir los grandes mitos nacionales. Pero además de ser una oportunidad más para el relax, el fútbol en *Paliques y cabeceos* fue también una excusa para hablar de política o para hablar desde afuera de esa patria mexicana que habían creado los medios al convertir a once jugadores en sinónimo de “nación.” La transmisión del 10 de marzo de 1984 dedicó “el clásico pasecito a la red” al jugador Hugo Sánchez,⁴⁴ uno de los

¹ El futbolista mexicano Hugo Sánchez fue un deportista de renombre que jugó sobre todo en equipos mexicanos teniendo algunas incursiones internacionales con la selección o en España en el equipo Real Madrid. Su trayectoria en los campos de fútbol fue extensa comenzando a finales de la década del 70 con los Pumas de la UNAM y finalizando hasta mediados del 90 con el Club Celaya.

futbolistas mexicanos más reconocidos entre los años 70s y 90s, con reputación a nivel nacional e internacional, y sin duda la “estrella” mimada del periodismo deportivo de la época. Mojarro habló de Sánchez porque en ese momento si alguien representaba a la nación que los medios habían construido, ese jugador era Hugo Sánchez. La noticia que leyó en el aire hacía referencia a un gol que Sánchez atribuyó a Dios, “es que solo Dios pudo darme el privilegio de anotar”— declaró a la prensa el crac mexicano—“parece que ese gol Dios me lo hubiera puesto en bandeja de plata” (*Paliques...* 138 9:09-9:19). Mojarro arremetió contra el constructo que la prensa había montado en torno a Sánchez como referente de una nación, o mejor, de un “nacionalismo mediático” que homologaba a México como sinónimo de Dios, Patria y Fútbol (y que antes Azcárraga había calificado de “católico y futbolista”). Para Mojarro, un gol de Sánchez, por más glorioso que haya sido, no alcanzaba a simbolizar el “colectivo nacional” ni un equipo de fútbol podía sensatamente considerarse “el equipo de todos [los mexicanos]” (*Paliques...* 138 9:38-9:40). El fútbol en *Paliques y cabeceos* fue una fuente inagotable para la invectiva de Tomás Mojarro contra los mitos mediáticos y los usos políticos y económicos que esos mitos alentaban. Pero a partir de 1983, cuando la FIFA designó a México sede del XIII Campeonato Mundial de Fútbol de 1986, las cápsulas “El clásico pacesito a la red” aumentaron en número y frecuencia en las transmisiones sabatinas, ocupando una centralidad en la programación que tuvo visos de cruzada.

Paliques y cabeceos: Re-mediatizando la “nación” futbolera

En las transmisiones de Radio UNAM del 2 de enero de 1983 al 1 de noviembre de 1986, *Paliques y cabeceos* atacó sin reparos a esa “nación futbolística” que la cultura mediática había cristalizado como sinónimo de México. Auxiliado por la memoria histórica, Mojarro leyó las notas sobre el Mundial de Fútbol 1986 a la luz de lo que otros mega-eventos del pasado podían y

debían enseñarle al México de los 80s. Para Mojarro, la historia funcionó siempre como clave de sentido en donde anclar sus relecturas del presente. Las Olimpiadas de 1968, el Mundial de Fútbol de 1970 y los concursos internacionales Miss Universo fueron los antecedentes de los que echó mano con el afán de contextualizar históricamente un presente comparable a otros pasados cuando México también había alineado sus emociones colectivas tras la estela encandiladora de unos pocos jugadores talentosos o de bellas modelos de la pasarela.

Mojarro desempolvó el recuerdo de las Olimpiadas del 68 para ilustrar cómo los mega eventos son una suerte de máquinas de ilusión o teatro internacional para suspender o hacer olvidar una realidad nacional menos festiva y más fabricada para el consumo extranjero. El principal objetivo del Comité Organizador Mexicano al auspiciar los Juegos Olímpicos en México en 1968 fue echar un manto de olvido sobre la Matanza de Tlatelolco que había ocurrido sólo 10 días antes de la apertura (Bolsmann y Brewster 1286). En los 80s, la caída del precio internacional del petróleo y el aumento de las tasas de interés de la deuda externa mexicana habían sumergido a México en una crisis económica profunda que el Campeonato Mundial vino oportunamente a desplazar de la primera plana de los periódicos. Mojarro también denunció el tratamiento preferencial que el gobierno de Miguel de la Madrid concedió a la FIFA y del que sólo Televisa salió beneficiada de manera desproporcionada. Presionado por la condiciones que impuso la FIFA, el gobierno reformó la Constitución Mexicana para liberar las regulaciones que imponían cuotas a la participación no gubernamental en el sistema nacional de comunicaciones. El famoso “Cuaderno de Cargos” o condiciones que impuso a México la FIFA prescribía, entre otras obligaciones:

1. Permisos de entrada y salida del país a funcionarios, jugadores, periodistas sin distinción de nacionalidad, raza o religión.

2. Libre importación y exportación de efectos personales, equipos técnicos de televisión, médicos y deportivos relacionados al campeonato.
3. Seguridad personal en aeropuertos, campos de práctica, hoteles, etcétera, para el personal relacionado con el torneo.
4. Garantía de libre circulación de todo tipo de divisas; cambio y devolución de dólares estadounidenses o francos suizos; devolución de cualquier tipo de moneda y seguridad de pagos al extranjero, al curso oficial.
5. Existencia de una red internacional de telecomunicaciones telefónicas, telegráficas, de telex, radio y TV, Centro especial de Telecomunicaciones.
6. Red Nacional de Transportes suficiente para la realización del torneo. Cada subselección con aeropuerto que permita aterrizar aviones jet.
7. Congelamiento de las tarifas de hospedaje para el personal de la FIFA a partir del primero de enero de 1986
8. Impuestos federales, estatales y municipales que no excedan el 15 por ciento de los ingresos totales.
9. Garantizar que las organizaciones encargadas de la venta de boletos de los partidos, no cargarán más de diez por ciento de comisión (Zarur 125-126).

Con la desregulación del sistema de comunicaciones, el estado facilitó el terreno legal para que Televisa saliera ganando 51, 271.75 millones de pesos gracias al Mundial del 86 (Zarur 129).

Paliques y cabeceos ventiló los negocios sellados a la sombra del Mundial, criticó el rol de un estado que se puso al servicio de Televisa y arremetió contra la teatralidad de la fiesta montada por los medios para tapan con el ruido una realidad que estaba lejos de ser pasado.

El primer mega-evento que comentó *Paliques y cabeceos* fue la Olimpiada de 1968. En la transmisión de *Paliques y cabeceos* del 1 de noviembre de 1986, Mojarro releyó la efemérides que el periodista Eduardo Moreno escribió para *El Heraldo* :

Don Gustavo [Díaz Ordaz], con esa entrega, carácter y determinación que siempre mantuvo, sacó a flote el magno evento al que muchos malos mexicanos anticipaban un rotundo fracaso, *quién no recuerda* aquel 12 de octubre en el estadio de la ciudad universitaria, cuando muy de mañana los aficionados *madrugábamos* para que *nos tocara* un buen lugar, *quien no recuerda el ambiente de fiesta* que se respiraba aquel soleado día contrastando con los pesimistas augurios que muchos desbalagados y mal intencionados hacían aludiendo al problemilla estudiantil. *Quién no recuerda* aquella espontánea *función de alegría* que todos los concurrentes *teníamos* dentro y fuera del estadio. *Quién no recuerda aquella inenarrable explosión de felicidad y hermandad* al iniciarse el inolvidable desfile deportivo. *Quién no recuerda* aquella penetrante pero [RISAS] significativa mirada de satisfacción del entonces señor Presidente Don Gustavo Díaz Ordaz que junto con su pueblo al que tanto amó, se sentía orgulloso de la capacidad de organización de los mexicanos, *quien de los que estuvimos allí presentes* podría negar que la olimpiada de 1968 significó para México el paso definitivo que le colocaría en lo que a organización deportiva se refiere como uno de los *países punteros del orbe*.
(énfasis mío *Paliques...*252 6:56-9:02)

Moreno usa un colectivo (“madrugábamos”, “teníamos [alegría] dentro y fuera del estadio”, “estuvimos allí presentes” y vimos el evento con efusiva “alegría”, con un “ambiente de fiesta” y con una “explosión de felicidad y hermandad”) del que Mojarro expresamente se autoexcluye (*Paliques...*252). Sus intermitentes risas durante la transmisión así como el cinismo con el que

leyó las manifestaciones de felicidad exultante y las muletillas de Moreno (“quién no recuerda...quién no recuerda”[*Paliques...*252]) hablan de la exasperación que *Paliques y cabeceos* mostró frente a los vicios retóricos, los excesos sentimentales y la memoria reificada con que *El Herald* recordó “la fiesta” de las Olimpiadas. Con más perplejidad que sarcasmo, Mojarro señaló la incomprensible reverencia de Moreno por “Don Gustavo:” a días de Tlatelolco, el que “sacó a flote el magno evento” y “tanto amó a su pueblo” tenía manchadas las manos con la sangre derramada durante la masacre que puso término al “problemilla estudiantil” (*Paliques...*252). Alerta ante cualquier intento de reescribir la historia o de proponer un revisionismo torpe, Mojarro no dejó de contextualizar “las fiestas” con que la prensa trataba de ofuscar la realidad del pasado, sobre todo, en el marco de las celebraciones desenfrenadas que había desencadenado el Mundial del 86.

Paliques y cabeceos aludió también a otra muestra periodística de “liviandad”—como la llamaría Carlos Monsiváis—cuando los medios mexicanos se centraron en cubrir el concurso de Miss México:

Miss México, [y] por otro lado el fútbol, esos son a estas alturas los dos polos de atención del paisanaje. La Miss México y el fútbol, qué suerte irá a correr ésa que lleva entre sus muslos la representación del tricolor al certamen Miss Universo, y quién será el dignísimo campeón Mexicano en la fiesta del fútbol, ah México, he aquí un par de notas alusivas a los dos acontecimiento que mantienen a estas alturas de la historia patria la atención del respetable, ahí les voy. (*Paliques...*104 0:58-1:36)

Para Mojarro la patria tricolor estaba poco dignamente representada en las piernas de un campeón de fútbol o en los muslos de una reina nacional. La “nación mediática” sucesiva o simultáneamente enojó, desalentó e incendió la resistencia de Mojarro de verse reflejado o

interpelado por estos tipos de fiesta patria. Fue un aguafiestas y abrazó con orgullo el sambenito de “mal mexicano” (*Paliques...*252), si eso era lo que quería decir Moreno en su nota sobre las Olimpiadas. También defendió su derecho a “boicotear el mundial de fútbol” porque “nosotros [los mexicanos] somos libres y queremos seguir siéndolo.” Esta fue la respuesta desafiante de Mojarro a Azcárraga que había dicho que los que se opusieran al fútbol o a eventos como Miss Universo no hacían más que atentar contra la nación (*Paliques...*222 7:08-7:10). Mojarro vió con desesperación cómo la “historia patria” enlatada por Televisa había condenado a los mexicanos a vivir en un presente eterno sumido en el espectáculo y el entretenimiento (*Paliques...*104 0:58-1:36).

Paliques y cabeceos usó como “materia prima” los escritos de los que Mojarro motejó de “merolicronistas” (mezcla burlona de merolico o curandero y cronista), es decir, aquellos periodistas que con “optimismo alquilado” celebran en la prensa “los clásicos pascitos a la red” (*Paliques...*235 7:28-7:32). El lenguaje grandilocuente y la solemnidad prefabricada con la que hablaban de fútbol fueron para Mojarro una fuente inagotable de sarcasmos y blanco inevitable de sus reducciones al ridículo. Desde la trinchera de radio UNAM, Mojarro dirigió sus diatribas contra los comentaristas-“merolicronistas”, estableciendo una clara diferencia entre “nación” y fútbol: “aquí me pongo [de pie]...no que me voy a poner de pie” parodió, el clásico grito de Ángel Fernández, locutor del conglomerado Televisa, en sus transmisiones de televisión (*Paliques...*138 8:53-8:55).

Lo que más exasperaba los límites de tolerancia de Mojarro eran los golpes bajos con que los medios asociaban cualquier jugada de fútbol con un nacionalismo de corte chovinista y sentimental. Después de leer un comentario de *Esto*, por ejemplo, no puede evitar señalar la desmesura de lo que “canta la reportera...salimos arrastrando, pisándonos el alma, Hugo

[Sánchez] decepcionó a 80 millones, nada más a 80 millones” (*Paliques...*236 13:09-13:30).

Tampoco reprime mofarse de los mitos nacionales más sagrados sobre todo cuando la fe le pide milagros al fútbol:

miles de plegarias a la virgen morena para que triunfe la selección mexicana. A la guadalupana también le tocó la euforia futbolera si se nos hace el milagro ya casi estaremos en la final. Sólo es cuestión de un poco de suerte y *con la virgencita de nuestra parte para gozar de nuestra victoria sobre los alemanes, (jajá así dice), para gozar de nuestra victoria sobre los alemanes*, conteniendo la enorme emoción que lo embriaga... (énfasis mío *Paliques...*237 6:01-6:37)

Algunos de los comentarios que leyó Mojarro en el aire le resultaron tan poco creíbles que debió asegurar a la audiencia con un (o varios) “así dice” (*Paliques...*237 6:28) para que no se lo culpara de agregar ni quitar nada a lo que leía. Obviamente estas acotaciones establecen con su público una relación de complicidad que en *Paliques y cabeceos* nunca fue puesta en duda. Para Mojarro existía un “ellos” (los merolicronistas) y un “nosotros” (el locutor de *Paliques* y su audiencia).

La música de sus cápsulas informativas fue otro componente que le permitió hablar del nacionalismo mediático. La selección musical ilustraba la temática de ese día de programación, y cuando Mojarro comentó el Mundial en “el clásico pasecito a la red” eligió como cortina dos temas: el himno oficial del Campeonato Mundial 1986 escrito por José Carlos Abara, “El mundo unido por un balón,” y la canción de rock del grupo mexicano Botellita de Jerez, “Saque de meta y Pique”. Ambas sobre fútbol una, de tono irreverente, cuestionaba el nacionalismo futbolístico desde una propuesta rockera, y otra institucionalizaba solemnemente el fraternalismo deportivo que intensificaba su fervor en el marco del mega-evento.

Transmitido hasta el cansancio en radio y televisión antes y durante el Mundial, el himno de Abara celebraba pleno de exaltación nacionalista, la camaradería internacional de los pueblos alentada por el “juego que nos une”: el fútbol como puente de amistad y vehículo de integración entre continentes. Sin demasiada sofisticación, “El mundo unido por un balón” rimó emoción-balón-corazón para hablar de grandes palabras como paz, unidad e igualdad :

México 86, México 86, donde se vive la emoción.

México 86, México 86, el mundo unido por un balón

Cantemos de alegría en un canto de amistad al juego que nos une, buscando sólo paz, pintemos de colores las nubes que al pasar, dirán con grandes letras en México el mundial.

México 86, México 86, donde se vive la emoción

México 86, México 86, el mundo unido por un balón

Mi tierra que se viste de su historia y tradición ofrece aquí en la tierra su altivo corazón brindemos un aplauso a la entrega y al fútbol que deja en nuestras almas su fuerza y su pasión.

[...]

Hagamos de esta cena la gran fiesta del fútbol y [...]

unidos como equipo todos por igual. Vivamos la confianza y la alegría de mundial.

México 86, México 86, donde se vive la emoción

México, 86, México 86, el mundo unido por un balón

México, México, 86

México, México (“El mundo unido”).

La gran metáfora de países unidos como equipos de fútbol hermanados bajo el mismo cielo mexicano funcionaba en la base del sueño universal y utópico que proponía el himno. Compartir y convivir sin conflictos ni violencia: gracias al “juego que nos une” podíamos ser capaces de imaginar lo imposible. Pero ésta era la versión “oficial” del Mundial y como tal mantuvo un tono edificante como también lo hicieron los medios que hablaron del campeonato (sobre todo los asociados a Televisa). En contraste, Botellita de Jerez, medio alternativo, evitaría a toda costa caer en la receta sacralizadora común en los medios masivos..

En los cortes musicales de *Paliques y cabeceos*, Mojarro jugó con el contraste al pasar el himno junto con la canción “Saque de meta y pique” de Botellita de Jerez. De corte desenfadado y *anti-establishment*, la canción del grupo de rock de la ciudad de México conformado por Sergio Arau “El Uyuyuy,” Armando Vega Gil “El Cucurrucucú” y Francisco Barrios “El Mastuerzo,” arremetió contra el fraternalismo idealizado que el Mundial había desatado como una epidemia sobre México. La letra de Botellita de Jerez habla de la mascota del Mundial en estos términos:

el fantasma del fútbol

es un chile con bigotes, con sombrero, y con balón

un cronista nos reseña con meticulosidad

los sucesos del partido

y en los goles gritarás

brincarás

llorarás.

Pique por arriba

Pique por abajo

Pique por en medio

Pique por atrás. (FansdelGuacarock)

Nada podía ser más estereotípicamente mexicano que el chile verde con bigotes y sombrero que se convirtió en símbolo del Mundial 86. El balón vistosamente grande en el que Pique se apoya había reemplazado al cactus de las viejas imágenes de la mexicanidad, un cambio nada sutil que lleva a pensar en la diferencia de lo que quería decir ser mexicano en los 80s (Imagen 8). La canción de Botellita de Jerez jugó con la saturación y un lenguaje caracterizado por el “doble sentido y ...el albur ocurrente” (“Ofrece Botellita”). Cuando cantaron “Pique por arriba, Pique por abajo, Pique por en medio, Pique por atrás” (FansdelGuacarock) hacían referencia a cómo el figurín había ocupado todo el paisaje mediático mexicano sin dejar de sugerir el posible sentido violatorio que semejante imposición podía llegar a tener. Con estas dos canciones que transmitió Mojarro en las cápsulas musicales de *Paliques y cabeceos*, intentó mostrar las dos caras de un nacionalismo desgastado que renacía reciclado aprovechando el fervor convocante del fútbol.



8.-

Imagen 8: “Pique, la mascota del mundial México 1986, blanco de burla de Botellita de Jerez y Tomás Mojarro en *Paliques y cabeceos*”: “Pique.” *Wikipedia*. N.p., n.d. Web. 6 Mar. 2016. <http://en.wikipedia.org/wiki/1986_FIFA_World_Cup#/media/File:1986_FIFA_World_Cup_official_Mascot.png>.

Paliques y cabeceos y la disputa radial “contra la retórica oficial”⁴⁵

Paliques y cabeceos no sólo combatió la liviandad y el sentimentalismo con que los medios hablaban de un nacionalismo futbolístico, también exploró las conexiones entre fútbol y política, una práctica que no era común encontrar en otros espacios periodísticos. Mojarro siguió con atención a la historia de favores mutuos que se prodigaron el PRI y Televisa.

Televisa, como había ocurrido en el Campeonato del 1970, tuvo un rol crucial para que México obtuviera la designación como sede del XIII Campeonato Mundial de Fútbol a México. Su protagonismo en la realización del Mundial debió sin embargo enfrentar obstáculos no previstos. Las primeras complicaciones surgieron después del sismo que azotó a la Ciudad de México el 19 de septiembre de 1985. Y si bien el 20 de mayo de 1983 México había sido confirmado como sede del Mundial 86 (Zarur 125), el terremoto alteró los planes iniciales y puso en alto riesgo las inversiones del conglomerado. La ciudad se convirtió en cementerio de 12,000 víctimas, cientos de infraestructuras fueron dañadas o reducidas a ruinas (i.e. edificios, casas, calles y hasta estadios) pero Televisa—cómplice de una limpieza visual sin precedentes en la historia del país (Goldblatt 637)—evitó poner en pantalla las imágenes de la devastación para concentrarse en los esfuerzos de una reconstrucción tan lenta como dudosa. Lo que importaba era hacer creer que nada podía interponerse con la celebración del Mundial, y la puesta en marcha de una narrativa triunfalista de un México de pie logró ofuscar los efectos reales de un terremoto que no fue televisado.

⁴⁵ Frase de Carlos Illescas, compañero de radio de Tomás Mojarro, que aludía al lenguaje de Tomás Mojarro, véase King 207.

Desde 1983 el gobierno y Televisa habían aliado fuerzas para traer el Campeonato del Mundo una vez más a México aún cuando se vivía una profunda crisis económica y el terremoto del 85 había dejado la ciudad en ruinas. “Mexico was ready” (ctdo. en “FIFA World Cup” 6) fue el balance de Guillermo Cañedo después del Mundial en respuesta a todas las dudas que se barajaban sobre la viabilidad del mega-evento:

Mexicans only had three years to set up this major event. And the earthquake just nine months before the start was a tough handicap. But everything was ready on time. After all, this involved the country’s pride and honor. It wanted to show what it was capable of in spite of the world’s scepticism. And Mexico was successful (6).

En preparación para el Mundial, Televisa solicitó 25 millones de dólares en crédito para la compra de equipos Phillips, recibiendo importantes subvenciones del estado (Fernández y Paxman 271). También negoció con la administración la creación de la transmisora IMEVISIÓN, una alianza entre Televisa y la televisión estatal (Zarur 192). Finalmente, y como consecuencia de la reforma y liberalización constitucional que el Cuaderno de Cargos de la FIFA impuso a México (126), Televisa salió beneficiada con importantes subsidios públicos destinados a actualizar e internacionalizar los alcances de su sistema de transmisión y comunicación.

Siendo los aeropuertos los primeros puntos de contacto con el resto del mundo, el gobierno tuvo que encarar remodelaciones, ampliaciones, y cambios estructurales para cumplir con las expectativas del Cuaderno de Cargos y adecuar la infraestructura a las necesidades turísticas que se tenían proyectadas para la duración del Mundial de mayo a junio de 1986. El aeropuerto de León, por ejemplo, recibió 200 millones, el de Tlaxcala 832 millones, Querétaro 400 millones, Toluca 1,200 millones y el de Puebla 200 millones (129). También los estadios debieron ser acondicionados para recibir cerca de 2.4 millones de personas con un promedio de

46,000 espectadores por partido (“Official Report” 16). El Estadio Cuauhtémoc recibió aproximadamente 1,700 millones de pesos, el Estadio Sergio León Chávez de Irapuato significó un gasto de 80 millones mientras en el Estadio Corregidora de Querétaro se invirtieron 5,000 millones y en el de Jalisco de la ciudad de Guadalajara otros 15,000 mil (Zarur 129). A pesar de que no existe (o no se ha hecho público) el costo total que el Mundial significó para el erario público mexicano, los datos con los que se cuenta arrojan un estimado tan abultado como incómodo si se piensa en la crisis económica que atravesaba México a causa de la caída de los precios de petróleo y las secuelas de un terremoto del que se no podía considerar aún totalmente recuperado. Las cuentas que sacó Mojarro en *Paliques y cabeceos* apuntaron a denunciar la obscenidad de estos gastos públicos y los grandes negocios del Mundial que sólo beneficiaron a unos pocos en desmedro de la mayoría de mexicanos.

En la transmisión del sábado 11 de enero de 1986 Mojarro habló del Estadio Neza 86 de la Universidad Tecnológica de Nezahualcóyotl que había sufrido daños estructurales a causa del terremoto. Sin embargo y pese a toda suerte de evidencia, el gobierno inmerso en un estado de negación no parecía estar dispuesto a renunciar a la idea originaria de que el Neza funcionara como sub-sede del Mundial:

ni el comité organizador del campeonato mundial de fútbol ni las autoridades locales se atreven a formular una decisión sobre la subsede tras de los daños sufridos en el estadio municipal Neza 86, antes estadio López Portillo, que ahora ha sido revisado de nueva cuenta por los peritos de obras públicas del estado. Desde antes del sismo se le vienen haciendo reparaciones al coso deportivo, tras el sismo el estadio presenta grietas de unos 24 cm visibles, que pondrían en peligro la sub-sede del campeonato mundial México 86, actualmente los técnicos de obras públicas municipales refuerzan... las gradas con

sostenes y placas de acero de 1/2” de espesor por 40 cm de largo, con tornillos de $\frac{3}{4}$ de pulgada que atraviesan el riel y las placas metálicas, a la fecha se pueden contar 36 de esas placas (énfasis mío *Paliques...220 10:06-11:03*).

Lo repetitivo de los chequeos del gobierno (“[el estadio] ha sido revisado de nueva cuenta”[*Paliques...220*]) secundado por el Comité Organizador (Guillermo Cañedo era uno de sus miembros) y, sobre todo, los daños visibles en la infraestructura del estadio Neza (“a la fecha se pueden contar 36 de esas placas”[*Paliques...220*]), mostraban cómo el gobierno quería avanzar con la realización del evento más allá de toda lógica y a cualquier precio. A Mojarro le costaba entender la cuestión del “orgullo y honor” a la que había apelado Cañedo para explicar el voluntarismo del gobierno priísta (y los intereses de Televisa) para llevar adelante un mega-evento en críticas condiciones de depresión económica y social. Por último, Mojarro terminó renunciando al intento, interpelando al técnico de cabina: “me doy, me doy, me doy, Pedro” (*Paliques...220 10:01-10:03*) una expresión que usaba cada vez que se daba por vencido de entender lo incomprensible.

Paliques y cabeceos también denunció otras formas solapadas de intervención del estado priísta en su afán de probar al mundo que México era capaz de hospedar un Mundial exitoso. Además de las inversiones millonarias que llevó modernizar infraestructuras del sistema de transporte y de la red deportiva, el gobierno debió financiar el amplio dispositivo de seguridad que demandó la movilización de la policía y el ejército para garantizar que el Mundial se llevara a cabo según lo planeado. Según datos aportados por Zarur, el gasto en concepto de seguridad alcanzó los 6 millones, a los que se sumaron otros 1,800 pesos mensuales en viáticos y comida (128). En su transmisión del sábado 21 de junio del 86, Mojarro siguió de cerca los entretelones del primer partido del Mundial que se jugó en el estadio Neza 86.

Después de sus remodelaciones pre-mundial el Neza debutó como sub-sede el 4 de junio con el partido entre Escocia y Dinamarca, equipos del grupo E en la eliminatoria. El partido terminó uno a cero a favor de Dinamarca con un gol marcado por Elkjaer Larsen en el minuto 57 después de que Dinamarca tocó diez veces el balón sin intervención escocesa. El balón terminó al décimo pase en pies de Larsen que se llevó a un defensa escocés al borde del área grande y después de driblarlo tiró a gol haciendo un disparo raso cruzado que finalizó pegando en el poste derecho y yendo poco después hacia las redes para adelantar a los daneses. Con ese gol terminaría el evento que, aunque exquisito para espectadores del estadio y del mundo, fue un gol de impacto para la economía local. Tomás Mojarro participó desde la trinchera del espectador crítico, aportando un dato que probablemente pasó desapercibido a aquellos periodistas sólo interesados en lo que ocurrió en la cancha de juego:

el gobierno del estado de México descontó de los salarios de funcionarios menores y empleados, el costo de boletos para presenciar el partido jugado en Neza entre Dinamarca y Escocia. Resulta que hace un par de meses el gobernador de la entidad, Alfredo del Mazo, hoy flamante secretario de energía y minas, prometió al comité organizador que el Estadio Neza, antes estadio José López Portillo, para quienes no se acuerden, tendría llenos completos. Sin embargo la venta de boletaje abarcó solo un 60%, por lo que se dijo, [y] obligatoriamente se le vendieron boletos a los burócratas (*Paliques...*236 14:27-15:13).

Mientras los espectadores del mundo disfrutaban el espectáculo, Mojarro se centró en las consecuencias que la promesa del gobernador del Estado de México habían tenido para un gran número de empleados públicos que debieron absorber los costos del 40% de las entradas del partido inaugural. Más que una promesa pública se trató, como parece sugerir Mojarro con sus

comentarios, de un contrato no escrito entre la FIFA y el gobierno del Estado de México (*Paliques...*236 14:27-15:13). Al parecer, Alfredo del Mazo concedió a las peticiones de la FIFA durante su gestión como gobernador para cubrir los residuos de la venta de boletos de los partidos que se organizaran en el Estadio Neza, y así la FIFA podía garantizar un 100% de ganancias en concepto de boletaje. *Paliques y cabeceos* denunció acuerdos como éste amasados a la sombra de la oportunidad que rodeó al Mundial en una red de ganancias que se fueron materializando gracias al fútbol, “el juego que nos une,” como clamaba el himno oficial..

El sarcasmo de Mojarro, inevitable cuando comentaba textos de merolicronistas, fue dejado de lado cada vez que se trató del comentario político o social, temas que merecieron un tratamiento desafiante aunque sombrío en sus cápsulas sabatinas. Para Mojarro la alianza de intereses comunes entre el gobierno, Televisa y la FIFA que destapó el Mundial 86 fue un tema por demás serio. Dejando la burla y el sarcasmo de lado, en la transmisión del 17 de mayo de 1986, Mojarro afirmó categóricamente “[n]unca debió celebrarse [el mundial] en un país con crisis ...” y “después del sismo de septiembre” (*Paliques* 235 2:01-2:07). No sólo habló de la imprudencia política y de la insensibilidad del estado ante una ciudad aún en duelo, sino también consideró toda celebración deportiva como una “burla...abyección” (*Paliques...*235 2:08-2:10). Los organizadores del Mundial 86 en *Paliques y cabeceos* fueron tildados de “vivos”, “aprovechados”, “ventajistas” y “maniobreros transnacionales” (*Paliques...*235 2:27-2:31). Con el evento en marcha y la euforia colectiva contagiada por los medios asociados con Televisa, a Mojarro no le quedó más remedio que conceder al espectáculo de un México futbolista que debía, pasado el show, pagar un precio demasiado alto por ese par de meses de festivo entretenimiento. Mojarro se dio por vencido aunque con un poco de indignación y otro más de recelo, “nada nos queda que no sea emocionarnos con las peripecias del clásico pasecito a la

red,” y sólo habrá que “apechugar después con las consecuencias,” tanto las “visibles” como las silenciadas (*Paliques...*235 3:23-3:36).

Conclusión

De los 60s a los 80 transcurrieron tres décadas que fueron testigo de la cristalización de un lenguaje fascinado por las cifras y el cruce entre fútbol y dinero, por un lado, y atrapado, por otro, en las redes de un hiper-nacionalismo mediático capaz de agitar banderas, desempolvar símbolos patrios y convertir a estrellas de fútbol en una suerte de patrióticos Juanes Escutia o Niños Héroe no ya defendiendo la patria contra la invasión extranjera como en 1847 sino marcando goles como índice y metáfora de la patria misma. Bajo el escrutinio mundial, los tres mega-eventos llevados a cabo en México durante este período sólo sirvieron para atizar los excesos retóricos y sentimentales de un nacionalismo prescripto y liderado por los medios afiliados a Televisa. *Paliques y cabeceos* con la ventaja que implicaba formar parte de una *radio libre* o *radio alterna* como Radio UNAM no se hizo eco de aquellas infranqueables voces que iban y venían celebrando las oportunidades que traían los deportes a México. Mojarro descreyó con pasión de las pasiones que traficaban los medios en nombre del fútbol. Con auxilio del chascarrillo, con el goce de la broma o con el desconsuelo de enfrentar luchas perdidas de antemano, *Paliques y cabeceos* fue un programa que trató de tomar distancia de un periodismo deportivo adocenado, grandilocuente y sacralizador. La voz disidente y aguafiesta de Mojarro en nada cambió el paisaje mediático dominado por una retórica ya establecida para hablar de fútbol en México. No era esa su intención. Apenas intentó, si se puede medir el efecto que tuvo *Paliques y cabeceos* en los 80s, mirar y hablar de fútbol fuera de la máquina de reproducción y del monolingüismo mediático, echando mano a la memoria histórica y a la denuncia para entregar a una audiencia minoritaria una perspectiva otra—politizada y socialmente consciente—

sobre el precio que pagó (en términos que van más allá de lo meramente económico) México por “el orgullo y el honor” de ser sede de un mega-evento como el Mundial 86.

CAPÍTULO 5

El juego de la vida: sentimentalizando el negocio de Televisa

Lorena, protagonista de la telenovela *El juego de la vida* (2001-2002), confiesa en uno de los capítulos finales de la serie: “estoy convencida, chavas. Nací para el fútbol y para Juan Carlos... sí, sí, es que no saben cuando estamos jugando me siento como fuera del mundo, sin broncas, sin preocupaciones, solo quiero jugar, y jugar, y jugar y jugar... [y cuando estoy con Juan Carlos] ¡Ay! pues me pasa igual. Me pasa lo mismo. Pienso como que se detiene el tiempo, que no hay nada alrededor nuestro” (“El juego... 100 parte 2” 5:06-33)⁴⁶. Con estas palabras, Lorena sella su doble pasión por Juan Carlos y por el fútbol y así la telenovela de Televisa redefine las normas del género melodramático hasta lograr lo impensable: no sólo que el fútbol ingrese al mundo de las pasiones femeninas sino que también termine conquistando su lenguaje sentimental y compartiendo el corazón de la heroína.

En este capítulo me propongo analizar *El juego de la vida* (2001-2002), una telenovela que en 165 capítulos transmitidos del 12 de noviembre del 2001 al 28 de Junio del 2002 (dos días antes de la clausura del mundial de Corea-Japón) logró hacer del fútbol el centro de las pasiones de un grupo de “chavas” preparatorianas capaces de luchar por un sueño común: ganar la V Copa Coca Cola y jugar en el estadio Azteca. ¿Qué cambia cuando el lenguaje del fútbol se cuenta en clave de telenovela? ¿Por qué a principios del siglo XXI Televisa expande los límites

⁴⁶ De aquí en adelante cito las transcripciones que hice del diálogo de los episodios de *El juego de la vida* y que vienen de *Youtube*. Para simplificar el texto cito abreviando la fuente del diálogo, por ejemplo, en la “Bibliografía citada” se puede encontrar “El juego de la vida Capitulo 100 parte 2” y aquí sólo cito “El juego...100 parte 2” e incluyo los minutos en que aparece la referencia.

tradicionales del género y trata de contagiar a la audiencia femenina la pasión por un deporte que era virtual monopolio masculino? Estas son algunas de las preguntas que me propongo contestar en el capítulo que sigue.

El fútbol femenino en México

Fueron contadas las pioneras del fútbol femenino en una sociedad que antes de la década del 70 había prestado poca o ninguna atención a esta rama del deporte que se desarrolló y creció en los márgenes, desprovista del interés que despertaba el fútbol masculino. Quizás la pionera del balompié femenino mexicano fue María Elena Meza, profesora de educación física del Colegio Americano en la ciudad de México, cuando en la década del 60 empezó a promover el deporte entre sus alumnas después de escuchar la conferencia de Joaquín Mass, “La práctica del fútbol soccer entre las mujeres” (Carreño 23). Alentado por esta iniciativa de Meza, el fútbol femenino en México creció y desarrolló una estructura inter-escolar que el lanzamiento de la Copa Coca Cola (1998) no hizo más que consolidar. Es esta relación entre equipos escolares femeninos y la Copa Coca Cola la que aprovecha la historia de *El juego* para dar cohesión al deseo colectivo de las preparatorias que protagonizan la telenovela.

El interés de Televisa por el fútbol femenino en México se remonta a fines de los 60s. *El Heraldo de México*, uno de los periódicos afiliados al conglomerado mediático de Azcárraga cubrió el primer entrenamiento formal documentado entre mujeres que tuvo lugar en el campo del Club América, también de Televisa (Carreño 47). Bajo la tutela de Rouse Soler, otro nombre indispensable a la hora de escribir la historia del fútbol femenino en México, las mujeres empezaron a jugar rutinariamente en las canchas del América después de un torneo organizado por *El Heraldo de México*. A partir de los 70s y gracias a la inventiva de Soler y a la promoción de los medios vinculados a Televisa, comenzó la que sería la etapa de avance y progresiva

aceptación del fútbol femenino en México (47). Aunque fueron pocos en un principio, esos avances hacia la consolidación de un deporte que en su versión femenina parecía destinado a vivir a la sombra del fútbol masculino, fueron sin embargo sostenidos hasta que su eventual “normalización” llegó en los 90s .

En 1970 México ya contaba con dos ligas femeninas (América e Iztaccíhuatl) y una selección nacional femenina, entrenada por un preparador físico (José Morales Rosales), dirigida por un técnico profesional (Efraín Pérez) y suficientemente competitiva como para jugar internacionalmente en la Primera Copa del Mundo de Italia en julio de 1970 y, al año siguiente, de agosto a septiembre, en el II Campeonato de Fútbol Femenil que tuvo sede en México.⁴⁷ También para entonces *El Herald de México* había designado a Manelich Quintero como reportero de planta para cubrir el fútbol femenino en su sección de deportes (47).

Con la consolidación del fútbol femenino en México, aparecieron también los primeros signos de resistencia en contra de una práctica “anómala” que no sólo ganaba terreno y legitimidad como deporte sino también convocaba fieles seguidores. La historiadora Carreño recoge los comentarios de José Antonio Roca, ex-jugador del equipo América y secretario adjunto de la Federación Mexicana de Fútbol, que criticó con desdén los alcances de lo que percibía como una práctica pueril: “[d]an la impresión de niños gorditos jugando fútbol. Niños por su inocencia y gorditos por las torpezas” (ctdo. en Carreño 13). Por otra parte, en la sección “Cápsulas” del diario *Esto*, Héctor Cárdenas centró su comentario en el físico de las jugadoras

⁴⁷ La Copa del Mundo de Italia del 7 de julio del 70 no fue “Copa” oficial por no estar suscrita a la FIFA mientras que el II Campeonato de Fútbol Femenil en México sí fue “oficial” por contar con el aval de la federación.

“[c]omprenderá que es necesario no dejar que el público pierda contacto con el deporte y se olvide de cómo las futbolistas mueven los glúteos y agitan con entusiasmo las protuberancias frontales al parar el balón” (ctdo. en Carreño 13). Frente al partido Italia vs América Combinado la prensa menospreció paternalistamente al fútbol femenino al que calificó de “acciones deshilvanadas de las chicas, [uno] no puede menos que añorar el fútbol masculino, cuya belleza radica fundamentalmente en la fuerza” (ctdo. en Carreño 13). A excepción de los comentarios de Manilech Quintero en el *Heraldo de México*, la prensa deportiva resistió el desafío (o la amenaza) que significaba el fútbol femenino para el *status quo*, y defendió la norma identificada con la supremacía masculina como la única válida para pensar y hablar de fútbol en México. La exclusión recurrió al arsenal de una retórica no familiarizada aún con el decoro de lo políticamente correcto, pasando desde la ridiculización de la dinámica de los partidos femeninos hasta la caricaturización denigradora del cuerpo de las futbolistas. Todo pareció resultar válido para contrarrestar la reorganización del sentido que tenía en México el fútbol antes de la emergencia de esta “otra” forma de juego que impusieron al deporte las ligas femeninas. Como eco anacrónico, este lenguaje despectivo y retrógrado resurge también en *El juego* toda vez que se intenta poner a prueba la determinación que muestran las protagonistas como futbolistas, recordando acaso la resistencia histórica que el fútbol femenino debió sortear en México durante sus arduos años de formación.

Tradicionalmente el lugar de las mujeres en lo que se refiere a un deporte históricamente dominado por hombres, fue otro.⁴⁸ Los medios le destinaron un rol secundario y, sobre todo, la

⁴⁸ Es escasa la bibliografía del fútbol femenino, pero para ver un buen ejemplo que registra el rol de la mujer en el fútbol mexicano véase Carreño. Otra breve perspectiva e historiografía

mantuvieron alejada de los campos de juego. En 1944, por ejemplo, el cine de la época dorada mexicana sentó a Marilú, protagonista de *Los hijos de don Venancio* (Dir. Joaquín Pardavé), en las gradas de aficionados. Como porrista, las mujeres podían seguir cumpliendo el rol de madres, novias o esposas sin violentar ninguna expectativa social como también lo demuestra la película *Tirando a gol* (Dir. Icaro Cisneros) que en 1966 siguió reproduciendo en el personaje Flor (Lola Beltrán) esta posición estereotípica de apoyo a los jugadores fuera o en los márgenes de la verdadera acción. También en *Chanfle* (Dir. Segoviano, 1979), Tere (Florinda Meza) cuida de su esposo Chanfle (Roberto Gómez Bolaños), utilero del Club América, mientras mira en televisión los partidos del Club, resguardada en la seguridad del espacio privado de la euforia de aficionados exaltados no siempre castas para oídos femeninos. El cambio se dio lentamente. La primera excepción se remonta a la película *Pichichi del barrio* (Dir. Durán, 1990) que rompe las reglas generales de esta ley no escrita al mostrar a futbolistas jugando en la cancha con pantaloncitos vistosamente cortos aunque el efecto que se buscaba era claramente burlesco y no se las haya querido tomar todavía en serio. Según se puede reconstruir en base a los libros de “bibliografías anotadas” de David Wilt y Mario Alberto Quezada, ya en los 90s la imagen de mujeres mexicanas jugando al fútbol llegó a normalizarse en el circuito de medios masivos, aparentemente sin ofender o violentar pasados estereotipos de género que las condenaron en su rol de aficionadas a apuntalar el aparato patriarcal que reproducía el fútbol como institución. Un caso excepcional entre los medios fue, sin duda, el de *Chanoc* que habló con admiración de la “rareza” de las mujeres en el fútbol cada vez que aparecía en la historieta la “bella Caníbal”, una

sobre el rol de la mujer en el fútbol latinoamericano de los 20s hasta hoy en día se puede leer en Nadel 208-36.

futbolista que jugaba tan bien que “el cachorro [Chanoc] no pu[do] frenarla” debido a su arrasadora destreza (Zapiáin, “Gool” 7). Ya a inicios del siglo XXI Televisa consagró a Sara Maldonado, y sus co-protagonistas en *El juego*, aunque poco antes el cine mostró a la dulce Maru en el *Atlético San Pancho* (2000) como la primera heroína del fútbol que fue capaz de imaginar la pantalla grande mexicana.

Lo más destacable de la historia del fútbol femenino mexicano fue la centralidad que tuvo Televisa al ofrecer todo su arsenal mediático para captar un nicho del mercado del deporte que sin la atención del imperio-Azcárraga hubiera escrito seguramente una historia que hoy no sería la misma.

La historia de Fernanda y Lorena en *El juego de la vida*, dos melodramas cien por ciento futboleros pero dramáticamente tradicionales

Las telenovelas mexicanas desde el estreno de *Sendas prohibidas* el 9 de junio de 1958 reproducen esquemas narrativos que se pueden reconocer también en *El juego*. Según Cabrujas, las telenovelas tienen en común elegir a una mujer como protagonista que, víctima de las circunstancias que la rodean, es frágil y presa de un amor imposible hacia un hombre que, después de que la heroína sorteaba obstáculos inimaginables, termina rendido en sus brazos, probando así que el camino a la felicidad es también la mejor manera de probar la fortaleza del alma (56-57).

Otro esquema reiterado en las telenovelas mexicanas es el mito-Cenicienta. Como argumenta Nasser, el género “tends to focus on the suffering of the protagonist; these are usually extreme conditions of poverty and exploitation that set up the desire and/or expectation for a transformation to take place that will allow her to transcend this state” (20). Los padres, si es que viven, no pueden apoyarla económicamente y, en muchas ocasiones, por lo menos uno de sus

padres es alcohólico o está muerto. Sin sustento para cubrir sus necesidades mínimas, la protagonista vive una situación muy vulnerable en lo económico, lo educativo o en lo referente a la salud (21).

Televisa recurre al modelo de Cenicienta en telenovelas que, a pesar de cambiar ligeramente el formato, siguen más o menos las pautas de este esquema de melodrama (Weisbord citado en Nasser 29). En última instancia, se puede decir que se trata de re-adaptaciones. Según Nasser, por ejemplo, *Rosa Salvaje* (1987) sigue este modelo aunque en este caso la protagonista busca a su hijo perdido. En otras telenovelas, la protagonista logra a mitad de la historia mejorar su estatus económico/social como ocurre en *Los ricos también lloran* (1979) o en su re-escritura de los 90s, *María la del barrio* (1995) (Nasser 20). Probablemente la trilogía de Thalía es el mejor modelo de esta teleología con *Marimar* (1994), *María la del barrio*, *María Mercedes* (1995): desde “abajo” María triunfa hasta llegar a ser una “buena” y “acaudalada” mujer.

Se registran sin embargo algunos ciclos de renovación. Cabrujas se refiere a la *nueva regeneración* de la telenovela que se dio en los 90s cuando las tramas se complejizaron y se ofrecieron sub-tramas sumando más galanes y heroínas a la historia además de los dos clásicos protagonistas (132). Otra innovación de la década fue la explosión de telenovelas infantiles o juveniles. Algunos ejemplos de este tipo de telenovela fueron *Muchachitas* (1991), *Baila conmigo* (1992), *Buscando el paraíso* (1994), *Agujetas de color de rosa* (1994-1995), *Soñadoras* (1998-1999) y *Amigas y Rivales* (2001) (Terán 64-65). Al tratarse de una telenovela futbolística, *El juego* aprovechó el formato múltiple de parejas románticas y ofreció un melodrama rico en conflictos amorosos y deportivos. Además de las relaciones entre Juan Carlos Domínguez (Valentino Lanus) y Lorena Álvarez (Sara Maldonado), la trama principal dividió la atención del

público al seguir las historias igualmente intrincadas de Paulina de la Mora (Ana Layevska), que mantuvo múltiples relaciones amorosas (sin duda fue la que más se lanzó a “amar” en la telenovela); Fernanda Pacheco (Margarita Magaña) y su fiel aunque difícil novio deportista Diego Santillán (Luciano Seri); Daniela Duarte (Jacqueline García) y “Toño” Pacheco (Miguel Ángel Biaggio), quien fuera su amor truncado por tener una enorme distancia social; y Mariano Alarcón (Mauricio Barcelata) que participó como adversario de Juan Carlos Domínguez y fue ocasional amante de una de las villanas, Tania Vidal (Magdalena Moguilevsky). La serie juvenil *Beverly Hills 90210* (1990) que siguió el esquema múltiple fue sin duda un modelo usado con éxito en México, primero en *Muchachitas* (1991), y luego en *El juego* (Kjeldgaard y Storgaard Nielsen 30). Pero si *El juego* continuaba la tradición de la telenovela juvenil ya consolidada en los 90s o seguía aprovechando los réditos simbólicos del mito-Cenicienta, la telenovela sin embargo asumió el riesgo de expandir los límites del género al explorar las posibilidades inéditas que el fútbol podía aportar de nuevo a un formato ya establecido. Este enriquecedor ciclo de los anales de la telenovela juvenil latinoamericana que arranca con Televisa, probablemente cierra con el melodrama argentino *Las Botineras* (2009-2010).

Fernanda Pacheco: la Cenicienta futbolista

El juego sigue la relación amorosa entre Fernanda Pacheco y Diego Santillán. De acuerdo al formato común de telenovela, la protagonista conoce a su galán gracias a un accidente y después de este encuentro sublime (una mirada, un tropiezo, etc.) poco a poco vemos cómo prospera su relación. No siempre es fácil. Hay rivales y situaciones que obstaculizan su unión: celos, engaños, mentiras, tribulaciones o alguna trampa de algún enemigo se interponen entre los amantes aunque al final terminan frente al altar, casándose. La historia paralela de Lorena

Álvarez y Juan Carlos Domínguez es similar aunque con otros matices. El fútbol sirve sin embargo para enmarcar y darle cohesión a ambas historias de amor.

Fernanda es estudiante y futbolista del Instituto Libertadores (ficticio) y el círculo de sus amistades lo define el fútbol, sus amigas Lorena Álvarez, Paulina de la Mora y Daniela Duarte juegan también en su equipo. Es una joven extremadamente entusiasta y cuenta con el apoyo incondicional de su madre Mercedes Pacheco (Tina Romero), una mujer humilde pero trabajadora, y de su padre, Genaro Pacheco (Rafael Amador), un hombre cariñoso pero alcohólico. También cuenta con el apoyo incondicional de su abuelo, un tipo de padre senil que paga sus estudios con oportunos aportes económicos para sustentar su educación privada. Su hermano gemelo Antonio (“Toño”) Pacheco es un jugador del equipo de fútbol Halcones Libertadores y la apoya en todo, desde prácticas de fútbol hasta conquista de galanes. Desde pequeña, Fernanda tiene una gran amistad con Diego Santillán, el amigo de fútbol de Toño, que en la preparatoria se transforma en una relación amorosa. A lo largo de la telenovela, la historia entre Fernanda y Diego desborda en emociones entorno al fútbol. Todo en *El juego* (pasiones, deseos, trabajo, alegrías y sinsabores) está mediado por o tiene que ver con el fútbol.

No pasan muchos capítulos sin que la audiencia se informe de todo lo que necesita saber acerca de la relación que mantienen Diego y Fernanda: novios y compañeros de clase, Diego juega al fútbol con Toño, el gemelo de Fernanda. La pareja forja poco a poco su relación entre partidos de fútbol en las afueras de la unidad habitacional donde viven y charlas furtivas acerca del deporte. Fernanda se enamoró de Diego porque es un futbolista “buenírrimo” (“El juego...8 part 5” 1:37) mientras Diego expresa en términos similares su pasión por Fernanda: “miren para ganar van a necesitar otras diez como Fernanda. ¡Ah, eso sí! Si las consiguen neta que ya la hicieron” (“El juego...9 part 5” 0:16-21). El lenguaje del amor aparece atravesado por la pasión

de ambos por el fútbol, cuando Fernanda juega con el equipo varonil, asombra a su galán Diego y la mejor manera de demostrarlo son los piropos centrados en su talento deportivo que Diego le dedica para conquistarla: “aquí está Fernanda Pacheco, el máximo exponente del fútbol femenil. La quieren en [el equipo] Roma, la quieren en [el equipo] Juve[ntus] y se queda aquí con Instituto Libertadores. Aplauda gente, aplauda” (“El Juego...23 Parte 3” 1:32-43). Con Fernanda y Diego, el amor de telenovela deja a un lado el guión clásico de expresiones trilladas para inaugurar un lenguaje sentimental mediado por la mutua pasión por el fútbol.

Como toda relación romántica que sigue el formato de telenovela, Fernanda y Diego deben sobreponer los obstáculos típicos de la pasión. Antes de salir con Diego, Fernanda frecuenta a Mike, un joven del que poco se sabe más allá de su interés por Fernanda y por el fútbol. La identidad de Mike queda reducida sólo a un par de datos que hablan de su fascinación por el fútbol: asiste a entrenamientos del Necaxa, y conoce a Alex Aguinaga, una de las figuras más reconocidas del fútbol mexicano del momento. En otra ocasión, Fernanda y Mike ven juntos un partido de la selección nacional de México en el estadio Azteca. La falta de profundidad del personaje prueba su mera funcionalidad en la telenovela: desatar los celos de Diego y funcionar como obstáculo en su relación con Fernanda. Siguiendo las leyes amorosas del género, los celos revelan a Diego su amor por Fernanda, aún cuando está saliendo con Gina.

La novia de Diego también se interpone constantemente en la relación entre Diego y Fernanda. Son momentos típicos del género la competencia que se establece entre Gina y Fernanda. Y en *El juego* toda tensión se concentra previsiblemente en un balón que es metonimia del amor a Diego: Fernanda regala una pelota de fútbol a Diego; Gina, para darle celos, la lleva al entrenamiento.

Gina sigue también funcionando como obstáculo cuando Fernanda y Diego formalizan su relación amorosa. Persistente como toda buena villana, Gina provoca la ruptura de los ahora novios, acostándose con Diego, una traición imperdonable para la semiótica amorosa que rige todo melodrama. Después de esta traición, Fernanda quiere olvidar a Diego y termina su romance empacando todo lo que tiene en su cuarto del amante traicionero: balones, playeras, figurines y toda parafernalia de fútbol que significa su relación con Diego. Al final de la escena le entrega la caja con el desplante trágico típico de la ruptura sentimental. Sufre un amor arbitrado por el fútbol (Imagen 9).



Imagen 9: “Fernanda rompe su relación con Diego al devolverle una caja llena de recuerdos”: “*El juego de la vida* Capítulo 66 parte 4.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 66, Televisa. Youtube, bajado por Carla Lorena, 10 Dec. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=mOtDP0Lr1Vo>. Visto Mayo 2014.

Normalmente las telenovelas finalizan su serie de desventuras con los dos protagonistas que después de sobrepasar sus debidos obstáculos, sellan su devoción a dios en el altar de una iglesia. En un final poco esperado, *El juego* reformula este *happy ending* tradicional de telenovela. Gina y Diego están a punto de casarse. Su matrimonio va a consumarse debido a que Gina engaña a Diego haciéndolo creer que está embarazada. Y siguiendo los mandatos católicos de la sociedad mexicana que imagina Televisa, deciden casarse inmediatamente por la iglesia. Llegado el gran día, Diego espera a Gina en la iglesia mientras Gina sale de su casa con el vestido de novia, pero en un acto de conciencia, poco antes de llegar a la iglesia, va a casa de

Fernanda para decirle que engañó a Diego con el supuesto embarazo. En la escena siguiente, en vez de Gina vestida de blanco, es Fernanda la que sale de la limosina nupcial luciendo, no el típico vestido de novia de las escenas finales de toda telenovela sino una playera de la selección nacional mexicana de fútbol. Diego y Fernanda se abrazan emocionados por estar reunidos para siempre y terminan felices recordando su lazo amoroso mientras pasean por la ciudad de México. El uniforme de la selección que lleva la novia de *El juego* representa una ruptura dentro del mega-relato de las telenovelas, una transgresión que no llega sin embargo a violar las reglas esenciales del género. Si bien no a Dios, Fernanda finaliza siendo fiel a sus dos religiones: el fútbol y Diego (Imagen 10).



Imagen 10: “Fernanda y Diego celebrando su reunión en la limosina nupcial”: “*El juego de la vida Capítulo 165 parte 1.*” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 165, Televisa. Youtube, bajado por Katherine Castell, 18 Ago. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=ZYbqJJeLA54>. Visto Mayo 2014.

El juego sigue un formato similar al de *Cenicienta* pero mediado a través de las oportunidades narrativas que permite el fútbol. Como en el mito-*Cenicienta*, la protagonista sufre condiciones extremas de pobreza y explotación siendo su deseo de triunfo lo que la lleva a trascender las circunstancias desafortunadas de la vida (Nasser 20). Fernanda es la cenicienta moderna de este melodrama futbolístico con final feliz. La familia de Fernanda es la que

experimenta mayores estrecheces económicas de las cuatro familias protagonistas. Vive en una unidad habitacional reducida en las afueras de la ciudad de México. Tiene una buena relación con su familia aunque sea la razón de sus apuros monetarios. Mercedes, su madre, es una mujer trabajadora que, aún siendo emprendedora, se queda sin trabajo en varias ocasiones y debe buscar la forma de mantener a su familia. El padre de Fernanda, Genaro, es un alcohólico que pasa su vida “intentando” dejar el alcohol o “jurándole” a la virgen que va a cambiar. Durante algunos capítulos su padre busca trabajo aunque por lo general aparece viendo televisión, saliendo a algún bar con su compadre, o metido en algún embrollo por frecuentar “malos tugurios”. Comete tantos errores por ser alcohólico y por su situación económica que en una ocasión termina encarcelado por robar (lo llevan con engaños) la casa de la mejor amiga de su hija. El hermano de Fernanda, “Toño”, es un buen muchacho, estudioso, optimista y excelente jugador de fútbol, pero pierde la vista en un accidente de coche en el que viajaba junto a sus amigos Juan Carlos, auxiliar técnico del equipo de Fernanda, y Mariano, su compañero de fútbol) cuando van a ver jugar al equipo de Fernanda en Toluca. Al perder la vista Toño también pierde la esperanza en la vida e intenta suicidarse. La familia Pacheco está aprisionada por su situación económica y la fatalidad del destino.

Al inicio de la telenovela, Fernanda trabaja informalmente para algunos de sus compañeros del Instituto Libertadores, pero su mejor oportunidad se da por casualidad y gracias al fútbol. En uno de los entrenamientos Fernanda escucha una conversación entre su entrenador y don Félix, auxiliar del técnico del equipo profesional de fútbol del Club América, que se ofrece a darle pruebas de fútbol a Juan Carlos, nieto de su entrenador. Al escuchar la posibilidad de llegar a ser jugador de fútbol profesional, Fernanda se las ingenia, y con el apoyo de Diego, se hace pasar por el nieto de don Félix en las pruebas de fútbol del club América. Don Félix viendo a

“Fernando” “débil” y “desnutrido” lo invita a ser aguador del equipo. Con un trabajo poco convencional como el de aguador, Fernanda ingresa al mundo del fútbol profesional sintiéndose orgullosa del pie que puso en la puerta del club de fútbol América.

Fernanda se convierte en una suerte de mascota para los jugadores del club América aunque ocasionalmente llega al borde del peligro como cuando quieren desnudarla en una novatada de fútbol que afortunadamente nunca llega a revelar su verdadera identidad. El abuelo se alarma al descubrir su mentira, “no debiste entrar a trabajar como aguador. No es empleo para una muchachita. Vas a estar entre puros hombres.” Aún así, Fernanda muestra su espíritu inquebrantable, “pues no me importa. Me vale gorro... Créame necesito la chamba y no voy a andar de chillona. Me voy a comportar a la altura” (“El juego...81 parte 3” 2:40-56). Ni las malas bromas de los futbolistas del club América ni los reproches del Abuelo alcanzan para cambiar su terca decisión de trabajar para un equipo profesional.

Pero lo que termina por importar (de acuerdo a la lógica meritocrática que estructura la telenovela) son los talentos de Fernanda como jugadora. Fernanda conquista el mundo del fútbol porque su destreza triunfa más allá, o a pesar de su género. Primero, la telenovela premia su entrega total al deporte con el triunfo de la Copa Coca Cola y después, claro, con la promesa climática de jugar para la selección femenina de México. Es Fernanda la que lleva a su equipo a las finales nacionales de la V Copa Coca Cola. Tanta es su habilidad deportiva que en la final nacional del torneo se convierte en la heroína del partido al marcar un gol aún cuando segundos antes había caído lesionada. Fernanda pasa todas las pruebas deportivas en una carrera apoteósica hacia el clímax final. Al concluir la telenovela el mismo entrenador “real” de la selección nacional mexicana, Leonardo Cuellar, la invita a formar parte del equipo nacional

mexicano. Con esta invitación, Fernanda conquista la altura máxima de la escalera ascendente con la que el fútbol premió una vida destinada al juego, al amor y a la perseverancia.

From “Riches to Rags” o la historia anómala de Lorena, la “otra” Cenicienta futbolista

Lorena Álvarez viene de una familia de la alta sociedad mexicana y vive en una colonia privilegiada de la ciudad de México. Al igual que Fernanda, es una joven alegre, futbolista y muy estudiosa. Su familia consta de su hermana menor Fátima (Fátima Torre), su madre Lucía (Lucero Lander) y su padre Javier Álvarez (Otto Sirgo). Fátima es estudiante de secundaria en el Instituto Libertadores y aunque es una niña muy prudente, en algunas ocasiones escucha los malos consejos de su amiga Marisol (Marifer Malo) enredándose en complicaciones inesperadas. Lucía Álvarez es una tierna psicóloga del Instituto Libertadores y una mujer muy tradicional que necesita del apoyo de su esposo para sobrellevar la vida. Javier es un padre modelo, juega al fútbol con sus hijas, pasa tiempo con ellas, les da consejos, está pendiente de sus deberes y cuida con mucho cariño a su esposa además de descollar como empresario de fármacos y químicos de ALVID, compañía fundada junto a Augusto Vidal (Manuel Ibañez). Los valores éticos de Javier terminan costándole la vida. Su socio, un villano, lo manda asesinar para quedarse con la compañía y Lorena es testigo del asesinato de su padre. A lo largo del melodrama la hija recuerda al padre muerto con dolor (son comunes y muy sentimentales los *flashbacks* que experimenta Lorena, siempre recuerda a su padre jugando fútbol). La muerte del padre trae el colapso de lo que parece la estampa perfecta de una familia patriarcal típica. Augusto termina manteniendo el poder de la compañía y Lorena necesita trabajar para ayudar a su familia. Todas las desgracias que sufre la familia sólo refuerzan, gracias al fútbol, la unión de sus miembros.

Juan Carlos, por otro lado, es un joven proveniente de una familia trabajadora. Es hijo de la dueña de la cafetería del Instituto Libertadores, doña Sara Domínguez, una mujer de clase

humilde que inesperadamente dio a luz a Juan Carlos. Su otro hijo Ezequiel (Raul Araiza), a quien Sara adoptó después de haberlo encontrado abandonado, es prefecto del Instituto Libertadores pero explota a los estudiantes, pidiendo dinero si los ve haciendo trampa, robando exámenes y vendiéndoselos, o conquistando a alumnas como Paulina de la Mora con quien tiene una relación que mantiene en secreto para evitar problemas administrativos. La figura paterna de la familia de Juan Carlos es Don Nicolás Domínguez también conocido como el Abuelo, el bibliotecario del Instituto. Jugador profesional de fútbol en el pasado, el deporte le permite conseguir trabajo de entrenador cuando se jubila del Instituto. La familia de Juan Carlos es también muy unida. Juan Carlos es sin duda el hijo pródigo: licenciado químico-farmacobiólogo, ex-jugador de fútbol, eventualmente llega a la compañía ALVID para convertirse rápidamente en consejero de Lucía. Como todo galán de telenovela, Juan Carlos es un buen hombre dedicado a su profesión, a su familia y, sobre todo, a su doble pasión por Lorena y el fútbol.

La historia de amor entre Lorena y Juan Carlos, como trama paralela y especular a la que viven Fernanda y Diego, está saturada de lugares comunes del género. El primer encuentro es accidental y sella para siempre el destino amoroso de los jóvenes. Juan Carlos salva a Lorena de ser atropellada cuando, desolada por una traición amorosa, cruza la calle sin prestar atención al tráfico. Caen al suelo abrazados y cuando ha pasado el riesgo se da el primer momento mágico de su relación con un cruce de miradas que indica lo que el público debe esperar. Saturado de tono sentimental, el primer encuentro entre Juan Carlos y Lorena anticipa un idilio intenso aunque plagado de complicaciones.

Juan Carlos y Lorena tienen una relación sentimental tan accidentada como su primer encuentro. Más allá de lo circunstancial del encuentro, llegan a conocerse verdaderamente en las

canchas de fútbol. Si bien la desconfianza o las mentiras alimentan un desencuentro inicial, el campo de fútbol es el espacio donde crece el amor y se despejan los malentendidos.

El fútbol en *El juego* funciona una vez más como elemento de cohesión sentimental. El balompié une literalmente a la pareja cuando hacen ejercicios de coordinación atados tobillo a tobillo y después de sobrepasar las dificultades físicas y mentales de la actividad, son declarados ganadores. Se trata del primer triunfo en equipo de la pareja. Poco tiempo después, durante la V Copa Coca Cola, Instituto va perdiendo 1-0 cuando Fernanda empata y a los pocos minutos Lorena acaba el partido con el gol del triunfo. Emocionados por el triunfo, Juan Carlos y Lorena lo celebran con un beso tan exageradamente largo como apasionado. Desde ese momento Juan Carlos y Lorena pasan todo el tiempo que pueden cortejándose. Coquetean en los entrenamientos de fútbol, juegan románticamente “cascaritas” de fútbol en casa después de la escuela, van al estadio juntos y muchos de sus desplantes amorosos tienen como centro algún campo de fútbol (Imagen 11).

11.-



Imagen 11: “Juan Carlos y Lorena compartiendo su amor en algún momento de fútbol”: “*El juego de la vida: Capítulo 23 parte 5.*” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 23, Televisa, 2001-2002. Youtube, bajado por Carla Lorena, 3 Abr. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=v7VZ3idMAxs&spfreload=10>. Visto Mayo 2014.

Como todo romance de telenovela, *El juego* depara a Lorena y Juan Carlos obstáculos indescriptibles. Fabián es el tercero en discordia. La decisión de Lorena de amar a uno u a otro galán es, en la semiótica amorosa, el dilema reglamentario por el que debe pasar toda heroína en el difícil trance o prueba de saber elegir al mejor candidato. Fabián es un opositor arriesgado, peligroso y lleva su cruzada a extremos criminales. Pero no es jugador de fútbol, su vínculo con

el deporte es, como reportero y comentarista de fútbol, “meramente” intelectual y esta es la debilidad que termina jugando en su contra. Su atrevimiento es sin embargo temerario. Poco después del primer encuentro, Fabián besa inesperadamente a Lorena en el estadio Azteca. Usa sus recursos periodísticos como forma de cortejo. “Cabe señalar”, comenta en una de sus notas deportivas, “el eficiente trabajo realizado por el equipo del estadio Azteca entre quienes se encuentra Lorena Álvarez. Una joven entusiasta de hermosos ojos que demostró un extraordinario profesionalismo y una gran pasión por el fútbol” (“El juego...91 parte 5” 5:33-47). Esta es la primera nota sobre Lorena pero no la última. Fabián doblaga sus esfuerzos amoroso-deportivos en el programa de televisión que produce:

Si ustedes piensan que el fútbol es un deporte varonil pues están muy pero muy equivocados. Los equipos femeniles actualmente cuentan con grandes jugadoras y también tienen ellas cosas muy hermosas como ustedes pueden apreciar. Miren nada más, echen un ojito...Esto fue solo una muestra de los equipos femeniles mexicanos que quieren ganarse un lugar y el respeto de sus contrincantes en este deporte. Espero que lo hayan disfrutado y hasta la próxima (“El juego...107 parte 4” 2:18-3:00).

La imagen de Lorena acompaña la cita que precede. Sara Domínguez que está mirando el programa de televisión con Ezequiel, comenta admirada “al muchacho éste, reportero, se ve que [las chicas] le cayeron bien, ¡eh!” a lo que Ezequiel agrega, “sí mamá, pero no te acuerdas que el reportero éste andaba saliendo con la Lorenita. A mí se me hace que están chocando sus carritos” (“El juego...107 parte 4” 1:36-52). La importancia que tienen para Televisa los medios como formadores de opinión pública se reproduce y potencia dramáticamente en *El juego*. En la telenovela, Fabián trabaja para el conglomerado mientras Lorena actúa a su vez como representante itinerante de Televisa durante el Mundial de Corea-Japón. La hiper-mediatización

a la que el fútbol está sometido en *El juego* con estos cruces y fertilizaciones en abismo convierte a la telenovela en una parte del engranaje massmediático montado en torno al fútbol por Televisa en un esfuerzo visible y llamativo por comodificar el fútbol femenino en México.

La máquina de autopromoción que pone en funcionamiento Televisa no opera en las sombras sino todo lo contrario. En *El juego* Televisa juega el rol de proveedora, facilitadora, promotora y patrocinadora de las y los jugadores de fútbol de todo el plantel, una suerte de *deus ex machina* capaz de convertir en realidad los sueños más delirantes de los personajes.

Transmitida en momentos en que se estaba llevando a cabo la Copa del Mundo de Corea-Japón con patrocinio de Televisa, la telenovela usa el mega-evento como escenario, agregando derivaciones espectaculares (e internacionales) a la trama del melodrama nacional.

Oportunamente Lorena es contratada por Televisa para encarnar la “Imagen del Mundial” y acompañar a Compayito, la mascota de Televisa de los mundiales de fútbol. En un acto de arrojo o de desesperación Fabián aprovecha el viaje a Japón para secuestrar a Lorena pero lo único que logra es darle a Juan Carlos la oportunidad de rescatarla y probar una vez más la dimensión de su amor y su coraje. Fabián, como buen villano, no se da fácilmente por vencido. De vuelta en México, engaña a Lorena para que vaya al estadio Azteca donde planea matarla y suicidarse. Otra vez, Juan Carlos logra salvar a Lorena en una escena cargada de dramatismo donde Fabián le dispara, Juan Carlos es herido pero antes de caer logra empujar a Fabián del segundo piso del estadio Azteca provocándole una muerte instantánea. Así termina la adaptación de este cuento de hadas, después de incontables tribulaciones el héroe Juan Carlos rescata a su princesa/heroína Lorena en el castillo deportivo del estadio Azteca demostrando así merecer el amor de su princesa: una versión telenovelada de la Cenicienta del siglo XXI.

El amor entre Lorena y Juan Carlos triunfa gracias al fútbol ante todo tipo de pruebas. Ningún adversario mostró tanta pasión por el fútbol como Juan Carlos y sin duda el deporte fue el principal mediador en este romance. Lo confirma Lorena en el momento de anagnórisis final cuando confiesa, “estoy convencida, chavas. Nací para el fútbol y para Juan Carlos...” (“El juego... 100 parte 2” 5:06-11). Estas palabras fusionan fútbol y amor como una forma de sellar el destino manifiesto de Lorena, la “otra” versión de Cenicienta que replica en tantos sentidos la historia de Fernanda en *El juego*, pero que lo hace desde otro lugar social acaso para dejar claro que ni el género o ni las clases sociales importan a la hora de hablar de fútbol o de amor. Si como telenovela futbolística, *El juego* olvida ciertas convenciones del género y adhiere a otras, el final tradicional que culmina la historia de amor con los novios en el altar es una de las convenciones que *El juego* parece querer evitar a toda costa. Ni Fernanda-Diego ni Lorena-Juan Carlos se casan estrictamente hablando. En *El juego* el fútbol es la única religión imaginable y si Fernanda usa la camiseta de la selección en reemplazo del vestido de novia, Lorena y Juan Carlos santifican su amor en el estadio azteca, una suerte de templo laico en la telenovela de Televisa

El juego de la vida: retransmitiendo la industria de Televisa y re-narrando la V Copa Coca Cola

No fue coincidencia que *El juego* apelara a la V Coca Cola para dar cuerpo a los deseos de las preparatorias futbolistas que convirtió en estrellas de la telenovela. Según la misión publicada online, las copas Coca Cola buscan captar a jugadoras escolares de fútbol, de entre 13 a 15 años de edad, con el propósito edificante de fomentar “un estilo de vida sano y activo entre todos los involucrados y participantes” (“Industria mexicana” 55). La I Copa Coca Cola fue inaugurada en México por la corporación norteamericana en 1998, y poco más de una década después se lanzaría en otras partes del mundo. En la actualidad tiene gran impacto en toda Latinoamérica, especialmente en Argentina, Chile, Colombia, Honduras, Paraguay, Perú, y

también en Estados Unidos y en algunos países europeos como Croacia y España. Según datos aportados por Coca Cola, los 125,000 participantes que se inscribieron en la zona del África subsahariana son claros indicadores del poder de convocatoria internacional que tienen los torneos (“Arranca la XIV”; Kiguta-Ng’ang’a). Las cifras de la V Copa Coca Cola en México a la que alude *El juego*, no fueron menos impresionantes. Se calcula que el evento congregó alrededor de 108,000 adolescentes que jugaron para no menos de 6,675 equipos y que representaban a aproximadamente 150 ciudades de México (“Industria mexicana” 55). Esta fue la primera Copa Coca Cola en incluir el fútbol femenino, si bien el reporte “Responsabilidad Social” (18) hace más hincapié en el valor económico que en el deportivo al justificar la inclusión como una forma “de comunicación más efectiva con los consumidores” y a “estrategias de mercadeo” para impactar “cada vez más la decisión de compra” (“Reporte Anual 2001” 14). La corporación transnacional Coca Cola tendió a considerar al joven futbolista como una “oportunidad única para impulsar el valor de marca y el consumo per cápita” sobre todo cuando México ofrecía más de 58 millones de aficionados (18). Todo parece indicar que la apuesta de Coca Cola por el fútbol femenino no fue sino una estrategia más en la expansión internacional continua del mercado de bebidas gaseosas.

Coca Cola en el deporte mexicano ya tenía una larga tradición gracias a que en los años sesenta:

los empresarios de las Embotelladoras de todo México comenzaron una estrecha y comprometida colaboración con el desarrollo de proyectos de escala nacional, como la preparación de los deportistas del equipo olímpico mexicano que habría de participar en los Juegos Olímpicos de 1968, la organización de este mismo evento o las Competencias Mundiales de Fútbol de 1970 y 1986 ... (“Industria mexicana” 55).

Más allá de la presencia de Coca Cola en los mega-eventos deportivos de carácter internacional, la transnacional también apoyó “torneos deportivos dirigidos a la juventud mexicana sin distinción de género y con cobertura nacional” (55). No es poco el impacto que tuvo Coca Cola en el desarrollo deportivo de México, sobre todo en lo que a fútbol se refiere. Si al vínculo estrecho entre Coca Cola y el fútbol mexicano se suma la sinergia entre Coca Cola y Televisa es fácil entender cómo una crónica del deporte no puede prescindir de revisar el rol que jugaron y jugaron estas corporaciones en México.

Desde 1959, con la compra del Club América, Televisa se lanzó a promover el fútbol mexicano, construyendo estadios, transmitiendo partidos de fútbol en televisión, o comprando otro club como el Necaxa. El imperio-Azcárraga fue central en las negociaciones y compromisos que permitieron que México haya sido sede de los mundiales de 1970 y 1986, mega-eventos que también contaron con el patrocinio de Coca Cola. Hoy un vistazo panorámico al estadio Azteca de Televisa sirve de prueba para notar la saturación de anuncios de Coca Cola y el Club América (Imagen 12). A pesar de que el grueso de las inversiones fomentaron el fútbol masculino, se registran sin embargo algunos ensayos parciales de inclusión del fútbol femenino. Televisa, por ejemplo, otorgó las primeras concesiones del Club América a los equipos femeninos Azul y Crema en el 69, la liga América, la Copa Mundial Femenina de 1971 o, en el 2000 junto a Coca Cola, produjo el filme *Atlético San Pancho*. A partir de 1998, con el lanzamiento de la primera versión de la Copa Coca Cola difundida por Televisa, los avances por captar un nicho marginado comenzaron a tener perfiles y alcances más definidos y consistentes.

12.-



Imagen 12: “Lorena se queda asombrada del estadio Azteca en una toma en que la cámara recorre los carteles publicitarios del club América, Necaxa y Coca Cola”: “*El juego de la vida Capítulo 90 parte 5.*” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 90, Televisa. Youtube, bajado por CarlaLorena, 1 Abr. 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=Qw3hcs fFGyw>. Visto Mayo 2014.

Con el lanzamiento de la telenovela *El juego*, dirigida por Roberto Gómez Fernández, Televisa consolidó su relación con el fútbol femenino. La telenovela fue programada para terminar dos días antes de la final de la Copa del Mundo Corea-Japón 2002 que contó, como anteriores mundiales, tanto a Televisa como a Coca Cola entre sus patrocinadores. En *El juego* la sinergia entre las dos corporaciones es nítida: la V Copa Coca Cola y la Copa del Mundo de Corea-Japón 2002 son imprescindibles para “jugar” la semiótica del amor que inaugura Televisa con esta telenovela futbolística.

El juego se contagió del idioma hiper-mediatizado que invariablemente produjo la tríada fútbol, Coca Cola y Televisa. Sus episodios dejan registro de las superposiciones que multiplican el efecto de abismo mediático que controla personajes, espacios y acciones. Cuando los protagonistas no están mirando televisión, están leyendo anuncios o comentarios gráficos o están siendo filmados por cámaras de televisión. Fernanda lee el anuncio de la Copa Coca Cola en la calle: “¡qué chido! ¡qué chido! Mira aquí dice Copa Coca Cola...¿Lo puedes creer Diego? No, no, no, tengo que leer esto. Espérate. Mira...dice aquí, si participas en el torneo ganas una final en el estadio azteca...Lo puedes creer...¿y cuando van a hacer eso?” (“El Juego...39 Parte 2” 2:23-55). Lorena, por su parte, se entera por la radio: “V Copa Coca Cola. El torneo de fútbol

inter-escolar femenil y varonil más grande de México. Arranca nuevamente. Inscribe a tu escuela. V Copa Coca Cola. Dalo todo por un sueño. La vida tiene sabor. Coca Cola. Vive sanamente” (“El Juego...41 Parte 5” 3:20-38). Los medios colectivizan el deseo: el fútbol en *El juego* cuenta con la magia mediática del contagio, todas las chavas quieren lo mismo y no hay nada más “sano” y menos político (o revolucionario) que aspirar a ganar la Copa Coca Cola. Fernanda y Lorena desbordan de emoción: “imagínate ... participar en ese torneo. Ay, yo quiero. Mañana le voy a pedir al Abuelo que nos inscriba. Si nos va bien en el partido, imagínate jugar en la Copa Coca Cola. ¡Ay, yo quiero!” (“El Juego...41 Parte 5” 3:46-57). Es un sueño que hace delirar a sus protagonistas sin importar género o edad. El octogenario Abuelo se contagia tanto como las juveniles muchachas “[¿estamos inscritos en el torneo?] ¿en serio?, ¿ese torneo que anuncian en la televisión?, ¿dónde la final se juega en el estadio Azteca?” y también participa del sueño colectivo: “imagínate. Llegaríamos a jugar en el estadio Azteca. Mis niñas en el estadio Azteca” (“El Juego...55 parte 5” 6:03-09).

El juego en Televisa también contribuyó a colectivizar mediáticamente el mismo sueño que soñaron sus protagonistas. La telenovela se transmitió mientras se realizaba en México la Copa Coca Cola: “[E]n el año 2002, la final de [la V Copa Coca Cola]...se efectuó en el estadio Azteca, en el que jugaron equipos de jóvenes provenientes de Alemania, Colombia y Costa Rica” (“Industria mexicana” 55). La Copa paralela de *El juego* tiene lugar en la ciudad de México y después de ganar el torneo estatal, el equipo Instituto Libertadores celebra el triunfo con bebidas Coca Cola. Ya en la etapa nacional las jugadoras son seguidas paso a paso por las cámaras de Televisa. La fase final llega como una implosión mediática, con transmisiones televisivas, entrevistas con los medios, desfiles del equipo, sorteos, y, por supuesto, con las jugadoras debidamente uniformadas con patrocinios de Coca Cola (no hay mejor propaganda que la

bandera que lucen los cuerpos de deportistas como estandarte). La incredulidad con que algunas jugadoras reciben semejante baño de gloria es prueba de la inocencia femenina “¿Y todo esto es por nosotras?” a lo que otra responde, “por nosotras y por 31 equipos más” (“El juego...130 parte 3” 3:24-28). Las eliminatorias de *El juego* copian la sofisticación y hacen tomas múltiples y anguladas de las transmisiones “reales.” A juzgar por la calidad técnica del resultado puede sospecharse que Televisa facilitó sus equipos de filmación para hacer que la ficción resulte lo más verosímil posible.

El juego celebra a las futbolistas desplegando un sistema de estrellato que también transgrede la diferencia entre lo real y lo ficticio. Antes del partido final, el equipo del Instituto Libertadores aparece frente a las pantallas de Televisa en su programa matutino *Hoy*. Silvia Lomelí y Juan José Ulloa, conductores de *Hoy* y actores jugando su propio rol en *El juego*, celebran a las jugadoras: “estoy muy contenta porque ahora nos acompañan dos equipos de chavas que además de que son prenidísimas guapísimas, son triunfadoras, son futbolistas” (“El juego...141 parte 4” 1:54-2:00) y lo hacen sin olvidar el contexto: “Bueno se trata de los dos equipos finalistas de la Copa Coca Cola” (“El juego...141 parte 4” 2:03-06). Después de su aparición en el programa *Hoy*, las “triunfadoras” van al estadio Azteca y ganan la final contra el equipo Jalisco. El triunfo es apoteósico, todas celebran el trofeo Coca Cola y el viaje para ver la Copa del Mundo de Corea-Japón que disfrutan junto al grupo técnico de Televisa y a Lorena, “La imagen del mundial” de Televisa. El efecto del triángulo que *El juego* selló entre fútbol, Televisa y Coca Cola es, como mínimo, vertiginoso. *El juego* es incapaz de imaginar el fútbol femenino desde otros paradigmas que no sean los impuestos por la espectacularidad mediatizada de la televisora que transmite la telenovela.

El juego promueve el fútbol femenino y las jugadoras son celebradas, ¿pero se puede hablar de una telenovela feminista? Las relaciones de género hay que buscarlas en la doble y acaso contradictoria posición de las preparatorias como jugadoras y aficionadas. Fernanda, además de futbolista es fanática del Club América. Es lo que se puede considerar una conversa reciente, aficionada anteriormente del Necaxa, mágicamente empieza a idolatrar al América cuando consigue la posición de aguador gracias a mentiras, disfraces. Vestida de hombre, tartamudea, su ritmo cardíaco acelera (“¡Pum, pum, pum!” [“El juego...79 parte 5” 5:07]) y delira de éxtasis, “Imagínate codearte con todos los jugadores de fútbol, no manches” (“El juego 79 parte 5” 5:08-11). Al oírla, Diego se queja y le recuerda, “¡[pero t]ú le vas al Necaxa! ...Nada que ver con el América” (“El juego...79 parte 5” 5:12-14). Encandilada por emociones desbordadas, Fernanda parece a-crítica en su cambio súbito de lealtades. Poco parece importarle qué equipo idolatra, sólo la cercanía a los cuerpos de los futbolistas resulta determinante en el delirio de sus fantasías (ver Imagen 13).⁴⁹



Imagen 13: “Fernando” llega al Club América acompañado de su galán Diego”: “*El juego de la vida Capítulo 79 parte 5.*” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 79, Televisa. Youtube, bajado por Carla Lorena. 15 Feb. 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=UdPQ2XqCqgE>. Visto Mayo 2014.

⁴⁹ Fernanda trabaja para el club América y es aficionada al club Necaxa, dos clubes que en el 2001 y 2002 le pertenecen al conglomerado.

En la telenovela se muestra a toda la plantilla del América, pero la cámara se detiene en algunas figuras específicas como Cristián Patiño o su entrenador Manuel Lapuente (ver Imagen 14).⁵⁰ Fernanda rinde culto al club pero quien escribe en la prensa sobre el América es Fabián. Ingresar a la intimidad del mundo futbolístico masculino es una llave en poder de Fernanda que termina usando cuando no accede al pedido de Fabián: “Mira, Fabián, ya te dije que no. Una cosa es que te dejara entrar hasta acá y otra que le quieras tomar fotos a [Cristián] Patiño desnudo. ¿Qué te pasa?” (“El juego...93 parte 2” 1:24-30). Fabián trata de persuadirla: “Pero no hombre. No van a ser encuerados. No más van a ser de la cintura para arriba. Y no las voy a sacar en tele. Van a ser nada más para el periódico” (“93 parte 2” 1:31-38). Para el periodismo a lo Televisa, fotografiar los cuerpos desnudos de los futbolistas se convierte en evidencia de la proximidad del ídolo. Fernanda oficia de guardián de la privacidad de los jugadores aunque disfrace su resistencia como objeción moral. Fabián debe conformarse con sólo entrevistar (acuclillado) a Cristián Patiño.

⁵⁰ Patiño y Lapuente fueron parte de la plantilla del América durante el año 2001-2002. Fue un año deportivo histórico porque fueron campeones de la Liga Mexicana durante el torneo de apertura del 2002.

14.-



Imagen 14: “Cristián Patiño entrevistado por Fabián junto a Fernando y Manuel Lapuete”:
“El juego de la vida Capítulo 93 parte 2.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 93, Televisa. Youtube, bajado por CarlaLorena, 9 Abr. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=jws6H-HSHbw>. Visto Mayo 2014.

Cuando se trata de objetos, el culto al ídolo se convierte en fetiche. En una ocasión mientras limpia los casilleros del club América Fernanda encuentra una maleta que destila un olor fétido:

Hijo. ¡Qué bárbaro! [Con cara de repulsión] Es que qué chido estar en los vestidores. A ver vamos a ver. Algo huele muy mal. Hijo, no manches, no, no, ¿qué es esto? Huele peor que la cremería del mercado de mi casa. ¡A puro queso! Oye, y estos tacos [zapatos de fútbol] están de pelos. Son del diez. Del misionero Castillo. Ay, no manches, ¿de verdad? (“El juego...87 parte 2” 8:34-9:06).

El fetiche para probar el contacto con lo prohibido huele “a puro queso.” Es el sudor del número 10 el que enviste de todo valor a los botines. Fernanda constantemente fetichiza objetos deportivos. A diferencia de Fabián, Fernanda no simboliza los cuerpos sino busca el contacto físico con el mundo profesional del fútbol al que tiene tramposamente acceso. Con los botines del Castillo en la mano, Fernanda imagina que toca con las manos un momento de gloria, “Llega “El misionero” Castillo y mete un goolllll” (“El juego...87 parte 2” 9:18-22). El contacto con el fetiche futbolista activa la fantasía de hazañas solo dignas del domingo.

Más allá de la lealtad con los equipos, el contacto con el cuerpo del ídolo es lo que busca Fernanda para desatar sus fantasías futbolísticas. La escena de *El juego* donde aparece Alex Aguinaga parece confirmar esta hipótesis. Ecuatoriano de nacimiento con larga trayectoria en el balompié mexicano, Aguinaga fue una de las figuras más reconocidas del club Necaxa, equipo de Televisa que en los 90s agrupó a un plantel importante de futbolistas de renombre. Gracias a su destacable paso por el fútbol mexicano e internacional fue “condecorado por el presidente de Ecuador, Lucio Gutiérrez, por “su trayectoria y amor al país” (“Alex Aguinaga”). Para Fernanda, Aguinaga fue más que un referente deportivo, según lo que delata su primer encuentro con el jugador. En una escena que parece haber sido levantada de la película *Atlético San Pancho*, *El juego* lleva al espectador a una práctica del club Necaxa cuando, como no podría esperarse de una telenovela que resulta un desfile de leyendas futbolísticas, Aguinaga sale al encuentro de Fernanda y Mike, su galán de turno:

Mike: Alex

Aguinaga: Mike. ¡Qué gusto verte! ¿Cómo andas, mano?

Mike: Muy bien, qué milagro.

Aguinaga: ¡Qué onda! ¿Qué tal? ¿Cómo está tú papá?

Mike: Muy bien, de hecho te manda muchos saludos. Mira te presento a una amiga:

Fernanda.

Aguinaga: Hola Fernanda ¿cómo estás? (“El Juego...32 Parte 2” 2:44-52).

Aguinaga tiende la mano para saludar a Fernanda pero, en lugar de retribuir el saludo, Fernanda corre emocionada, le brinca y le da un jubiloso abrazo, rugiendo “Alexxxxx” (Imagen. 15): (“El Juego...32 Parte 2” 2:59). A continuación Aguinaga le da una lección magistral de cómo jugar fútbol para concluir, “y sobre todo Fernanda, cuando el partido esté difícil y lo estés perdiendo,

nunca te des por vencida. Siempre pon el corazón por delante” (“El Juego...32 Parte 2” 3:48-55). Con Alex Aguinaga de maestro, Fernanda escucha juiciosa como también escucha los consejos de otros maestros paternos que asumen el rol de saber en *El juego*: el abuelo habla del valor del trabajo físico y del trabajo en equipo, (“El juego...63 parte 1” 5:04-20) mientras que Juan Carlos prefiere alabar la importancia de la perseverancia en el fútbol (“El Juego 42 Parte 5” 4:56-5:06).



Imagen 15: “Fernanda, emocionada, conoce al atleta Alex Aguinaga”: “El Juego de la Vida: Capítulo 32 parte 2.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 32, Televisa, 2001-2002. Youtube, bajado por Carla Lorena, 6 Sep. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=4OOpTeRqw7k>. Visto Mayo 2014.

Si fue clara la asociación de Televisa y Coca Cola para promocionar el fútbol femenino mexicano quizás lo más intrigante de *El juego* fue la forma en que la dimensión hiper-mediática jugó, por un lado, con estrellas del fútbol mexicano y con eventos deportivos, por otro. Mitad propaganda y mitad hollywoodización del fútbol a lo Televisa, la telenovela desbordó los límites temáticos y ciertos lugares comunes del género. Pero no llegó a transgredir, pese a la centralidad que dio al fútbol femenino, la estructura patriarcal dominante en la telenovela tradicional. En todo caso, el valor de *El juego* radica en haber sabido consolidar cierto imaginario deportivo y haber logrado interpelar a una audiencia antes excluida de las pasiones que despierta el fútbol.

Conclusión

Con un lenguaje creyente y sentimental, *El juego* reorganizó la tradición de la telenovela mexicana experimentando con las posibilidades que ofrecían dos temas inéditos en el repertorio del melodrama: el fútbol femenino y la V Copa Coca Cola. Narrar el fútbol desde lo sentimental femenino produjo un relato que se alejó decididamente de otras narrativas de fútbol. Ocupó, por eso, un lugar propio en las tradiciones del lenguaje deportivo mexicano. *El juego* no se redujo a homenajear a un héroe deportivo como Horacio Casrín en *Los hijos de don Venancio*. Tampoco incursionó en la parodia de estrellas típica de los monitos de *Chanoc*. También evitó las frases codificadas de Ángel Fernández que transmitía religiosamente la radio de los domingos. Siendo un género híbrido, como lo fue la telenovela de fútbol, *El juego* supo combinar el exceso sentimental y los ritos grandilocuentes e hiper-mediatizados del fútbol, echando mano de dos lenguajes normalmente excluyentes. La “feminización” del fútbol se dio sin embargo a medias. La lógica paternalista siguió, intacta, organizando la relación de género entre los personajes. Los que enseñan porque saben jugar fútbol siguieron siendo los hombres. Y las chavas siguen aprendiendo.

EPÍLOGO

Epílogo

En el análisis precedente intenté delinear cómo los distintos medios masivos narraron el fútbol mexicano a través de los momentos claves de la historia de sus últimos 60 años. A partir del estudio de casos específicos espero haber diseñado un mapa de ruta donde registros religiosos o paródicos, políticos o económicos, retóricos o sentimentales, convergen en la tarea común de hablar del fútbol como “the media-driven celebrity entertainment” (Pierce 185) en lo que llegó a convertirse el deporte después de su profesionalización. Mi investigación se limitó a dar cuenta de un corpus vinculado sólo a la prensa gráfica, el cine, la radio y la televisión. Hay, sin embargo, otros relatos que narran el fútbol profesional desde un lugar que poco y nada tiene que ver con la retórica futbolística que circuló en los medios. La literatura, por ejemplo, imagina el fútbol y propone un paisaje diferente al trazado en este trabajo.

Me acostumbré a jugar con dolor y luego me acostumbré a las inyecciones.

Jugué infiltrado más veces de las que le convienen a un cuerpo normal.

Pero el mío no es un cuerpo normal. Es un bulto pateado.

Cuando me buscaba el nervio con la aguja, la doctora hablaba de mi carne calcificada, como si me estuviera convirtiendo en una pared (Villoro, *Los culpables* 39-40).

Lejos de la cultura de las celebridades reproducida y amplificada por los medios masivos, en el cuento “El silbido” (2007) Juan Villoro narra los efectos del fútbol profesional sobre el “cuerpo” de un jugador. La reducción de la subjetividad del futbolista a su simple materialidad sirve para poner en tela de juicio la práctica del fútbol como deporte, como industria y como espectáculo. El texto explora cómo se normaliza lo anormal, cómo se produce la metamorfosis de cuerpo a “bulto pateado” o “carne calcificada”. La norma del juego de fútbol no aparece sin embargo verbalizada en el cuento, sólo aparecen sus efectos: lo no dicho remite a las reglas de la

industria del fútbol, a la economía que la rige y expone cómo afecta y consume los cuerpos. De esta manera, el deporte funciona en cuanto al cuerpo entre dos límites: el de la normalidad y el del exceso.

Villoro despliega, además, una postura cínica, el que narra ya se acostumbró a “jugar con dolor”. Reducido a cuerpo productivo dentro del marco económico del fútbol profesional, el jugador tiene que jugar como pueda, a cualquier precio. La industria farmacéutica aparece como cómplice al silenciar sus “nervios” y hacer posible que el cuerpo se acostumbre a las “inyecciones” o que se “esté convirtiendo en una pared”, que se sepa reducido a un “bulto pateado”.

El fútbol le pide a sus cuerpos que se sometan materialmente a una máquina deportiva que todo lo consume. El texto de Villoro trae a la superficie el protagonismo del cuerpo como punto de confluencia comercial, industrial y mediática del fútbol. Fragmentado, vendido-comprado, espectacularizado, el cuerpo (especialmente el del jugador-*estrella*) es esencial para el éxito de la producción de una imagen hiper-mediatizada. En el cuerpo del futbolista dejan su marca los discursos de poder, de la economía de los medios, y de la profesionalidad del fútbol. En este sentido, el fútbol y la materialidad del cuerpo del jugador son puntos que en la literatura de Villoro van de la mano. Son parte del mismo proceso de construcción del futbolista del que hablan los relatos literarios.

Para complementar (y continuar) el análisis propuesto en la tesis, una posible línea a desarrollar podría centrarse en los cuerpos y la performatividad del fútbol en la literatura mexicana. Según Butler: “La performatividad discursiva parece producir lo que nombra, hacer realidad su propio referente, nombrar y hacer, nombrar y producir” (*Cuerpos* 162). Los cuerpos del futbolista son producto de su performatividad, de su hacerse en y para el fútbol: provienen de

ese hacerse, de ese dibujarse y de la función de producción que los nombra y que los reduce a ser “parte” o “fragmento” de ese todo que es el fútbol para la economía del espectáculo. Así el cuerpo del futbolista toma forma, se normaliza, se construye y comienza a producir su propia materialidad como ocurre en “El silbido”, texto en el que el narrador se “acostumbr[a] a jugar con dolor...[se] acostumbr[a] a que las inyecciones...[le] busque[n los] nervio[s]” hasta que el cuerpo que produce se convierta en un “bulto pateado” pero acostumbrado (39-40).⁵¹ Es decir, la literatura presenta un cuerpo paradójico donde las instituciones económicas y políticas dejan su marca física como dolor. Partiendo de los trabajos teóricos de Butler sería interesante entonces, como tarea futura, explorar las “condiciones normativas” en que los cuerpos del fútbol mexicano se “forman” (40) o se nombran en la literatura del siglo XX y XXI.

Seguir desentrañando la relación entre Televisa y el fútbol que trabajé en varios capítulos de la tesis es otra deuda pendiente. El impacto cultural que tuvieron los programas televisivos *Chespirito* (1968) *El chavo del ocho* (1971) o *El chapulín colorado* (1972) merecen, desde mi punto de vista, un trabajo de lectura serio. Roberto Gómez Bolaños junto a su hijo Roberto Jr. Gómez Fernández conformaron una dupla creativa y una institución en sí misma dentro de

⁵¹ Juan Villoro ha delineado cautelosamente el “cuerpo” de los futbolistas en textos como *Ida y vuelta: Una correspondencia sobre fútbol* (2012), *Dios es redondo* (2006), *Los once de la tribu* (1995), o en sus cuentos cortos como el mencionado. También las biografías de deportistas permite reconstruir cómo un cuerpo se transforma y se subjetiviza cómo propone Foucault. Horacio Casarín, Rafael Navarro Corona, o de Alberto Onofre sufrieron lesiones físicas de gravedad y el “cuerpo” es centro temático de *Un ídolo y sus tiempos*, *Recuerdos de un futbolista* o *Un Crack Mexicano: Alberto Onofre*.

Televisa, una alianza que marcó tres décadas de lo que significó vivir en una vecindad para México y para toda Latinoamérica. Si Azcárraga tuvo alguna influencia o no en la centralidad que adquirió el fútbol en los programas de Bolaños es algo a desentrañar, lo cierto es que “Chespirito” se apropió de las posibilidades narrativas que ofrecía el fútbol y convirtió el balón en otro personaje más de la serie.

Otro eje temático que vale la pena seguir explorando en el futuro es la afición en el cine mexicano.⁵² Hasta el momento la afición ha sido un punto importante de discusión y podrían agregarse otras líneas de investigación al debate vigente. El fenómeno de los aficionados no se limita a los estadios o a las prácticas rituales, el cine los asocia con el fervor exaltado del fútbol-espectáculo. En las gradas el fútbol se manifiesta como pasión pura, impulso pre-lógico. Las gradas son el lugar donde se aloja la barbarie de la “masa” no individualizada. Por ejemplo, en *Los hijos de don Venancio* (Dir. Pardavé, 1944), el padre llega a casa, al final de la película, después de ir al estadio a ver a su hijo, y aparece con ropas rasgadas y maltratado porque se peleó con esos “otros” aficionados. *Tirando a gol* (Dir. Cisneros, 1965), una película en la que compartieron marquesinas el futbolista profesional Salvador Reyes, Lola Beltrán y Fernando Luján, también retrata la “masa” de la fanaticada exaltada por las pasiones desbordantes que despiertan los clubes América y Chivas. En *Rudo y Cursi* (Dir. Cuarón, 2008), película dirigida por Carlos Cuarón, y protagonizada por Gael García Bernal y Diego Luna, la afición se sigue

⁵² *Afición Futbolística y Rivalidades en el México Contemporáneo. Una Mirada Nacional*, un trabajo de Roger Magazine, Samuel Martínez y Sergio Varela Hernández, evalúa este aspecto desde lo etnográfico y antropológico. Su estudio además de ser reciente y exhaustivo también orienta al lector al explicar la cotidianeidad del aficionado en México.

representando como vulgar y bárbara.⁵³ Si el fútbol profesional tiene un efecto disciplinario en el cuerpo de los futbolistas, el cine reserva la emoción y el descontrol al espectáculo paralelo que se desarrolla en las gradas.

Estas son algunas de las líneas de trabajo futuro, poco exploradas hasta el momento que constituyen no sólo una invitación a seguir pensando el fútbol mexicano sino otras vías de análisis posibles en la encrucijada que plantea como deporte y como experiencia colectiva y simbólica.

⁵³ Vista por más de 3 millones de personas, la película arrojó una ganancia de 127 millones pesos en 11 semanas y llegó a distribuir hasta 505 copias, siendo la tercera cinta más taquillera de la historia del cine mexicano, véase Cabrera, “Gusta más”.

BIBLIOGRAFÍA CITADA

BIBLIOGRAFÍA CITADA

- “41 Cantinflas Show Futbol Soccer.” *Cantinflas Show*, protagonista Cantinflas, episodio Soccer, Hanna-Barbera. *Youtube*, bajado por Lucha Titlan, 21 Oct. 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=XMWHxkFSv50>. Visto 9 Marzo 2014.
- “200 Familias sin hogar.” *Esto*, 16 Sept. 1941. Impreso.
- “Adalberto Arroyo, AS de la Crónica Gráfica.” *Esto*, 12 Sept. 1942. Impreso.
- “Alex Aguinaga será condecorado por el presidente de Ecuador.” *Esmas*, 26 Jun. 2003, <http://www.eluniverso.com/2003/06/26/0001/15/A4C99DD18D2441FB9026C64C9DFEF5F6.html>. Visto 13 Mayo 2015
- “Arranca la XV Copa Coca-Cola que buscará activar a más de 90 mil jóvenes en 140 ciudades d México.” *Coca-Cola México*, 18 Sep. 2012, <http://www.cocacolamexico.com.mx/sala-deprensa/Comunicados/arranca-la-xv-copacoca-cola-quebuscara-activara-mas-de-90-miljovenes-en-140-ciudades-de-mexico>. Visto 16 Mayo 2015.
- “Atlante-Asturias, Hoy...*Los hijos de don Venancio*.” *Esto*, 12 Oct. 1944. Impreso.
- “Casarín se casa.” *Esto*, ?. 1941. Impreso.
- “Centro Mexicano de Escritores.” *Enciclopedia de la literatura en México*, <http://www.elem.mx/institucion/datos/308>. Visto Marzo 4 2016.
- “Chilena Chilanga.” *Chanoc*, 4 Ene. 1974: 6-19. Impreso.
- “*Chiva Fighter*, listo para defender al Rebaño” *Chivas*, 11 Abr. 2008, <http://www.chivasdecorazon.com.mx/noticias/3764/chiva-fighter-listo-para-defender-al-rebao>. Visto Febrero 8 2012.
- “Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.” *Cámara de Diputados*, 12 Feb. 2016, http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1_29ene16.pdf. Visto Mayo 2016.
- “EL CHAVO DEL OCHO – Jugando Futbol En El Patio (Capitulo Completo + Link de Descarga).” *El chavo del ocho*, protagonista Roberto Gómez Bolaños, episodio?, Televisa. *Youtube*, bajado por AridonTV, 9 Abr. 2012, <https://youtube.com/watch?v=mqpQyYNYqqQ>. Visto 7 Marzo 2014.
- “El juego de la vida cap 8 part 5.wmv.AVI.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 8, Televisa, 2001-2002. *Youtube*, bajado por MsJoanna19, 15 Jun. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=HXOH7uVJUco>. Visto Mayo 2014.

- “El juego de la vida cap 9 part 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 9, Televisa, 2001-2002. *Youtube*, bajado por MsJoanna19, 17 Jun. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=6KoEYgIjhII>. Visto Mayo 2014.
- “El Juego de la vida: Capitulo 23 Parte 3.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 23, Televisa, 2001-2002. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 9 Abr. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=AdX4f2wwgcI>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida: Capitulo 23 Parte 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 23, Televisa, 2001-2002. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 3 Abr. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=v7VZ3idMAXs&spfreload=10>. Visto Mayo 2014.
- “El Juego de la Vida: Capitulo 32 Parte 2.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 32, Televisa, 2001-2002. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 6 Sep. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=4OOpTeRqw7k>. Visto Mayo 2014.
- “El Juego de la Vida: Capitulo 39 Parte 2.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 39, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 16 Oct. 2009. <https://www.youtube.com/watch?v=6CF3PU2SBzc>. Visto Mayo 2014.
- “El Juego de la Vida: Capitulo 41 Parte 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 41, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 28 Oct. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=USiWB3CHSwY>. Visto Mayo 2014.
- “El Juego de la Vida Capitulo 42 Parte 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 42, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 31 Oct. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=Ji8--AGGaQk>. Visto Mayo 2014.
- “El Juego de la Vida: Capitulo 55 Parte 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 55, Televisa. *Youtube*. bajado por CarlaLorena, 13 Feb. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=mmdRftDi9hg>. Visto Mayo 2014.
- “El Juego de la Vida: Capitulo 63 parte 1.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 63, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 17 Nov. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=P-8cQQdY0u8>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 66 parte 4.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 66, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 10 Dec. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=mOtDP0Lr1Vo>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capítulo 79 parte 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 79, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena. 15 Feb. 2011. <https://www.youtube.com/watch?v=UdPQ2XqCqgE>. Visto Mayo 2014.

- “El juego de la vida Capítulo 81 parte 3.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 81, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 23 Feb. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=M9H-CkMkhks>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 87 parte 2.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 87, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 10 Mar. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=wdkcDYn1CdU>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 90 parte 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 90, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 1 Abr. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=Qw3hcsfFGyw>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 91 parte 5.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 91, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 7 Abr. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=9yMGIayGDt0>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 93 parte 2.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 93, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 9 Abr. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=jws6H-HSHbw>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 100 parte 2.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 100, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 1 May. 2011, https://www.youtube.com/watch?v=MHE_X_6YQ9Q. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida capitulo 107 parte 4.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 107, Televisa. *Youtube*, bajado por Katherine Castell, 17 May. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=2acsEXT63LQ>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 130 parte 3.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 130, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 9 Jul. 2011, https://www.youtube.com/watch?v=OaSR_C94DF4. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 141 parte 4.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 141, Televisa. *Youtube*, bajado por CarlaLorena, 24 Jul. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=O5eCC4wSQ2o>. Visto Mayo 2014.
- “El juego de la vida Capitulo 165 parte 1.” *El juego de la vida*, producido por Roberto Gómez Fernández, episodio 165, Televisa. *Youtube*, bajado por Katherine Castell, 18 Ago. 2011, <https://www.youtube.com/watch?v=ZYbqJJeLA54>. Visto Mayo 2014.
- “El “Veracruz” ganó el caso Leblanc y sigue de líder en la zona oriente.” *Esto*, 31 May. 1944: 3 Impreso.
- “El mundo unido por un balón.” *Youtube*, bajado por Luis Jiménez, 29 May. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=PSEp4Bz73WA>. Visto 6 Marzo 2016.

- “Estadio Jalisco.” *AtlasFC*. http://www.atlasfc.com.mx/static/estadio_jalisco. Visto Febrero 8 2012.
- “Esto en el fútbol.” *Esto*, 2 Sep. 1944. Impreso.
- “FIFA World Cup-México 86’-Official Report-Part-1.” *FIFA*, 6 Mar. 2016. http://resources.fifa.com/mm/document/afdeveloping/technicaldevep/50/09/08/fwcmexico_1986_en_par1_23.pdf. Visto 6 Marzo 2016.
- “Historia del periodismo deportivo.” *Salón del periodista deportivo*. <http://www.salondelperiodistadeportivo.org/historia.php>. Visto 12 Diciembre 2013.
- “Histórico telenovelas.” *Esmas*, Ene. 2007, <http://www.esmas.com/televisahome/ventas/ratings/telenovelas/>. Visto Febrero 8 2012.
- “Horacio Casarín brillante estrella del Atlante.” *Esto*, 4 Ago. 1944. Impreso.
- “Horacio Casarín y su hijo.” *Esto*, 23 May. 1944: 1. Impreso.
- “Industria mexicana de Coca-Cola, Informe de responsabilidad social, 2002.” *Coca-Cola México*, 55. <https://www.coca-colamexico.com.mx/content/dam/journey/mx/private/pdfs/informe-de-sustentabilidadarchive/Informe-de-sustentabilidad-CocaCola2002.pdf>. Visto 19 Mayo 2015.
- “¡Juan Tuñás! El hombre que sacó del sótano al “España.” *Esto*, 11 Nov. 1941. Impreso.
- “La recaudación en la final de Copa.” *Esto*, 28 Jun. 1944: 6. Impreso.
- “Ofrece Botellita de Jerez concierto lleno de nostalgia.” *El Universal*, 2 Dic. 2007, <http://archivo.eluniversal.com.mx/notas/465053.html>. Visto 4 Marzo 2016.
- “¡Ojo-mágico! ¡Otro hit de “Esto”!. ” *Esto*, 26 Jul. 1944: 4. Impreso.
- “Recordando a Ángel Fernández.” *El cristal con que se mira*, Televisa. *Youtube*, bajado por Juan Carlos Cortes, 30 Sep. 2009, <https://www.youtube.com/watch?v=GeM3Uy2G2Sc>>. Visto Marzo 9 2014.
- “Reporte anual 2001.” *Coca-Cola México*, 55, http://www.femsa.com/sites/default/files/Informe_Anual_FEMSA_2001.pdf>. Visto Mayo 2015.
- “Rescate.” *Chanoc*, 2 Feb. 1973: 8. Impreso.
- “Selección Profesional vs. Amateur.” *Chanoc*, 7 Nov. 1975: 22. Impreso.

- “show de cantinflas-EL FUTBOL (1984-1987).” *Cantinflas Show*, protagonista Cantinflas, episodio Futbol, Hanna-Barbera. *Youtube*, bajado por mercalider, 23 May. 2010, <https://www.youtube.com/watch?v=osYFAv5f4NE>. Visto 9 Marzo 2014.
- “Volvió Cazarín.” *Esto*, 12 Ene. 1943: 1. Impreso.
- Alegi, Peter. *African Soccerscapes: How a Continent Changed the World’s Game*. Athens: U Ohio P, 2010. Impreso.
- Altschull, Herbert J. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. Auts. Shoemaker, Pamela J, and Stephen D. Reese. NY: Longman, 1996. Impreso.
- Andrews, David L., y Steven J. Jackson. *Sport Stars: The Cultural Politics of Sporting Celebrity*. London: Routledge, 2001. Impreso.
- Angelotti Pasteur, Gabriel. *Chivas y tuzos: Íconos de México: Identidades colectivas y capitalismo de compadres en el futbol nacional*. Zamora: El Colegio de Michoacán, 2010. Impreso.
- As. “¡Huesos, joven!” *Esto*, 21 Oct. 1941. Impreso
- Audiffred, Miryam. “Salió del aire *El Valedor*, El sistema busca callarme: Mojarro.” *La Jornada* 7 Mar. 2001, <http://www.jornada.unam.mx/2001/03/07/04an3cul.html>. Visto 21 Marzo 2016.
- Aurrecoechea, Juan Manuel, y Armando Bartra. *Puros Cuentos II: La historia de la historieta en México, 1934-1950*. DF: CONACULTA, 1993. Impreso.
- . *Puros Cuentos III: La historia de la historieta en México, 1934-1950*. DF: CONACULTA, 1993. Impreso.
- Ayala Blanco, Jorge. *La aventura del cine mexicano, 1931-1967*. México: Editorial Posada, 1985. Impreso.
- Bakhtin, M. M., Michael Holquist, Vern McGee, y Caryl Emerson. *Speech Genres and Other Late Essays*. Austin: U Texas P, 1986. Impreso.
- Baliari, Eduardo. “El problema de los sobornos determinación sin precedente Banfield al descenso.” *Esto*, 24 Feb. 1944: 4. Impreso.
- . “El fantástico traspaso de D’Alessandro de River Plate a Racing por \$60.000.00.” *Esto*, 17 May. 1944: 3. Impreso.
- Bañuelos Rentería, Javier. *Balón a tierra (1896-1932)*. México: Clío, 1998. Impreso.

- Bañuelos Rentería, Javier., y et al. Comps. *La selección nacional. Los años difíciles: (1970-1985)*. 2da ed. México: Clío, 1998. Impreso.
- Barón, Juan. “El ídolo está en pie.” *Esto*, 16 Sept. 1941. Impreso.
- . “Fernando García. Español y Mexicano.” *Esto*, 10 Mar. 1942?. Impreso.
- . “Fiel a su bandera: Antonio Azpiri.” *Esto*, 11 Ago. 1942. Impreso.
- . “Martín Vantolrá: El miedo al mar, el amor y el viejo Junco lo hicieron quedarse en México.” *Esto*, 21 Oct. 1941. Impreso.
- . “Se rectificó el caso “Leblanc”.” *Esto*, 17 Jun. 1944: 3. Impreso.
- . “Surge una nueva interpretación en la Liga Mayor sobre los extranjeros.” *Esto*, 14 Jun. 1944: 3. Impreso.
- Bolsmann, Chris, y Keith Brewster. “Mexico 1968 and South Africa 2010: Development, Leadership and Legacies.” *Sport in Society* 12.10 (2009): 1284-98. *ProQuest*. Web. 13 Marzo. 2016.
- Boorstin, Daniel J. *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*. 25th Anniversary ed. NY: Atheneum, 1987. Impreso.
- Bordwell, David, y Kristin Thompson. *Film Art: An Introduction*. NY: McGraw-Hill, 2010. Impreso.
- Borrego, Salvador. *Cómo García Valseca fundó y perdió 37 periódicos y cómo Eugenio Garza Sada trató de rescatarlos y perdió la vida: Biografía*. DF: Editorial Tradición, 1985. Impreso.
- Braudy, Leo. *The Frenzy of Renown: Fame & Its History*. NY: Oxford UP, 1986. Impreso.
- Brewster, Claire, y Keith Brewster. *Representing the Nation: Sport and Spectacle in Post Revolutionary Mexico*. London: Routledge, 2010. Impreso.
- Bromberger, Christian. *Significación de la pasión popular por los clubes de fútbol*. Bs.As.: Libros del Rojas, 2001. Impreso.
- Butler, Judith. *Cuerpos que importan: Sobre los límites materiales y discursivos del “sexo”*. Bs.As.: Paidós, 2002. Impreso.
- Cabrera, Omar. “Gusta más comedia en el cine nacional.” *Mural*, 10 Jul. 2009, <http://www.mural.com>. Visto 22 Julio 2010.

- Cabrujas, José Ignacio. *Y Latinoamérica inventó la telenovela*. Ed. Vicencio González Azuaje y Leonardo Padrón. Venezuela: Alfadil, 2002. Impreso.
- Calderón Cardoso, Carlos. “El fútbol y la radio en México.” *Carlos Calderón Cardoso: Reflexiones, vida cotidiana, pensamientos, poesía, sabor y color de emociones*, 11 Abr. 2011, <http://historiafutbolmexico.blogspot.com/search?q=radio>. Visto 5 Febrero 2012.
- . *La selección nacional. I. Con el orgullo a media cancha (1923-1970)*. México: Clío, 2000. Impreso.
- . “Los estadios mexicanos (Primera Parte).” *Mediotiempo*, 7 Feb. 2010, <http://www.mediotiempo.com/futbol/editoriales/carlos-calderon/2010/02/los-estadios-mexicanos-primera-parte->. Visto 5 Marzo 2015.
- . *Por amor a la camiseta*. México: Clío, 1998. Impreso.
- Carreño Martínez, Maritza. “Fútbol femenino en México 1969-1971.” Tesis. Universidad Nacional Autónoma de México, 2006. México. Impreso.
- Castañón Rodríguez, Jesús. *El lenguaje periodístico del fútbol*. Valladolid: Universidad de Valladolid, 1993. Impreso.
- Castellot de Ballin, Laura. *Historia de la televisión en México: Narrada por sus protagonistas*. DF: Alpe, 1993. Impreso.
- Cohen, Sandford C. “El realismo mágico en la obra de Tomás Mojarro.” Tesis. Rutgers University, 1975. Impreso.
- Curiel, Fernando. *La radiodifusión universitaria*. México: UNAM, 1980. Impreso.
- De la Torre, Conrado, argumentista. “Adiós Quique.” *Chanoc*, 18 Nov. 1977: 7-21. Impreso.
- . “América vs. Chivas a morir.” *Chanoc*, 1 Abr. 1977: 12, 14. Impreso.
- . “Los moscos de Peló vs. Ixtac F.C.” *Chanoc*, 15 Ago. 1975: 7. Impreso.
- . “Penalty.” *Chanoc*, 14 Nov. 1975: 30, 33. Impreso.
- . “Reacción cardíaca.” *Chanoc*, 9 sep. 1977: 1. Impreso.
- . “Ruge el puma.” *Chanoc*, 2 Sep. 1977: 20. Impreso.
- . “Se refuerzan los millonetas.” *Chanoc*, 8 Abr. 1977: 12. Impreso.

- DeCordova, Richard. *Picture Personalities: The Emergence of the Star System in America*. Urbana: U Illinois P, 1990. Impreso.
- DeTriana, Juan. "Más sangre en la arena." *Esto*, 16 Sept. 1944. Impreso.
- Elsy, Brenda. *Citizens & Sportsmen: Fútbol and Politics in 20th-century Chile*. Austin: U Texas P, 2011. Impreso.
- Estevez, J.B. "Los centauros mexicanos vuelven al Madison Square Garden." *Esto*, 16 Sept. 1944. Impreso.
- Fábregas Puig, Andrés A. *Lo sagrado del rebaño: El fútbol como integrador de identidades*. Zapopan: El Colegio de Jalisco, 2001. Impreso.
- Fa-Cha, caricaturista. "Horacio Casarín, centro delantero del Atlante." *Esto*, 22 Feb. 1944: 3. Impreso
- Fernández, Claudia, y Andrew Paxman. *El Tigre: Emilio Azcárraga y su imperio Televisa*. México: Grijalbo, 2000. Impreso.
- Foucault, Michel. *Discipline and Punish: The Birth of the Prison*. NY: Vintage Books, 1995. Impreso.
- "Botellita de Jerez-Saque de meta y pique." *Youtube*, bajado por FansdelGuacarock, 25 Mar. 2013, <https://www.youtube.com/watch?v=AtgtzM6ypUI>. Visto 6 Marzo 2016.
- Gallo, Rubén. "'The Madness of Radio': Wireless Adventures in 1920s México." *Studies in Latin American Popular Culture* 20.1 (2001): 51-68. Impreso.
- Gaffney, Thomas. *Temples of the Earthbound Gods*. Austin: U Texas P, 2008. Impreso.
- García Canclini, Néstor. *Culturas Híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Debolsillo, 2009. Impreso.
- García Riera, Emilio. *Breve historia del cine mexicano: Primer siglo, 1897-1997*. DF: Instituto Mexicano de Cinematografía, 1998. Impreso.
- Goldblatt, David. *The Ball is Round: a Global History of Soccer*. NY: Riverhead, 2008. Impreso.
- Giulianotti, Richard. *Football: A Sociology of the Global Game*. Cambridge: Polity, 1999. Impreso.
- Hayes, Elizabeth Joy. *Radio Nation: Communications, Popular Culture, and Nationalism in Mexico 1920-1950*. Tucson: U Arizona P. 2000. Impreso.

- Hernández, Panchito. *El vuelo del águila*. México: Clío, 1998. Impreso.
- Hernández Colunga, Fernando. *Mexicaltzingo mi barrio*. Guadalajara: Colegio Internacional, 1983. Impreso.
- Herner, Irene. *Mitos y monitos: Historietas y fotonovelas en México*. DF: UNAM, 1979. Impreso.
- Hershfield, Joanne, y David Maciel, eds. *Mexico's Cinema: A Century of Film and Filmmakers*. Wilmington: Scholarly Resources, 1999. Impreso.
- Hinds, Harold E. "Chanoc: Adventure and Slapstick on Mexico's Southeast Coast." *The Journal of Popular Culture* 14.3 (1980): 424-36. Impreso.
- Hinds, Harold E., y Charles M. Tatum. *No solo para niños: La historieta mexicana en los años sesenta y setenta*. Trad. Francisco Ledesma. Ags: Greenwood, 2007. Impreso.
- Historia Oficial del Atlas*. Guadalajara: Símbolos Corporativos, 2008. Impreso.
- Hit. "Sábado sin chanchullo." *Esto*, 16 Sept. 1944. Impreso.
- Huerta, Efraín. "Nuestra crónica cinematográfica: Los hijos de don Venancio." *Esto*, 10 Oct. 1944. Impreso.
- Kiguta-Ng'ang'a, Stella. "Transformational Soccer: 'Copa Cola-Cola Wiped Away My Tears'" *Coca-Cola Company*, 4 Abr. 2013, <http://www.cocacola.com/stories/transformational-soccer-copa-coca-cola-wiped-away-my-tears>. Visto 19 Mayo 2015
- King Cobos, Josefina. *Memorias de radio UNAM, 1937-2007*. México: UNAM, 2007. Impreso.
- Kjeldgaard, Dannie, y Kaj Storgaard Nielsen. "Glocal Gender Identities in Market Places of Transition: MARIANISMO and the Consumption of the Telenovela Rebelde." *Marketing Theory* 10.1 (2010): 29-44. Impreso.
- La historieta mexicana*. México: Artes de México, 1960. Impreso.
- Los hijos de don Venancio*. Dir. Joaquín Pardavé. Perf. Joaquín Pardavé y Horacio Casarín. Zima Entertainment, 1944. Filme. DVD.
- Magazine, Roger. *Golden and Blue Like My Heart: Masculinity, Youth and Power Among Soccer Fans in Mexico City*. Tucson: U Arizona P, 2007. Impreso.

Magazine, Roger, Samuel Martínez López y Sergio Varela Hernández. *Afición futbolística y rivalidades en el México contemporáneo: Una mirada nacional*. DF: Universidad Iberoamericana, 2012. Impreso.

Márquez Torres, Rafael. Dirección y adaptación “El gran gol.” *Chanoc*, 21 Nov. 1975: 31. Impreso.

---. “El niño héroe.” *Chanoc*, 22 Abr. 34. 1977. Impreso.

---. “Gorja contra Ran gel.” *Chanoc*, 9 Dic. 1977: 8, 11. Impreso.

---. “Mole en la cancha.” *Chanoc*, 2 Dic. 1977: 12, 32, 34. Impreso.

---. “Un portero chiflamosco”. *Chanoc*, 14 Jul. 1978. Impreso.

Marshall, P. David. *Celebrity and Power: Fame in Contemporary Culture*. Minneapolis: U Minnesota P, 2014. *ProQuest ebrary*. Visto Junio 12 2016.

Martínez Lugo, Jorge, Inés Cornejo Portugal y Etelvina Hernández Aguirre. *Radio regional y rural en México: Enlace de mil voces*. DF: Universidad Iberoamericana, 1992. Impreso.

Milanovic, Branko. “Globalization and Goals: Does Soccer Show the Way?.” *Review of International Political Economy* 12.5 (2005): 829-50. Impreso.

Mojarro, Tomás. Comentarista. *Paliques y cabeceos*. 28 May. 1983. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024104.

---. *Paliques y cabeceos*. 10 Mar. 1984. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024138.

---. *Paliques y cabeceos*. 11 Ene. 1986. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024220.

---. *Paliques y cabeceos*. 25 Ene. 1986. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024222.

---. *Paliques y cabeceos*. 17 May. 1986. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024235.

---. *Paliques y cabeceos*. 21 Jun. 1986. Fonoteca Nacional, DF. FN060024236.

---. *Paliques y cabeceos*. 28 Jun. 1986. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024237.

---. *Paliques y cabeceos*. 26 Jul. 1986. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024240.

---. *Paliques y cabeceos*. 1 Nov. 1986. Fonoteca Nacional, DF. FN11060024252.

- . *Tomás Mojarro*. México: Empresas Editoriales, 1966. Impreso.
- Monsiváis, Carlos. *Escenas de pudor y liviandad*. México: Mondadori, 2007. Impreso.
- . *Los rituales del caos*. DF: Era, 2003. Impreso.
- Monsiváis, Carlos, y Carlos Bonfil. *A través del espejo: El cine mexicano y su público*. México: Ediciones el Milagro, 1994. Impreso.
- Nadel, Joshua H. *Fútbol!: Why Soccer Matters in Latin America*. Gainesville, U Florida P, 2014. Impreso.
- Nasser, Jaime Javier. "Exporting Tears and Fantasies of (Under) Development: Popular Television Genres, Globalization and Nationalism in Mexico After World War II." Ph.D. Diss. University of Southern California, 2008. Visto 25 May. 2016.
- Navarro Corona, Rafael. *Recuerdos de un futbolista*. Monterrey: Impresora Monterrey, 1965. Impreso.
- Neimark, Jill. "The Culture of Celebrity." *Psychology Today*, 1 May. 1995, <https://psychologytoday.com/articles/199505/the-culture-celebrity>. Visto 13 Mayo 2016.
- Novo, Salvador. *México: imagen de una ciudad*. DF: FCE, 1967. Impreso.
- Ocampo, Aurora M., dir y ases. *Diccionario de escritores mexicanos siglo XX*. Vol. V. México: UNAM, 2000. Impreso.
- Ortuño, Ángel. "Manuel Maples Arce, La poesía estridentista y la radio." *Luvina*. http://luvina.com.mx/foros/index.php?option=com_content&task=view&id=250. Visto Mayo 3 2016.
- Palou, Pedro Ángel. *El último campeonato mundial*. D.F: Editorial Aldus, 1997. Impreso.
- Pardavé, Joaquín. *Los hijos de don Venancio*. [Guión cinematográfico], 1944. Archivo General de la Nación, DF. Impreso.
- Paz, Octavio, y Enrico M. Santí. *El laberinto de la soledad*. Madrid: Cátedra, 1993. Impreso.
- Pescador, Juan J. "¡Vamos Taximaroa!: Mexican/Chicano Soccer Associations and Transnational/Translocal Communities, 1967-2002." *Latino Studies* 2.3 (2004): 352-76. *ProQuest*. Web. 9 July 2016.
- . "Los Héroes Del Domingo: Soccer, Border and Social Spaces in the Great Lakes Mexican Communities, 1940-1970." *Mexican Americans and Sports: A Reader on the Athletics and Barrio Life*. Ed. Samuel O. Regalado and Jorge Iber. College Station: Texas A&M UP, 2006. 73-88. Impreso.

- Pierce, Charles P. "Master of the Universe." *GQ* Abril. 1995: 180-87. Impreso.
- "Pique." *Wikipedia*. http://en.wikipedia.org/wiki/1986_FIFA_World_Cup#/media/File:1986_FIFA_World_Cup_official_Mascot.png. Visto Marzo 6 2016.
- Ponisio, Julián. "El futbolista en la época de la profesionalización." *Efdeportes.com*, Abr. 2005. <http://www.efdeportes.com/efd83/prof.htm>. Visto Julio 2 2016.
- Quezada, Mario A. *Diccionario del cine mexicano, 1970-2000*. DF: UNAM, 2005. Impreso.
- Quico, argumentista, y Fa-Cha, caricaturista. "Biografías a Lápiz: Casarín." *Esto*, 10 Jul. 1944. Impreso.
- Ramírez, Carlos. *Horacio Casarín, un ídolo y su tiempo*. México: SEP, 1994. Impreso.
- Ras, Jr. "Necaxa venció al Atlante por 5 a 4." *Esto*, 10? Mar. 1944. Impreso.
- Reyes, Juan José, and Ignacio Trejo Fuentes. Comps. *Hambre de Gol: Crónicas y estampas de fútbol*. DF: Cal y Arena, 1998. Impreso.
- Robles, Sonia. "Shaping Mexico Lindo: Radio, Music, and Gender in Greater Mexico, 1923-1946." PhD. Diss. Michigan State University, 2012. Web. 6 Mar. 2016.
- Rodríguez, Edith. "Elsa Pataky: La novia de Chanoc." *OEM en Línea*, 27 Dic. 2009, <http://www.oem.com.mx/oem/notas/n1455689.htm>. Visto 13 Marzo 2014.
- Rodríguez, Fermin. "El humilde mexicano en las obras de Tomás Mojarro." Tesis. University of Texas at El Paso, 1964. Ann Arbor: *ProQuest*. Visto 3 Marzo 2016.
- Romero Garibay, Araceli J. "El servicio público de radio y televisión." Coords. David Cienfuegos Salgado y Luis Gerardo Rodríguez Lozano. *Actualidad de los servicios públicos en México*. México: UNAM, 2009. 359. Impreso.
- Romo, Cristina. *La otra radio: Voces débiles, voces de esperanza*. México: Fundación Manuel Buendía, 1990. Impreso.
- Roser, Harry L. "Mexican Social Realism in Mojarro's *Bramadero*." *Hispanófila* 61 (1977): 81-88. Impreso.
- Rowe, David and Callum Gilmour. "Global sport: Where Wembley Way meets Bollywood Boulevard." *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 23.2 (2009): 171-82. Impreso.
- Rulfo, Juan, y José Carlos González Boixo. *Pedro Páramo*. Madrid: Cátedra, 2011. Impreso.
- Rudo y Cursi*. Cuarón, Dir. Alfonso Cuarón. Perf. Gael García, Diego Luna y Guillermo

- Francella. Sony Pictures, 2008. Película.
- Sánchez, Porfirio. "La dimensión estético-temática y la novelística de Juan Rulfo y Tomás Mojarro." *Cuadernos Americanos* 175 (1971): 197-216. *ProQuest*. Visto 3 Marzo 2016.
- Stein, Shawn. "Movimientos defensivos: La figura del entrenador en las parábolas futboleras de Juan Sasturain, Sérgio Sant'Anna y Juan Villoro." *Studies in Latin American Popular Culture* 32 (2014): 51-71. *ProQuest*. Visto 5 Mayo 2015.
- Shoemaker, Pamela J., y Stephen D. Reese. *Mediating the Message: Theories of Influences on Mass Media Content*. NY: Longman, 1996. Impreso.
- Sinclair, John, y Joseph D. Straubhaar. *Latin American Television Industries*. London: Palgrave MacMillan, 2013. Impreso.
- Terán, Luis. *Crónica de la telenovela*. V. 2. México: Clío, 1999. Impreso.
- Tirando a gol*. Dir. Icarío Cisneros. Perf. Lola Beltrán y Fernando Luján. Productor de Técnicos CSTPC, 1966. Película.
- Tudor, Deborah V. *Hollywood's Vision of Team Sports: Heroes, Race, and Gender*. NY: Garland, 1997. Impreso.
- Villalobos, José Pablo. "Literatura, Fútbol y Nación: El último campeonato mundial de Pedro Ángel Palou." *The Latin Americanist* 56.3 (2012): 31-46. Impreso.
- Villoro, Juan. *Dios es redondo*. DF: Booket, 2010. Impreso.
- . *Los culpables*. DF: Aguilar, 2008. Impreso.
- Wilt, David E. *The Mexican Filmography: 1916 Through 2001*. NC: McFarland & Co, 2004. Impreso.
- Wood, David, y P. Louise Johnson. *Sporting Cultures: Hispanic Perspectives on Sport, Text and the Body*. London: Routledge, 2008. Impreso.
- Zarur Osorio, Antonio E. *El Estado y el modelo de televisión adoptado en México: 1950-1988*. México: Amacalli, 1996. Impreso.
- Zapiáin Fernández, Pedro, argumentista. "Gool." *Chanoc*, 11 ago. 1967: 7. Impreso.
- Zolov, Eric S. *Refried Elvis: The Rise of the Mexican Counterculture*. Berkeley: U California P, 1999. Impreso.